

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

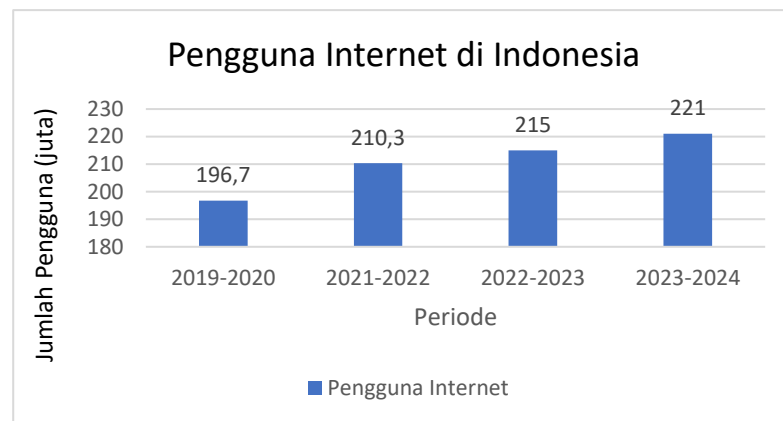
Pada era *modern* saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat, dimana perkembangan teknologi *digital* meningkat sangat cepat diberbagai negara. Perkembangan teknologi yang sangat pesat, memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aktivitas manusia. Arti dari teknologi *digital* dalam perspektif kemanusiaan adalah memanfaatkan kekuatan alat dan sistem teknologi *digital* untuk meningkatkan kualitas hidup manusia.¹ Di Indonesia perkembangan teknologi salah satunya ditandai dengan semakin banyaknya pengguna internet di masyarakat, terutama para generasi muda.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada periode 2019-2020 sebanyak 196,7 juta orang, periode 2021-2022 sebanyak 210,3 juta orang, periode 2022-2023 sebanyak 215 juta orang, sedangkan untuk periode 2023-2024 jumlah pengguna internet bertambah menjadi 221 juta orang.² Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dengan besarnya jumlah pengguna internet saat ini, banyak masyarakat yang cenderung memanfaatkan dan menggunakan

¹ Fahmi, dkk “*Perkembangan Teknologi Digital untuk Berbagai Bidang Kehidupan (Digital Teknologi for Humanity)*”, (Medan: USU Press, 2024), hlm. 23

² APJII, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” <https://apjii.or.id/>, 2024, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. Diakses pada tanggal 5 September 2024

teknologi dalam memenuhi kebutuhannya dengan anggapan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu mempermudah memenuhi kebutuhan.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak yang signifikan baik itu dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari kemajuan teknologi pada bidang ekonomi adalah lahirnya teknologi finansial (*financial technology*) sebagai alat dalam mempermudah transaksi yang dilakukan masyarakat. Inovasi hadirnya teknologi finansial telah merubah cara masyarakat berinteraksi dengan uang dan layanan keuangan.³ Teknologi finansial yang semakin berkembang melahirkan inovasi, diantaranya hadir dompet *digital* atau *e-wallet*.

E-wallet atau dompet *digital* adalah salah satu bentuk dari perkembangan *financial technology* yang memanfaatkan media jaringan internet serta digunakan sebagai salah satu instrumen pembayaran. Menurut

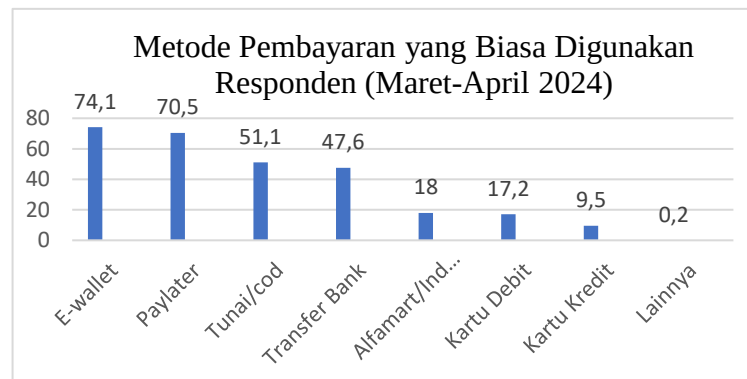
³ Fahmi, dkk “Perkembangan Teknologi Digital untuk Berbagai Bidang Kehidupan (*Digital Technology for Humanity*)... hlm. 23

pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tahun 2016 tentang penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PBI/18/2016) *E-wallet* atau dompet elektronik merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. *E-wallet* muncul menawarkan lebih banyak kemudahan dengan teknologi terkini yang dapat diakses oleh semua kalangan.⁴

