

## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna pada E-Wallet DANA: Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Pelayanan

Alya Takwarina Cahyani  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Semarang, Indonesia  
Email: [alyatac@untagsmg.ac.id](mailto:alyatac@untagsmg.ac.id)

Endang Tjahjaningsih  
Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia  
Email: [naning@edu.unisbank.ac.id](mailto:naning@edu.unisbank.ac.id)

Wahyu Wirasati  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Semarang, Indonesia  
Email: [wahyu-wirasati@untagsmg.ac.id](mailto:wahyu-wirasati@untagsmg.ac.id)

### Abstract

*E-wallet or digital wallet is an application for users to store money and carry out various financial transactions via mobile devices. A practical online payment method is a digital wallet, which allows customers or users to make payments flexibly without limits but still gets complaints from users. This research was conducted to analyze the influence of trust, convenience and service features on DANA e-wallet users decision making. Data was obtained through a questionnaire distributed to a sample of 100 DANA e-wallet user respondents in Semarang City. The data collection methods used were questionnaires distributed directly and Google Form. Descriptive analysis in this research uses Likert Scale. The analysis technique uses multiple linear regression analysis using the SPSS version 27 program by testing validity, reliability, coefficient of determination, simple and multiple regression, significance of F test and T test. Based on the results of T test, it shows that all variables are trust, convenience and service features influence the decisions of DANA e-wallet users. Then, based on the results of F test, it shows that all variables, namely trust, convenience and service features, influence the decisions of DANA e-wallet service users. Simultaneously, these three factors complement each other and create a positive experience for users.*

**Keywords:** Trust, Convenience, Service Features, User Decisions.

### Abstrak

*E-wallet atau dompet digital adalah aplikasi pengguna menyimpan uang secara digital dan melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*. Merupakan metode pembayaran *online* yang praktis adalah dompet digital, yang memungkinkan pelanggan atau pengguna melakukan pembayaran secara fleksibel tanpa batas namun masih memperoleh keluhan dari pengguna. Penelitian ini dilakukan guna menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan fitur pelayanan terhadap pengambilan keputusan pengguna *e-wallet* DANA. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada sampel sebanyak 100 responden pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang. Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu kuesioner disebar secara langsung dan Google Form. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 27 dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji F dan uji T. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kepercayaan, kemudahan dan fitur pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *e-wallet* DANA. Kemudian berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kepercayaan, kemudahan dan fitur pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna layanan *e-wallet* DANA. Secara simultan, ketiga faktor ini saling melengkapi dan menciptakan pengalaman positif bagi pengguna.*

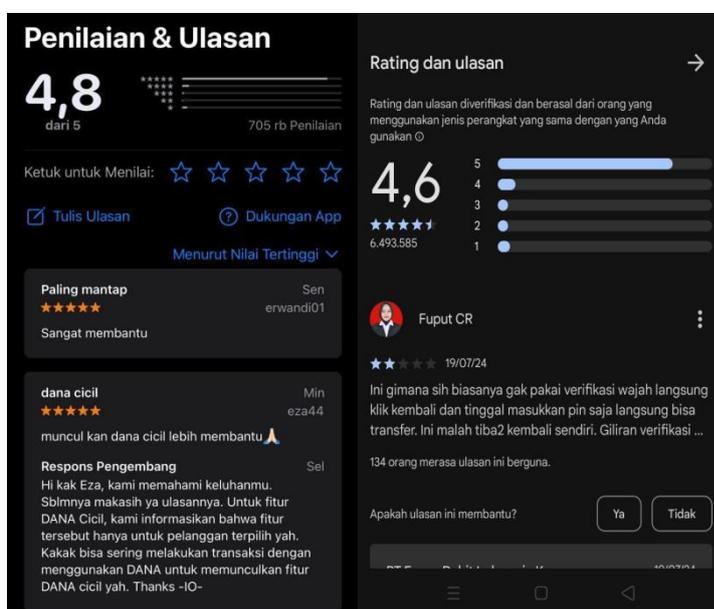
**Kata kunci:** Kepercayaan, Kemudahan, Fitur Pelayanan, Keputusan Pengguna.

