

SUMMARY

This research is performed to analyze the influence of perceived covid-19 risk, perceived ease of use, perceived usefulness, toward intention to use e-wallet during covid-19 pandemic. The respondents of this study as many 211 people different city in Indonesia.

Based on the result of this research , it has come to the conclusion: 1) perceived covid risk and perceived ease of use has positive influence on intention to use, 2) perceived ease of use has positive influence on perceived usefulness, 4) perceived usefulness can not mediate, 5) perceived usefulness has negative influence on intention to use.

The managerial implication from the conclusion in this research are: 1) Marketers can work together with FinTech financial companies to use the facilities digital wallet, 2) Make an introduction and education about how to use e-wallet, 3) Make more innovations about perceived usefulness and always update the system and technology, 4) E-wallet and telecommunications service companies better to provide a stable internet network.

The limitation of this research are: 1) The sample in is not exactly proportional, 2) This study only captured the intention to use e-wallets during pandemic, 3) This research investigating all generally e-wallet, 4) Data sources tested only from questionnaire.

Keywords: *Perceived Covid-19 Risk, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use E-Wallet.*

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko COVID-19, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, terhadap niat menggunakan e-wallet selama pandemi Covid-19. Responden penelitian ini sebanyak 211 orang kota yang berbeda di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan: 1) Persepsi risiko dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan, 2) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, 4) Persepsi kegunaan tidak bisa menengahi, 5) Persepsi kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh negatif terhadap niat untuk menggunakan.

Implikasi manajerial dari kesimpulan dalam penelitian ini adalah, 1) Pemasar dapat bekerja sama dengan perusahaan keuangan FinTech untuk menggunakan fasilitas dompet digital, 2) Membuat pengenalan dan edukasi tentang cara menggunakan e-wallet, 3) Membuat lebih banyak inovasi tentang kegunaan yang dirasakan dan selalu memperbarui sistem dan teknologi, 4) E-wallet dan perusahaan jasa telekomunikasi lebih baik menyediakan jaringan internet yang stabil.

Batasan penelitian ini adalah 1) Jumlah sampel yang masuk tidak proporsional, 2) Studi ini hanya menangkap niat untuk menggunakan e-wallet selama pandemi, 3) Penelitian ini menyelidiki semua e-wallet umumnya, 4) Sumber data diuji hanya dari kuesioner.

Kata kunci: Persepsi Resiko Covid-19, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Minat Menggunakan E-Wallet