Pengguna dompet *digital*, menunjukan kondisi semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Dikutip dari databoks katadata.co.id berdasarkan hasil survei kolaborasi yang dilakukan oleh katadata insight center (KIC) dengan kredivo pada tahun 2024 per-bulan maret sampai april dengan jumlah responden yaitu 9.239, sebanyak 74,1% responden menggunakan dompet *digital* (*E-wallet*) untuk berbelanja daring. Persentase tersebut naik cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 62,9%. Kedua, ada paylater yang digunakan oleh 70.5% responden, kemudian ada pembayaran tunai, transfer bank/*virtual account*, via alfamaret serta indomaret, kartu kredit dan metode lainnya.⁵

⁴ Brily Suharto Risky, Nurhidayah, dan Tri Sugiarti Ramadan, “Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan E Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019)”, E Jurnal Riset Manajemen, Vol.12, No. 02, 2019, 755-756.

⁵ Nabilah Muhamad, “E-Wallet, Metode Pembayaran Utama Konsumen Belanja Online,” databoks.katadata.co.id, 2024, Diakses pada 5 September 2024



Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna Metode Pembayaran
Sumber: Hasil Survei databoks katadata.co.id

Berdasarkan data hasil survei tersebut dapat diketahui bahwa saat ini banyak masyarakat yang memilih menggunakan dompet *digital* ketika melakukan sebuah transaksi. Hal tersebut terjadi karena masyarakat mulai berangsur-angsur menerima penggunaan dompet *digital* dan kesadaran akan keefektifan melakukan metode transaksi pembayaran atau transaksi keuangan lain secara *digital*.⁶

Produk dompet *digital* (*E-wallet*) yang saat ini masih banyak digunakan dan berkembang salah satunya adalah Gopay. Gopay (PT Dompet Anak Bangsa) merupakan salah satu produk *financial technology* berupa dompet *digital* serba bisa, yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan. Gopay merupakan bagian dari Gojek yang dibuat untuk mempermudah masyarakat ketika melakukan transaksi pembayaran dan keuangan. Berdiri pada tahun 2016, Gopay sendiri sudah tercatat status perizinannya di Bank Indonesia dengan nomor dan tanggal

⁶ Ni Made Ayu Mila Paramitha and Luh Putu Mahyuni, “Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar” E Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 11, No. 05, 2022, hlm. 590.

surat penetapan izin nya yaitu 16/151/DKSP/57 pada 4 Juli 2014.⁷ Sebagai bagian dari Gojek tentunya Gopay menjadi salah satu *e-wallet* yang banyak dikenal oleh masyarakat.

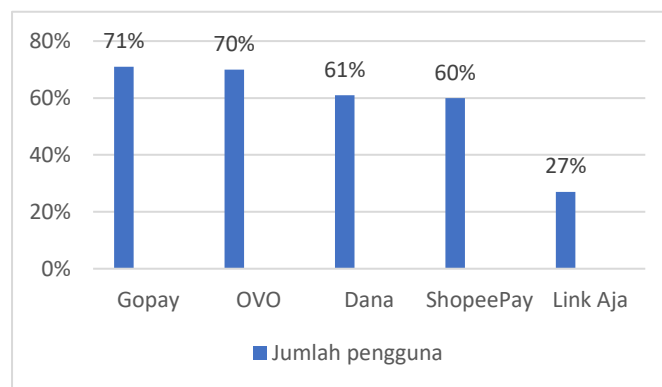
Banyaknya masyarakat yang memilih menggunakan Gopay, tidak terlepas dari kemudahan serta manfaat yang ditawarkan oleh Gopay. Adapun manfaat GoPay diantaranya ialah seluruh permintaan dari pengguna layanan Gojek dapat terselesaikan tanpa harus meminta tagihan dan cukup melakukan konfirmasi jumlah saldo yang berkurang untuk pembayaran. Pengguna dapat melakukan transaksi tanpa uang tunai dan praktis.⁸ Bayar QRIS apa saja, bayar pulsa dari berbagai *provider*, bayar tagihan bulanan, bayar layanan gojek seperti *GoFood*, *GoRide*, *GoCar*, *GoSend*, *GoBluebird* atau belanja di Tokopedia, tranfer ke sesama pengguna Gopay dan transfer ke bank.⁹ Bahkan pihak Gopay juga mengembangkan Gopay menjadi Gopay Plus yang menawarkan fitur lebih lengkap serta promo yang lebih menarik. Preferensi masyarakat ketika lebih memilih menggunakan Gopay dibandingkan e-wallet lain dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk diataranya adalah kepercayaan dari masyarakat, citra merek (*brand image*) dari produk tersebut serta persepsi kegunaan.