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi dan dunia teknologi semakin berkembang pesat dari seiring bertambahnya waktu. Perkembangan IPTEK telah membawa perubahan besar dalam masyarakat melakukan seluruh kegiatannya. Tidak diragukan lagi, kemajuan teknologi dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi adalah salah satu inovasi yang membawa banyak perubahan termasuk sektor keuangan. Saat ini, teknologi membantu manusia memenuhi keinginan mereka untuk serba cepat dan mudah. inovasi yang muncul dari kemajuan ini salah satunya *financial technology (fintech)*. khususnya dalam bentuk *electronic wallet* atau *e-wallet*. Selama berbagai generasi, orang telah menggunakan metode pembayaran non tunai atau *digital wallet*. Salah satu bukti perkembangan *fintech* adalah popularitas *e-wallet* di kalangan generasi Gen-Z. *E-wallet* merupakan layanan digital yang memungkinkan pengguna menyimpan data dan instrumen pembayaran. Salah satu metode pembayaran *online* yang paling praktis adalah dompet digital, yang memungkinkan pelanggan atau pengguna melakukan transaksi secara praktis dan cepat tanpa harus mengantri di kasir. Karena fungsi dan kegunaannya, itu dapat mempercepat dan mempermudah proses transaksi, baik dalam pembelian barang atau jasa. Di Indonesia, pertumbuhan penggunaan *e-wallet* telah menunjukkan tren yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir.

Menurut laporan dari Bank Indonesia pada Januari 2024, transaksi Uang Elektronik meningkat menjadi 39,28% diikuti dengan nominal transaksi QRIS yang juga bertambah mencapai 149,46% Pertumbuhan yang pesat ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin mengadopsi teknologi finansial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Di antara berbagai platform *e-wallet* yang beroperasi di Indonesia, DANA muncul sebagai salah satu pemain utama. Diluncurkan pada tahun 2017, DANA telah berhasil menarik jutaan pengguna dan menjadi salah satu *e-wallet* terpopuler di negara ini. Jumlah pengunduh aplikasi DANA terus meningkat secara teratur, hingga menembus angka 170.000.000 pengguna pada tahun 2023 lalu. Keberhasilan DANA dalam menarik pengguna tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi dan menggunakan layanan ini. Walaupun DANA menjadi salah satu *e-wallet* terpopuler tetapi melihat observasi melalui Google Play Store dan Apps Store dengan memanfaatkan fitur rating atau ulasan – ulasan yang diberikan oleh para pengguna, masih ditemukan ulasan yang menyatakan tidak puas atas layanan dan keamanan.

Gambar 1 Penilaian dan Ulasan DANA pada Google Play Store



Sumber: Review Google Play Store, 2024

Dalam konteks adopsi teknologi baru, beberapa faktor kunci telah diidentifikasi dalam literatur sebagai penentu utama keputusan pengguna. Tiga faktor yang sering muncul dan relevan dengan konteks *e-wallet* adalah kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan fitur pelayanan.

Kepercayaan menjadi faktor krusial mengingat *e-wallet* melibatkan transaksi keuangan dan data pribadi pengguna. Andresson dan Weitz (1989) menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Penelitian oleh Chandra et al. (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan sistem pembayaran mobile di Indonesia.

Kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi yang dalam hal ini adalah situs jual beli *online* adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya untuk dapat menggunakannya (Nurrahmanto, 2015). Kemudahan penggunaan sebagaimana diidentifikasi dalam *Technology Acceptance Model* atau (TAM) menurut Davis (1989), juga memainkan peran penting dalam adopsi teknologi baru. Dalam konteks *e-wallet*, kemudahan dapat mencakup aspek seperti interface yang *user-friendly* dan proses transaksi yang sederhana.

Menurut Schmitt (2011), fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Fitur layanan produk dapat diukur melalui berbagai keragaman fitur, baik fitur yang sesuai dengan harapan maupun fitur yang memiliki keunggulan. Fitur pelayanan yang meliputi berbagai fungsi dan layanan yang ditawarkan oleh platform *e-wallet*, juga dapat mempengaruhi keputusan pengguna. Junadi dan Sfenrianto (2015) menemukan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran elektronik berpengaruh terhadap niat penggunaan di Indonesia.

