

INTISARI**PENGARUH *INTERACTIVE SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP *DIGITAL TRUST*
DAN MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET*
DI INDONESIA.****Oleh :****ARIF GUNAWAN****Email : Arifgunawan869@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Peneliti melakukan hipotesis bahwa tingginya penggunaan *e-wallet* di Indonesia disebabkan adanya *digital trust* yang tinggi pula sehingga para penggunanya merasa dekat dan percaya bahwa *e-wallet* merupakan solusi untuk mempermudah transaksi mereka. *Digital trust* ini dihipotesiskan oleh peneliti sebagian besar berasal dari agresifnya *interactive social media marketing* dari vendor dan pengaruh dari *online consumer review* para netizen yang banyak memberitakan berbagai informasi terkait penggunaan *e-wallet*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif *exploratory research*, dengan populasi para pengguna *e-wallet* di Indonesia dan sampel yang diteliti sebanyak 141 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SEM-PLS untuk bisa mengukur hubungan kausalitas yang kompleks antar variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *interactive social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *digital trust*. *Online consumer review* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *digital trust*. *Digital trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *interactive social media marketing* dan *online consumer review* dapat meningkatkan *digital trust* yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat penggunaan *E-wallet* di Indonesia.

Kata Kunci: *Digital marketing, Interactive social media marketing, Online consumer review, Digital trust, e-wallet.*

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF INTERACTIVE SOCIAL MEDIA
MARKETING AND ONLINE CONSUMER REVIEW ON
DIGITAL TRUST AND INTEREST IN USING E-WALLET
IN INDONESIA.**

By:

ARIF GUNAWAN

Email : Arifgunawan869@gmail.com

The purpose of this research was to explore the interest in using e-wallet in Indonesia. The researcher hypothesized that the high usage of e-wallet in Indonesia was due to the high level of digital trust, which made users feel close and believe that e-wallet was a solution to simplify their transactions. This digital trust was hypothesized by the researcher to mainly come from the aggressiveness of interactive social media marketing from vendors and the effect of online consumer reviews from netizens who shared various information related to the use of e-wallet. This type of research was exploratory quantitative research, with a population of e-wallet users in Indonesia and the sample of 141 respondents. The analysis tool used was SEM-PLS to measure the complex causal relationships among the variables studied. The result showed that interactive social media marketing had a positive and significant effect on the digital trust. Online consumer reviews also had a positive and significant effect on the digital trust. Digital trust had a positive and significant effect on the interest in using e-wallet. Based on these research results, it was concluded that interactive social media marketing and online consumer reviews were able to increase the digital trust, which ultimately can increase interest in using e-wallet in Indonesia.

Keywords: Digital marketing, Interactive social media marketing, Online consumer review, Digital trust, e-wallet.