⁷Fintech Indonesia, "PT Dompot Anak Bangsa," Fintech.id, 2023, <https://www.fintech.id/en/member/detail/89>. Diakses pada tanggal 5 September 2024

⁸ Claudya Ayu Vista Ericha Putri, Supri Wahyudi Utomo dan Juli Murwani, "*Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Transaksi GoPay (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Gojek di kota Madiun)*," Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi (FIPA), Vol 6, No. 2, 2018, hlm. 1-3.

⁹ gopay, "*Bayar Apa Aja Di Mana Aja, Mudah Dan Aman Pakai Aplikasi GoPay*," gopay.co.id, 2023, <https://gopay.co.id/blog/bayar-pakai-gopay-di-mana-aja>, diakses pada tanggal 5 September 2024

Diantara banyaknya jenis e-wallet yang ada di Indonesia, GoPay menjadi salah satu e-wallet dengan jumlah pengguna terbanyak. Dikutip dari Bank Indonesia sepanjang tahun 2020 Gopay menjadi dompet digital ketiga yang banyak digunakan setelah shopeepay dan ovo dengan persentase penggunaan sebesar 17%.¹⁰ Kemudian pada tahun 2022 dikutip dari databoks.katadata.co.id, menurut laporan E-wallet Industry Outlook dari 1300 responden, Gopay menjadi E-wallet paling banyak digunakan.¹¹



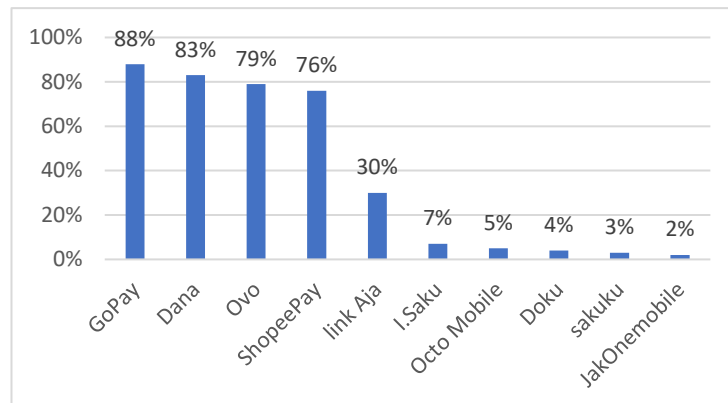
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna E wallet tahun 2022

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data tersebut gopay menjadi dompet digital paling banyak digunakan dengan proporsi pengguna sebesar 71%, kemudian disusul oleh OVO dengan proporsi pengguna sebesar 70%. Di urutan ketiga ada dana, kemudian shopeepay dan yang terakhir paling sedikit digunakan adalah link aja.

¹⁰ BI Institute, “Dompet Digital Naik Daun Membetot Minat Kala Pandemi,” bi.go.id, 2023,. Diakses pada tanggal 5 September 2024

¹¹ Adi Ahdiat, “Survei Pengguna Dompet Digital: Gopay Dan Ovo Bersaing,” databoks.katadata.co.id, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompet-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>. Diakses pada tanggal 6 September 2024



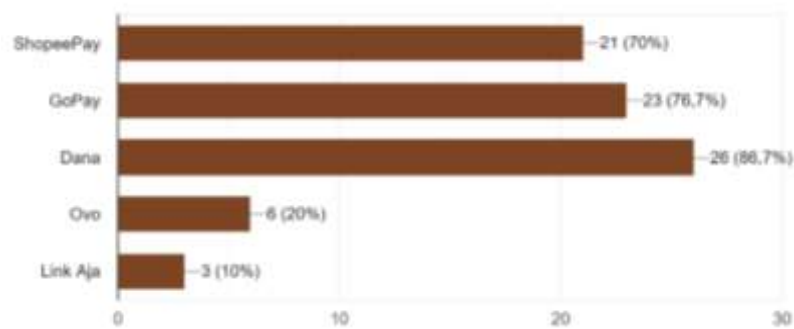
Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna E wallet Tahun 2024
Sumber: Hasil Survei Populix.id dikutip dari Rankia.id