Meskipun penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-wallet* secara umum, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman kita tentang bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dalam konteks spesifik platform DANA di Indonesia. Mengingat pertumbuhan pesat dan potensi DANA dalam lanskap fintech Indonesia, penting untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan platform ini.

Dengan demikian, memahami bagaimana faktor-faktor seperti kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih *e-wallet* DANA menjadi penting untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif. Studi ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* DANA dikarenakan masih terdapat keluhan dari pengguna. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, diharapkan dapat dikembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan *e-wallet*, serta mendukung perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

## 2. Literature Review

### 2.1 E-Wallet

*E-wallet* atau dompet digital merupakan suatu inovasi di bidang teknologi finansial (*fintech*) yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara dan melakukan berbagai macam transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*. Menurut Tazkiyyaturrohmah (2018), *e-wallet* merupakan layanan elektronik yang berfungsi menyimpan data alat pembayaran, seperti kartu pembayaran atau uang elektronik, serta menyimpan dana dan melakukan transaksi pembayaran.

## 2.2 Kepercayaan ( $X_1$ )

Kepercayaan merupakan elemen penting dalam adopsi teknologi keuangan, termasuk *e-wallet*. Widodo et al. (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan pada *e-wallet* adalah keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan akan menepati komitmennya dan tidak mengambil keuntungan secara tidak adil. Kepercayaan ini berperan penting dalam mengurangi persepsi risiko serta ketidakpastian dalam transaksi online, termasuk penggunaan *e-wallet* (Purwanto et al., 2020). Penelitian mereka mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *e-wallet* di Indonesia menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet*.

Sejalan dengan itu, Prasetyani dan Hidayat (2020) dalam studi mereka tentang adopsi OVO di Surabaya juga menemukan bahwa kepercayaan memiliki dampak positif terhadap niat pengguna untuk memakai *e-wallet*. Mereka menekankan pentingnya keamanan dan privasi dalam membangun kepercayaan pengguna.

H<sub>1</sub>: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *e-wallet* DANA.

## 2.3 Kemudahan ( $X_2$ )

Konsep kemudahan penggunaan berasal dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Dalam konteks *e-wallet*, Ramadhan dan Hidayat (2018) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang besar. Kemudahan penggunaan *e-wallet* meliputi antarmuka yang ramah pengguna, proses pendaftaran yang cepat, serta berbagai opsi top-up yang tersedia (Anjelina, 2018). Penelitian mereka mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan GO-PAY di Surabaya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat pengguna untuk memakai layanan tersebut.

Penelitian lain oleh Wibowo et al. (2019) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* di Indonesia juga menegaskan pentingnya kemudahan penggunaan. Mereka menemukan bahwa kemudahan tidak hanya berdampak langsung terhadap niat penggunaan, tetapi juga memberikan pengaruh tidak langsung melalui persepsi kegunaan.

H<sub>2</sub>: Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *e-wallet* DANA.

## 2.4 Fitur Pelayanan ( $X_3$ )

Fitur pelayanan mengacu pada berbagai fungsi dan layanan yang ditawarkan oleh platform *e-wallet*. Fitur-fitur inovatif seperti pembayaran QR, transfer antar bank, dan program loyalitas menjadi faktor penentu dalam pemilihan *e-wallet* oleh konsumen Indonesia" (Huwaydi et al., 2018). Junadi dan Sfenrianto (2015) dalam penelitian mereka tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk memakai sistem pembayaran elektronik di Indonesia, menemukan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran elektronik berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan.

Lebih spesifik dalam konteks *e-wallet*, Megadewardanu et al. (2019) dalam studi mereka tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan GOPAY, menemukan bahwa fitur pelayanan seperti variasi layanan, kecepatan transaksi, dan dukungan pelanggan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pengguna.

