

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI
MILENIAL DAN GENERASI Z PROVINSI BALI DI ERA PANDEMI
COVID-19**

Oleh

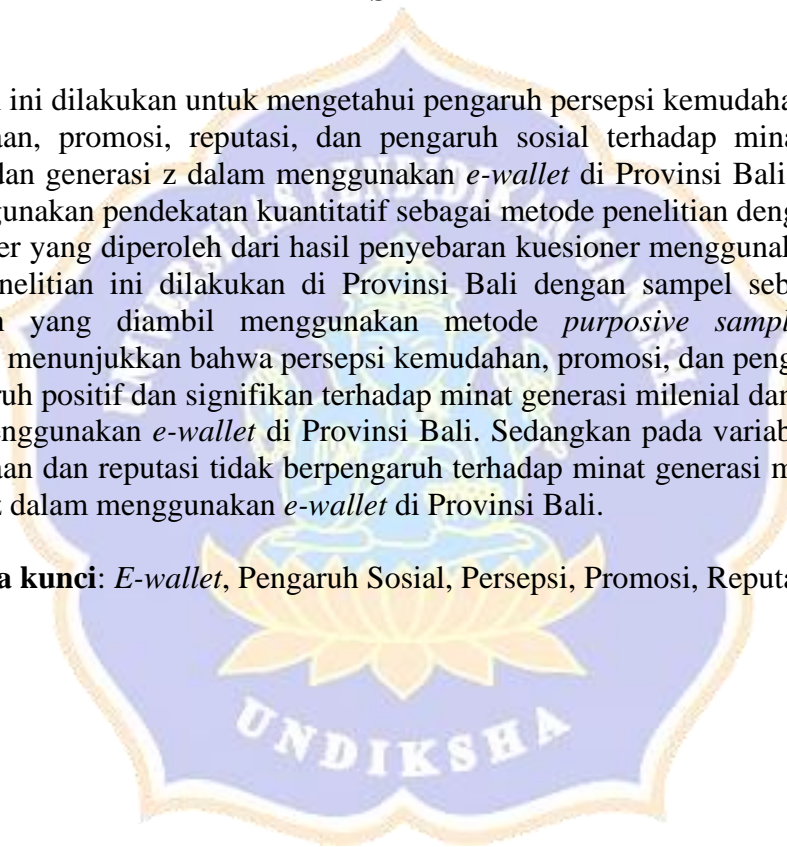
Anak Agung Ayu Gita Loka Surya Pramesti, NIM 1817051185

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, promosi, reputasi, dan pengaruh sosial terhadap minat generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan *e-wallet* di Provinsi Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian dengan sumber data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Bali dengan sampel sebanyak 400 responden yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, promosi, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan *e-wallet* di Provinsi Bali. Sedangkan pada variabel persepsi kepercayaan dan reputasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan *e-wallet* di Provinsi Bali.

Kata-kata kunci: *E-wallet*, Pengaruh Sosial, Persepsi, Promosi, Reputasi



**DETERMINANTS INTENTION OF USE E-WALLET AMONG
GENERATION MILLENNIAL AND GENERATION Z IN BALI PROVINCE
DURING COVID-19**

By

Anak Agung Ayu Gita Loka Surya Pramesti, NIM 1817051185

Economics and Accounting Department

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of perceived ease of use, perceived trust, promotion, reputation, and social influence on the interest of generation millennial and generation z in using e-wallet in Bali Province. This study used a quantitative approach as a research method with primary data sources obtained from distributing questionnaires using Google Form. This research was conducted in the province of Bali with a sample of 400 respondents who were taken using the purposive sampling method. The results showed that the perceived ease of use, promotion, and social influence had a positive and significant effect on the generation millennial and generation z in using e-wallet in Bali Province. Meanwhile, the variable perceived trust and reputation does not affect the interest of the generation millennial and generation z in using e-wallet in Bali Province

Keywords: *E-wallet, Perception, Promotion, Reputation, Social Influence*