Pada tahun 2024 dikutip dari Rankia.id, aplikasi dompet digital terbaik dengan pengguna terbanyak tahun 2024 di Indonesia berdasarkan survey populix pada 1000 responden, berdasarkan survei tersebut diketahui bahwa, terdapat empat jenis e wallet yang mendominasi, dimana GoPay menjadi peringkat pertama sebagai e wallet terbaik dan banyak digunakan dengan persentase sebesar 88%. Yang kemudian disusul oleh dana pada peringkat ke dua dengan persentase 83%, kemudian Ovo sebesar 79% dan keempat ShopeePay dengan persentase 76%. Kemudian untuk selanjutnya disusul oleh jenis e wallet lain seperti LinkAja, Isaku, Octo Mobile, Doku, Sakuku, JakOnemobile.¹² Berdasarkan data yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa banyak Masyarakat yang menggunakan GoPay, yang mana ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna GoPay dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi tanda bahwa banyak Masyarakat yang lebih *preference*, atau memiliki preferensi lebih memilih menggunakan GoPay

¹² Febrian Surya Kristardi, “3 Dompet Digital Terbesar di Indonesia: Ulasan 2025 Rankia”, rankia.id, 2024, <https://rankia.id/dompot-elektronik-terbaik-indonesia/>, diakses pada 15 Januari 2025

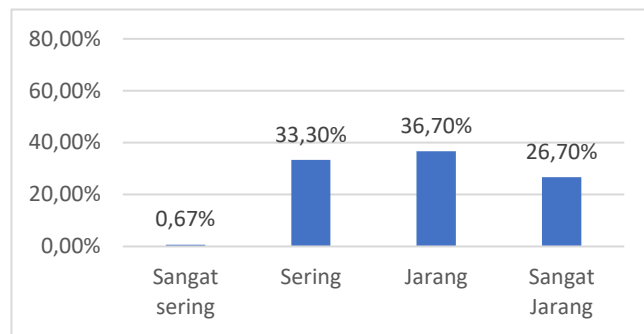
dibandingkan dengan jenis e-wallet lain yang tersedia. Preferensi Masyarakat lebih menggunakan Gopay dapat dibentuk oleh berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan pengamatan awal atau studi pendahuluan pada generasi Z muslim di kota Tasikmalaya mengenai preferensi penggunaan e-wallet GoPay dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, dimana dari hasil studi pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut:



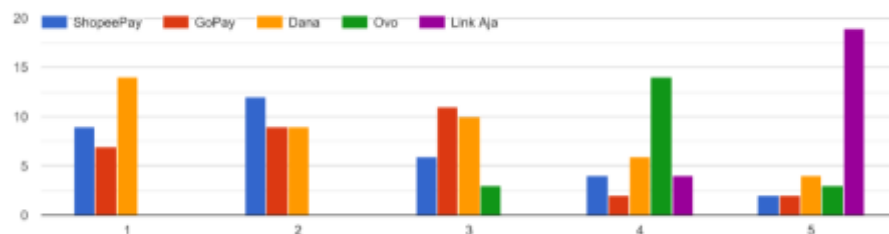
Gambar 1. 5 Jumlah Pengguna E-wallet Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya
Sumber: Studi Pendahuluan pada Generasi Z Muslim kota Tasikmalaya

Diketahui bahwa pada studi pendahuluan mengenai preferensi penggunaan e-wallet GoPay, pada data tersebut menunjukkan terdapat tren multi e-wallet pada responden, dari hasil tersebut GoPay menempati peringkat kedua sebagai e-wallet dengan jumlah pengguna terbanyak, tidak menempati peringkat pertama dengan persentase sebesar 76,7%.