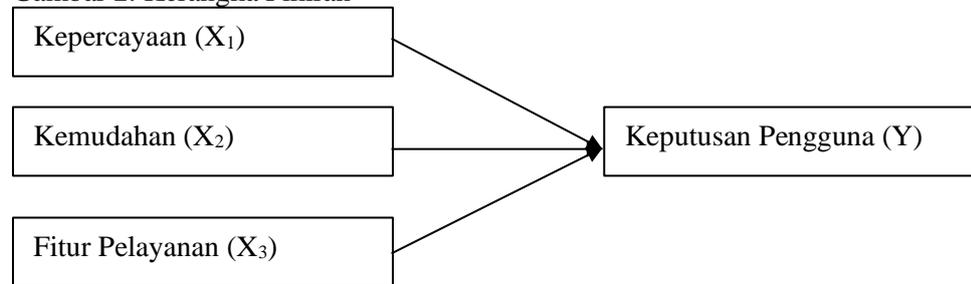
H<sub>3</sub>: Fitur Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *e-wallet* DANA.

## 2.5 Keputusan Pengguna ( $Y$ )

Keputusan pengguna dalam konteks *e-wallet* mengacu pada pilihan konsumen untuk mengadopsi dan menggunakan platform *e-wallet* tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), keputusan pembelian (yang dapat dianalogikan dengan keputusan penggunaan dalam konteks *e-wallet*) adalah hasil dari

proses evaluasi dimana konsumen memilih satu opsi di antara beberapa alternatif. Keputusan penggunaan *e-wallet* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persepsi kegunaan, norma subjektif, dan inovasi pribadi, selain kepercayaan dan kemudahan penggunaan (Widodo et al., 2019). Dalam konteks *e-wallet* di Indonesia, Ulfa dan Farida (2019) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*. Mereka menemukan bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan fitur pelayanan semuanya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Gambar 2. Kerangka Pikiran



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024.

### 3 Metodologi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Semarang dengan acuan data statistik yang diperoleh dari web Badan Pusat Statistik Kota Semarang populasi pada penelitian ini sebanyak 1.708.083 jiwa. Sehingga menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hasil permasalahan dalam penelitian. Sampel yang digunakan pada peneliti ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria adalah memiliki aplikasi *e-wallet* DANA dan telah menggunakan minimal satu kali. Pada saat menentukan sampelnya, rumus Slovin dipilih oleh peneliti dikarenakan total populasi sudah diketahui secara pasti, dengan perhitungan:

$$n = \frac{N}{(1 + (N)(e)^2)} = \frac{1.708.083}{(1 + (1.708.083)(10\%)^2)} = 99,99$$

Keterangan:

*n*: jumlah sampel

*N*: jumlah populasi

*e*: margin of error

#### 3.1 Operasional Variabel

Seluruh variabel penelitian akan diukur menggunakan instrumen kuesioner yang meliputi indikator-indikator dari keempat variabel dibawah. Setiap variabel tersaji pada tabel 1, yaitu:

Tabel 1. Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator
1	Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	Indikator kepercayaan menurut Kotler dan Keller (2018) yaitu kemampuan (ability), <i>willingness to depend</i> dan kejujuran (honesty).
2	Kemudahan (X <sub>2</sub> )	Menurut Wibowo et al., (2019) indikator kemudahan yaitu kemudahan pendaftaran, kemudahan penggunaan <i>interface</i> , kemudahan melakukan transaksi, kemudahan dalam mempelajari fitur dan kemudahan dalam menyelesaikan masalah.

No.	Variabel	Indikator
3	Fitur Pelayanan ( $X_3$ )	Indikator fitur pelayanan menurut Silaen & Prabawani (2019) yaitu variasi metode pembayaran, ketersediaan program loyalitas, kecepatan proses transaksi, kelengkapan layanan finansial, dan kualitas layanan pelanggan.
4	Keputusan Pengguna (Y)	Diadaptasi dari Ulfa & Farida (2019) indikator keputusan pengguna yaitu keputusan untuk mengunduh dan mendaftar DANA, frekuensi penggunaan DANA untuk transaksi, preferensi DANA dibandingkan metode pembayaran lain, keinginan untuk terus menggunakan DANA di masa depan dan kesediaan merekomendasikan DANA kepada orang lain.