Gambar 1. 6 Intensitas Penggunaan GoPay pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya
Sumber: Studi Pendahuluan pada Generasi Z Muslim kota Tasikmalaya

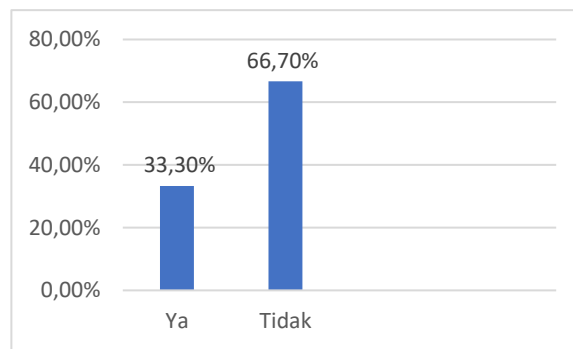
Berdasarkan hasil studi pendahuluan juga diketahui bahwa intensitas pemakaian GoPay, pada generasi z muslim kota Tasikmalaya sebesar 36,7% jarang menggunakan, 33,3% sering menggunakan. Kemudian yang sering menggunakan memiliki persentase terkecil yaitu 0, 2% dan yang sangat jarang menggunakan sebesar 26,7%



Gambar 1. 7 Urutan E wallet yang Digunakan oleh Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya
Sumber: Studi Pendahuluan Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya

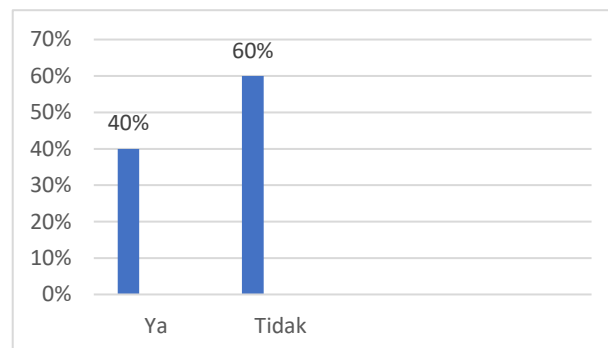
Kemudian, ketika responden diminta untuk mengurutkan jenis dompet digital dari yang paling sering digunakan sampai yang jarang digunakan, berdasarkan studi pendahuluan diketahui bahwa GoPay berada pada peringkat ketiga sebagai merek dompet digital yang sering digunakan, sedangkan untuk peringkat pertamanya adalah Dana.

Selain itu dari studi pendahuluan diperoleh juga data bahwa dari 30 responden sebanyak 66,7% tidak lebih memilih menggunakan GoPay dibandingkan e-wallet lain.



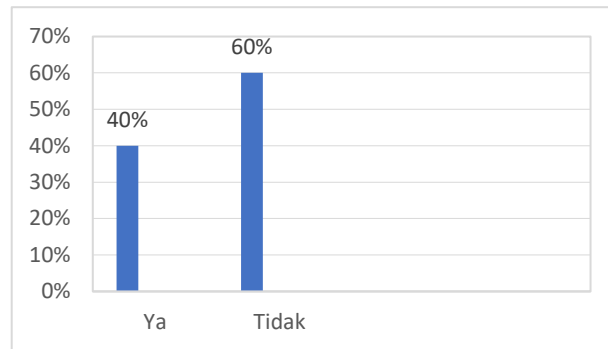
Gambar 1. 8 Pernyataan Responden Terkait Penggunaan GoPay
Sumber: Studi Pendahuluan Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya

Kemudian diketahui juga sebanyak 60% responden, menyatakan tidak lebih menyukai GoPay. Sedangkan sebanyak 40% menyatakan lebih menyukai GoPay.



Gambar 1. 9 Tingkat Kesukaan Responden Terhadap GoPay
Sumber: Studi Pendahuluan Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya

Hasil selanjutnya juga menungguakan bahwa 60% dari 30 responden,GoPay bukan menjadi pilihan utama pada saat melakukan transaksi digital. Sedangkan 40% responden menyatakan GoPay menjadi pilihan utama ketika melakukan transaksii digital.



Gambar 1. 10 Pernyataan Responden Terkait Penggunaan GoPay
Sumber: Studi Pendahuluan Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya

Kemudian dari studi pendahuluan, juga ditemukan beberapa orang yang pernah mengalami gangguan pada saat menggunakan GoPay, dimana gangguan tersebut diantaranya adalah kegagalan pada saat melakukan transaksi.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan pada 30 responden generasi z muslim di kota Tasikmalaya, dapat diketahui terjadi kesenjangan karena menghasilkan hasil yang berbeda. Dimana berdasarkan hasil studi pendahuluan diketahui bahwa jumlah pengguna GoPay menempati peringkat kedua, Persentase intensitas penggunaan GoPay pada studi pendahuluan menunjukkan bahwa sebesar 36,7% responden jarang menggunakan e-wallet GoPay, dimana jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan yang sering menggunakan GoPay. Kemudian GoPay menempati peringkat ketiga sebagai merek e-wallet yang digunakan, ketika responden diminta untuk mengurutkan jenis e-wallet yang sering mereka gunakan. Diketahui juga bahwa sebesar 66,7% responden tidak lebih memilih menggunakan GoPay dibandingkan e-wallet lain, sebesar 60% responden tidak lebih menyukai Gopay dibandingkan e-wallet lain, dan

sebesar 60% responden tidak menjadikan GoPay menjadi pilihan utama pada saat transaksi digital. Hal tersebut bertentangan dengan data nasional yang menerangkan bahwa dari tahun 2022 sampai 2024 GoPay menjadi merek e-wallet yang banyak digunakan oleh Masyarakat dibandingkan merek lain,¹³ kemudian pada tahun 2024 menempati peringkat pertama sebagai aplikasi dompet digital terbaik dengan jumlah pengguna terbanyak.¹⁴

Terjadinya fenomena tersebut menunjukan perlu dilakukan penelitian mengenai preferensi konsumen dalam menggunakan e-wallet Gopay. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau suatu hal yang lebih disukai. Preferensi terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Seseorang dapat membuat peringkat mengenai semua situasi dan kondisi mulai dari yang paling disukai hingga paling tidak disukai.¹⁵

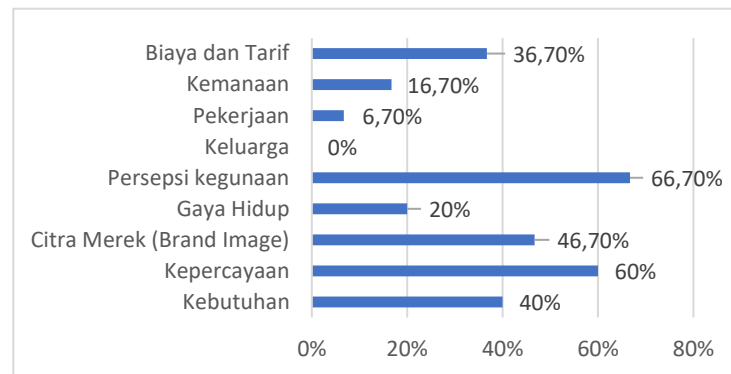
Berdasarkan hasil studi pendahuluan, faktor faktor yang mempengaruhi responden dalam memilih e-wallet, diantaranya yaitu ada persepsi kegunaan dengan persentase 66,7% yang merupakan persentase terbesar, kemudian kepercayaan dengan persentase 60%, citra merek

¹³ Adi Ahdiat, "Survei Pengguna Dompet Digital: Gopay Dan Ovo Bersaing," databoks.katadata.co.id, 2023....

¹⁴ Febrian Surya Kristardi, "3 Dompet Digital Terbesar di Indonesia: Ulasan 2025 Rankia", rankia.id, 2024, <https://rankia.id/dompot-elektronik-terbaik-indonesia/>, diakses pada 15 Januari 2025

¹⁵ Dita Amnestini Tahari, "Pengaruh Nilai-Nilai Islami Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Muslimah Di Pulau Jawa)," Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 8, No. 2, Tahun 2019, hlm.6

sebesar 46,7%, selanjutnya disusul dengan faktor lain seperti kebutuhan, biaya dan tarif, gaya hidup, keamanan, pekerjaan dan keluarga.