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

Variabel penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini terdiri dari: Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ), Fitur Pelayanan ( $X_3$ ). Variabel terikat penelitian ini yaitu: Keputusan Pengguna (Y). Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Obyek penelitian ini adalah DANA yang merupakan salah satu *e-wallet* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Populasi penelitian ini yaitu pengguna DANA minimal sebanyak satu kali sehingga angkanya tidak bisa diperkirakan, berusia minimal 17 tahun dan bertempat tinggal di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang membeli produk melalui online pada Bukalapak. Total sampel yang diperoleh dari perhitungan Slovin diperoleh sebanyak 100 sampel. Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu angket ataupun kuesioner. Pada penelitian ini, kuesioner dibagikan pada konsumen yang menggunakan DANA melalui Google Form dan penyebaran langsung kepada responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang di mana pada riset ini adalah jawaban responden dari pernyataan-pernyataan yang disajikan pada pertanyaan berupa frekuensi, persentase, dan persentase kumulatif. Analisis deskriptif dalam penelitian ini mempergunakan Skala Likert. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 27 dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji F dan uji T. Persamaan regresi linear yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 \dots + e$$

Keterangan:

Y: Variable terikat

a: Konstanta

$b_1, b_2, b_3$ : koefisien regresi

$x_1, x_2, x_3$ : koefisien regresi

e: error

## 4 Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Uji Instrumen Data

#### 4.1.1 Uji Validitas

Uji ini merupakan pengukuran untuk menentukan tingkat keabsahan dan kelayakan suatu instrumen penelitian (Arikunto, 2019). Dalam penelitian ini, pengujian validitas menerapkan metode analisis faktor yang bertujuan untuk mengevaluasi item-item pertanyaan dalam mengonfirmasi suatu konstruk atau variabel (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan adalah *confirmatory factor analysis*, yang berfungsi untuk memverifikasi konfigurasi dimensi dan kemampuan indikator dalam mengonfirmasi variabel penelitian. Ketika indikator berperan efektif sebagai alat ukur konfigurasi, maka akan menghasilkan nilai *loading factor* yang tinggi. Metode ini akan mengelompokkan setiap indikator ke

dalam kategori faktor yang sesuai. Berdasarkan Ghazali (2018), pengujian dinyatakan valid apabila memenuhi dua kriteria: nilai loading factor melebihi 0,4 dan nilai KMO lebih besar dari 0,5.

Tabel 2. Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	KMO	Component Matrix	Loading Factor	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	.693	.927	.4	Valid
	X <sub>1.2</sub>	.693	.828	.4	Valid
	X <sub>1.3</sub>	.693	.824	.4	Valid
Kemudahan (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	.761	.691	.4	Valid
	X <sub>2.2</sub>	.761	.732	.4	Valid
	X <sub>2.3</sub>	.761	.745	.4	Valid
	X <sub>2.4</sub>	.761	.723	.4	Valid
Fitur Pelayanan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	.947	.746	.4	Valid
	X <sub>3.2</sub>	.947	.732	.4	Valid
	X <sub>3.3</sub>	.947	.920	.4	Valid
	X <sub>3.4</sub>	.947	.930	.4	Valid
	X <sub>3.5</sub>	.947	.885	.4	Valid
Keputusan Pengguna (Y)	X <sub>4.1</sub>	.798	.895	.4	Valid
	X <sub>4.2</sub>	.798	.648	.4	Valid
	X <sub>4.3</sub>	.798	.835	.4	Valid
	X <sub>4.4</sub>	.798	.773	.4	Valid
	X <sub>4.5</sub>	.798	.858	.4	Valid

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan pengujian pada variabel kepercayaan (X<sub>1</sub>), kemudahan (X<sub>2</sub>), fitur pelayanan (X<sub>3</sub>), dan keputusan pengguna (Y) mempunyai KMO > 0,5 artinya kecukupan sampel terpenuhi dan karena angka component matrix > 0,4 maka semua instrumen dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### 4.1.2 Uji Reabilitas