Gambar 1. 11 Faktor Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Preferensi Konsumen
Sumber: Studi Pendahuluan Pada Generasi Z Muslim Kota Tasikmalaya

Kepercayaan menjadi faktor penting dalam adopsi teknologi finansial, karena seorang pengguna perlu memiliki rasa keyakinan bahwa teknologi yang digunakan aman serta dapat diandalkan. Dengan terjadinya kasus pada e-wallet GoPay, menjaga kepercayaan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena mengembalikan kepercayaan konsumen bukan merupakan perkara yang mudah. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vania Katherine Hermawan & Lidia Paramita, hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan e-wallet.¹⁶

¹⁶ Vania Katherine Hermawan, Eristia Lidia Paramita, "Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet", Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen, Vol. 10, No. 2, Tahun 2020, hlm. 231-232

Citra merek atau *brand image* adalah hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu.¹⁷ Berdasarkan definisi tersebut citra merek dapat mempengaruhi bagaimana seorang konsumen memandang kualitas, kredibilitas serta kepercayaan terhadap suatu merek dari produk tertentu. Citra merek yang kuat serta positif dimasyarakat seringkali menjadi alasan utama konsumen memilih suatu produk tertentu dibandingkan produk lainnya. Dalam hal ini GoPay sebagai bagian dari Gojek yang merupakan perusahaan besar tentunya memiliki citra merek yang terkenal di masyarakat, dimana masyarakat banyak mengenal dan mengetahui tentang GoPay.

Persepsi kegunaan menurut Jogiyanto yang dikutip dari jurnal Ali Sucy Ilhami diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemudian Davis berpendapat, persepsi kegunaan adalah suatu ukuran Dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.¹⁸ Dalam hal ini manfaat kegunaan yang dirasakan oleh pengguna dapat menjadi alasan masyarakat menggunakan e-wallet GoPay, sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vania

¹⁷ M. Anang Firmansyah, *Buku Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* .2019): 143–144.

¹⁸ Sucy Ilhamy Ali, “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka Di Kota Malang), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 2 (2017): 1–13.

Katherine Hermawan & Lidia Paramita, hasil penelitiannya menyatakan bahwa *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan e-wallet.¹⁹

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai preferensi penggunaan e-wallet Gopay. Penulis mengambil variabel yang berhubungan diantaranya yaitu kepercayaan, citra merek, dan persepsi kegunaan sebagai variabel independen (X) dan preferensi sebagai variabel dependen (Y). Penggunaan ketiga variabel X tersebut, memberikan kebaruan karena belum banyak penelitian yang menggunakan ketiga variabel tersebut secara bersama dalam meneliti preferensi pengguna e-wallet GoPay. Untuk objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z muslim kota Tasikmalaya. Kota Tasikmalaya sebagai kota dengan mayoritas penduduknya beragama islam serta terkenal dengan sebutan kota santri, tentunya memiliki karakteristik nilai religius yang kuat. Generasi Z muslim di kota Tasikmalaya kemungkinan besar mempertimbangkan faktor yang selaras dengan nilai keislaman dalam memilih produk layanan dompet digital. Selain itu, belum ada yang meneliti mengenai preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim di kota Tasikmalaya. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1997-2012,²⁰ gen Z yang tumbuh bersama perkembangan teknologi,

¹⁹ Vania Katherine Hermawan, Eristia Lidia Paramita, “*Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet*”, Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen, Vol. 10, No. 2, Tahun 2020, hlm. 231-232

²⁰ Unisri, “Karakteristik & Tantangan Generasi Z Di Indonesia”, [fisip.unisri.ac.id](https://fisip.unisri.ac.id/karakteristik-tantangan-generasi-z-di-indonesia/), 2024, <https://fisip.unisri.ac.id/karakteristik-tantangan-generasi-z-di-indonesia/>, diakses pada 17 Januari 2025.

internet dan media sosial, yang tentunya dianggap mahir dalam menggunakan teknologi yang ada pada saat ini. Generasi Z juga merupakan generasi yang melek dan melekat dengan perkembangan teknologi, juga memiliki kecenderungan menyukai sesuatu yang serba cepat, ringkas dan instan.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, dan Persepsi Kegunaan Terhadap Preferensi Penggunaan E-wallet GoPay Pada Generasi Z Muslim di kota Tasikmalaya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya?
4. Apakah kepercayaan, citra merek, dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay generasi Z muslim kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, citra merek, dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi Z muslim kota Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti memiliki harapan untuk terealisasi karya ilmiah yang berguna bagi para pembaca, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkait preferensi konsumen serta dapat memberikan sumbangan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti terkait preferensi konsumen.

2. Bagi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan terhadap penyedia layanan gopay untuk terus meningkatkan layanan di antara persaingan dompet digital yang sangat kompetitif.

3. Bagi Umum

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta konsep keilmuan mengenai preferensi konsumen muslim bagi masyarakat umum.