Uji ini merupakan suatu metode pengukuran yang digunakan untuk menilai konsistensi kuesioner yang berisi indikator-indikator variabel penelitian. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel ketika telah memenuhi standar kelayakan dan dapat diandalkan dalam proses pengumpulan data. Dalam pelaksanaannya, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan program SPSS dengan menerapkan metode statistik cronbach's alpha ( $\alpha$ ). Dalam menentukan reliabilitas suatu instrumen, terdapat beberapa kriteria pengambilan keputusan yang harus diperhatikan:

1. Cronbach's alpha > .70 maka variabel diinterpretasikan reliabel.
2. Cronbach's alpha < .70 maka variabel diinterpretasikan tidak reliabel.

Tabel 3. Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	0.876	.70	Reliabel
Kemudahan (X <sub>2</sub> )	.983	.70	Reliabel
Fitur Pelayanan (X <sub>3</sub> )	.953	.70	Reliabel
Keputusan Pengguna (Y)	.847	.70	Reliabel

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa seluruh variabel kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), fitur pelayanan ( $X_3$ ), dan keputusan pengguna ( $Y$ ) menunjukkan hasil perhitungan pada tiap variabel sejumlah  $> 0,70$  sehingga seluruh variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

## 4.2 Uji Model

Penelitian ini memiliki dua persamaan model yang akan diuji dimana uji model dilakukan guna mengetahui hubungan antar variabel. Hasil uji terhadap kedua model terdapat pada tabel berikut ini:

### 1. Uji koefisien Determinasi

Pada tabel dibawah terlihat bahwa *Adjusted R Square* sejumlah 0,771 yang artinya kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), fitur pelayanan ( $X_3$ ) mampu menjelaskan sebesar 77,1% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 22,9% dipengaruhi faktor-faktor lain bukan dari penelitian.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.620	.771	.52056

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

### 2. Uji F

Pada hasil tabel tersebut terlihat jika nilai F sebesar 81.032 dengan tingkat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga model dapat dinyatakan fit. Jadi artinya kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), fitur pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengguna.

Tabel 5. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	69.283	3	22.034	81.032	.000 <sup>b</sup>
	Residual	21.641	96	.243		
	Total	101.924	99			

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

## 4.3 Pengujian Hipotesis

### 4.3.1 Uji t

Tabel 6. Uji t

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.245	.216
	Kepercayaan ( $X_1$ ),	.245	.003
	Kemudahan ( $X_2$ )	.369	.000
	Fitur pelayanan ( $X_3$ )	.377	.001

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2024

Dari tabel diatas, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Hipotesis 1 yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna. Berdasarkan tabel diatas ditemukan nilai koefisien beta sejumlah 0,245 dan signifikansi sejumlah 0,003 yang nilainya  $< 0,05$ . Artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna sehingga "Hipotesis Diterima".

2. Hipotesis 2 yaitu kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna. Berdasarkan tabel diatas ditemukan nilai koefisien beta sejumlah 0,369 dan signifikansi sejumlah 0,000 yang nilainya  $< 0,05$ . Artinya kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna sehingga “Hipotesis Diterima”.
3. Hipotesis 3 yaitu fitur pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna. Berdasarkan tabel diatas ditemukan nilai koefisien beta sejumlah 0,377 dan signifikansi sejumlah 0,001 yang nilainya  $< 0,05$ . Artinya fitur pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna sehingga “Hipotesis Diterima”.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna DANA**

Berdasarkan hasil uji t nilai koefisien beta sebesar 0,245 dan signifikansi sebesar 0,003 yang nilainya kurang dari 0,05. Artinya kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna sehingga “Hipotesis Diterima”. Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet karena merupakan faktor fundamental yang mempengaruhi keinginan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan digital (Purwanto et al., 2020).

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kemampuan layanan yang disediakan oleh DANA. Pengguna merasa yakin bahwa DANA mampu memberikan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi. Selain itu, pengguna juga bersedia menggunakan aplikasi secara aktif karena kepercayaan yang telah terbentuk, baik melalui pengalaman pribadi maupun rekomendasi dari orang lain dan pihak resmi dari DANA. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan e-wallet untuk transaksi sehari-hari.

Studi yang dilakukan oleh Gefen et al. (2003) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi akan meningkatkan adopsi pengguna, karena kepercayaan menjadi faktor utama yang mengurangi ketidakpastian dalam penggunaan layanan digital. Selain itu, Shankar et al. (2020) menyatakan bahwa kepercayaan yang kuat pada platform e-wallet memperkuat niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

### **Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pengguna DANA**

Berdasarkan hasil uji t nilai koefisien beta sebesar 0,377 dan signifikansi sebesar 0,001 yang nilainya kurang dari 0,05. Artinya fitur pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna sehingga “Hipotesis Diterima”. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet karena meminimalkan usaha yang diperlukan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet karena meminimalkan usaha yang diperlukan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan" (Ramadhan & Hidayat, 2018). Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa pengguna merasakan kemudahan dalam berbagai aspek saat menggunakan aplikasi DANA. Proses pendaftaran berlangsung dengan cepat dan sederhana, antarmuka aplikasi dirancang agar mudah digunakan, dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah tanpa hambatan. Kemudian, pengguna mampu dengan cepat mempelajari fitur-fitur yang ada di aplikasi, dan ketika menghadapi masalah, penyelesaiannya dapat dilakukan dengan mudah melalui fitur yang tersedia pada DANA

Menurut Davis (1989), dalam model TAM, menjelaskan jika persepsi kemudahan penggunaan secara langsung memengaruhi sikap dan niat individu untuk menggunakan teknologi baru. Studi lain oleh Lu et al. (2011) juga menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin tinggi tingkat adopsinya, karena pengguna merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk menggunakan layanan tersebut.

## **Pengaruh Fitur Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna DANA**

Berdasarkan hasil uji t nilai koefisien beta sebesar 0,369 dan signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya kurang dari 0,05. Artinya kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna sehingga “Hipotesis Diterima”. Fitur pelayanan yang beragam dan berkualitas berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet karena meningkatkan nilai dan manfaat yang diperoleh pengguna” (Megadewandanu et al., 2019).

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa DANA menyediakan berbagai variasi metode pembayaran yang dapat memenuhi beragam kebutuhan pengguna, mulai dari pembayaran sehari-hari hingga transaksi bisnis. Selain itu, pengguna juga dapat menikmati program loyalitas yang menarik, seperti cashback dan reward points. Proses transaksi melalui DANA berlangsung dengan cepat dan efisien, yang meningkatkan kenyamanan pengguna. Di sisi lain, DANA juga menawarkan layanan finansial yang lengkap serta layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas, memastikan pengguna mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan dengan baik.

Penelitian oleh Kim et al. (2009) menemukan bahwa fitur pelayanan yang unggul dan sesuai dengan kebutuhan pengguna meningkatkan loyalitas dan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan layanan. Fitur pelayanan yang baik memberikan nilai tambah bagi pengguna sehingga mereka lebih cenderung untuk memilih platform yang menawarkan lebih banyak manfaat dan kenyamanan.

## **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna DANA**

Berdasarkan hasil uji f menunjukkan variabel kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif keputusan pengguna *e-wallet* DANA. Ketika ketiga variabel ini hadir secara bersamaan dan konsisten dalam satu platform, yaitu DANA, pengguna mendapatkan pengalaman yang lebih baik. Kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan DANA memberikan rasa aman kepada pengguna. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa hambatan, sementara fitur pelayanan yang lengkap, seperti variasi metode pembayaran dan program loyalitas, memberikan nilai tambah yang membuat pengguna merasa lebih puas. Dengan gabungan ketiga faktor ini, pengguna tidak hanya merasa nyaman menggunakan DANA, tetapi juga cenderung lebih loyal dan termotivasi untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

## **5. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan layanan *e-wallet* DANA. Kepercayaan terhadap keamanan dan privasi data pengguna menjadi elemen penting yang membentuk rasa aman dan kenyamanan dalam bertransaksi. Kemudahan penggunaan aplikasi, yang mencakup antarmuka yang intuitif dan proses transaksi yang sederhana, mempermudah pengguna dalam mengoperasikan layanan tanpa kesulitan. Selain itu, fitur pelayanan yang beragam, seperti variasi metode pembayaran, program loyalitas, kecepatan transaksi, dan kualitas layanan pelanggan, memberikan nilai tambah yang memperkuat keputusan pengguna untuk memilih dan terus menggunakan DANA.

Secara simultan, ketiga faktor ini saling melengkapi dan menciptakan pengalaman positif bagi pengguna. Ketika kepercayaan, kemudahan, dan fitur pelayanan hadir secara konsisten dan optimal, pengguna cenderung merasa lebih puas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap platform DANA. Dengan demikian, untuk menjaga dan meningkatkan adopsi serta loyalitas pengguna, DANA perlu terus mengoptimalkan ketiga faktor ini secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil. Pertama, penelitian ini terbatas pada pengguna DANA di wilayah tertentu, sehingga perlu dilakukan penelitian

dengan cakupan geografis yang lebih luas. Kedua, diperlukan studi longitudinal untuk memahami perubahan perilaku pengguna seiring waktu. Kemudian, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang meskipun cukup untuk analisis statistik, mungkin kurang representatif bagi populasi pengguna *e-wallet* DANA yang lebih luas. Penggunaan sampel yang lebih besar di penelitian mendatang dapat meningkatkan validitas eksternal dan keandalan temuan. Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner, yang membatasi pemahaman mendalam tentang dinamika yang terjadi di dalam organisasi. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif atau mixed methods untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai peran variabel kepercayaan, kemudahan dan fitur pelayanan terhadap keputusan pengguna *e-wallet* DANA.

## 6. Daftar Pustaka

- Anderson, E. and Weitz, B., 1989, "Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads", *Marketing Science*, Vol. 8, No. 4, pp. 310-23.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219-231.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Chandra, Y. U., Kristin, D. M., Suhartono, J., Sutarto, F. S., & Sung, M. (2019). Analysis of Determinant Factors of User Acceptance of Mobile Payment System in Indonesia (A Case Study of Go-Pay Mobile Payment). *Procedia Computer Science*, 161, 1106-1113.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Huwaydi, Y., Hakim, M. S., & Persada, S. F. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), A55-A59.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-Payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214-220.
- Kim, M., Chung, N., & Lee, C. K. (2009). The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products. *Tourism Management*, 30(2), 287-297.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Lu, Y., Zhou, T., & Wang, B. (2011). Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1892-1901.
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2019). Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. In 2019 2nd International Conference on Computer Science and Computational Intelligence (ICCSCI) (pp. 52-59). *Procedia Computer Science*.
- Nurrahmanto, and R. Rahardja, "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENIKMATAN BERBELANJA, PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SITUS JUAL BELI ONLINE BUKALAPAK.COM," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 0, pp. 182-193, May. 2015
- Prasetyani, P. A., & Hidayat, T. (2020). Pengaruh Trust, Perceived Ease of Use, dan Perceived Usefulness terhadap Minat Menggunakan E-Wallet OVO di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 592-603.

- Purwanto, E., Deviny, J., & Mutahar, A. M. (2020). The Mediating Role of Trust in the Relationship between Consumer Perception and Intention to Use E-Wallet. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(1), 1-15.
- Ramadhan, A. F., & Hidayat, T. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Penggunaan Layanan GO-PAY Pada Pelanggan PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2).
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing: How to get companies to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands.
- Shankar, V., Urban, G. L., & Sultan, F. (2020). Online trust: A stakeholder perspective, concepts, implications, and future directions. *Journal of Strategic Marketing*, 28(7), 594-619.
- Silaen, S. M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet XYZ. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 155-163.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 21-39.
- Ulfa, S. M., & Farida, N. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 184-193.
- Wibowo, B., Komarudin, A., & Sutrisna, E. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (pp. 2-16).
- Widodo, M., Irawan, M. I., & Sukmono, R. A. (2019). Extending UTAUT2 to Explore Digital Wallet Adoption in Indonesia. In *2019 International Conference on Information and Communications Technology (ICOIACT)* (pp. 878-883). IEEE.