

# User Decision Factors in Financial Apps: Application Features, Utility, and Risk Analysis

## [Faktor Keputusan Pengguna dalam Aplikasi Keuangan: Fitur Aplikasi, Utilitas, dan Risiko]

Indriani Candra Kartika<sup>1)</sup>, Rita Ambarwati Sukmono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

[ritaambarwati@umsida.ac.id](mailto:ritaambarwati@umsida.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to determine the role of application features, utilitarian benefits, and the level of risk in influencing usage decisions in users of the funds application. This study uses a causal quantitative approach with the population being users of the funds application. This research was conducted using probability sampling method with simple random sampling technique. The data consists of primary data with 138 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires and answers will be measured on a Likert scale. The data analysis technique uses the PLS-SEM method with the help of SmartPLS software version 3.0. The results of this study indicate that application features, utilitarian benefits, and risk levels have a positive and significant effect on the decision to use the fund application. The implication of this research is to increase company awareness in optimising the existing infrastructure in the funds application, so as to increase the convenience of users of the funds application.*

**Keyword.** E-Wallet DANA, Partial Least Square, SmartPLS.

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran fitur aplikasi, manfaat utilitarian, dan tingkat risiko dalam mempengaruhi keputusan penggunaan pada pengguna aplikasi dana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan populasi adalah pengguna aplikasi dana. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Data terdiri dari data primer dengan jumlah responden sebanyak 138 orang. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan jawaban akan diukur dengan skala likert. Teknik analisis data menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur aplikasi, manfaat kegunaan, dan tingkat risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dalam mengoptimalkan infrastruktur yang ada pada aplikasi dana, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pengguna aplikasi dana.*

**Kata Kunci.** E-Wallet DANA, Partial Least Square, SmartPLS.

## I. PENDAHULUAN

Sistem pembayaran tradisional dibangun di atas uang tunai. Instrumen pembayaran non-tunai, seperti kartu pembayaran, yang paling sering digunakan selain uang tunai dalam pembayaran ritel, masih relatif baru (1940-1950-an), dengan instrumen pembayaran inovatif yang dapat berfungsi sebagai alternatif uang tunai yang sudah ada bahkan sejak zaman dahulu [1]; [2]; [3]. Hal ini sejalan dengan era revolusi industri saat ini yang tidak hanya disruptif di bidang teknologi tetapi juga berdampak pada perekonomian.

Di sektor ekonomi. Salah satu perubahan yang terjadi pada industri keuangan adalah adanya *financial technology* (fintech) yang mempermudah akses layanan keuangan dan memperbaiki sistem agar lebih efisien [4]. Fenomena sosial ini semakin memudahkan pengguna dalam melakukan proses transaksi pembelian melalui sistem pembayaran tunai ke non-tunai, yaitu munculnya sistem pembayaran *electronic wallet (e-wallet)* sebagai alat pembayaran non-tunai berbasis teknologi [5]. *E-wallet* merupakan teknologi terbaru yang paling inovatif dan termasuk salah satu bentuk revolusi digital di bidang keuangan yang dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi keuangan bagi para penggunanya [6]. Keberadaan *e-wallet* ini dinilai lebih efisien dan aman untuk digunakan, sehingga banyak digunakan oleh masyarakat dan dari berbagai sistem pembayaran yang populer dikalangan masyarakat. Terutama pada generasi milenial dan generasi Z [7]. Instrumen ini memunculkan istilah *lesscash society* atau sistem pembayaran non tunai.

Data dari Bank Indonesia saat ini menunjukkan bahwa berdasarkan studi Insight Asia baru-baru ini yang berjudul 'Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook', sistem pembayaran non-tunai menjadi metode pembayaran yang lebih disukai masyarakat, dibandingkan dengan pembayaran tunai atau transfer melalui bank. Menurut hasil riset tersebut, 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai transaksi keuangan mereka [8]. Survei lain yang dilakukan oleh Ipsos di Asia Tenggara menemukan hasil yang menarik ketika berbelanja online,

masyarakat sangat dominan mengakses dompet digital daripada rekening bank. Terdapat 5 (lima) aplikasi dompet digital yang sering digunakan yaitu, Shopee, Gopay, Dana, Ovo dan Link Aja [9]. Salah satu dompet digital yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah aplikasi DANA.

Terbukti aman secara global, aplikasi DANA telah menjadi infrastruktur pembayaran digital yang melayani ratusan juta pengguna. Dibangun dengan teknologi keamanan kelas dunia, sistem DANA dipantau selama 24 jam. DANA juga menawarkan keamanan 100% dengan jaminan uang kembali. Pada tahun 2021, DANA menduduki peringkat ke-3 setelah OVO dalam daftar 5 besar e-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia. DANA dikembangkan sebagai bentuk dompet digital yang hanya dapat menyimpan dana dalam jumlah terbatas, sesuai dengan peraturan Bank Indonesia dan standar keamanan [10]. Menurut Head of Communications DANA Indonesia, Sharon Issabella, DANA mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2022, yaitu peningkatan jumlah rata-rata transaksi harian sebesar 160,30 persen atau 16,4 juta transaksi. Selain itu, kebiasaan pengguna dalam bertransaksi digital untuk mengirim uang juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 323,46 persen. Pada berbagai fitur unggulan lainnya juga mencatatkan peningkatan yang cukup signifikan diantaranya pembayaran QRIS sebesar 374,25 persen, pembayaran tagihan sebesar 172,47 persen, dan transaksi pembelian emas secara digital sebesar 262,87 persen [11].

Terlihat fenomena dan permasalahan yang terjadi mengenai penurunan loyalitas karyawan, perubahan harus dilakukan untuk meningkatkan loyalitas karyawan agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Setiap perusahaan atau instansi tidak luput dari keinginan memiliki karyawan dengan loyalitas kerja yang baik dan ahli dalam bidangnya. Jadi jika loyalitas karyawan baik, sehingga dapat menunjang keberhasilan suatu instansi tersebut. Diharapkan melalui pengembangan karir, work life balance, dan kompensasi terhadap karyawan dapat mendorong semangat kerja karyawan guna meningkatkan loyalitas karyawan sehingga apa yang telah menjadi tujuan sejak awal dari instansi dapat tercapai dengan maksimal.

Pertumbuhan ini disebabkan oleh kemampuan DANA yang semakin optimal dari segi teknologi, fitur, layanan, sistem keamanan, dan perluasan ekosistem. Pada tahun 2022, DANA menduduki posisi pertama dalam kategori 'Top Improvers' dalam Bank and Payment System Consideration Rankings 2022 oleh YouGov Brand Index. Peningkatan ini didasarkan pada skor brand consideration positif dari YouGov Brand Index, yang mengukur jumlah pelanggan dari sebuah lembaga keuangan atau merek layanan yang akan mempertimbangkan untuk menggunakan merek tersebut lagi di masa depan. Hasil pencapaian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna aplikasi, maka dapat menjadi pendorong alokasi DANA untuk semakin mendedikasikan dan memfasilitasi percepatan inklusi keuangan di Indonesia [12]. Keterkaitan DANA sebagai e-wallet dengan inklusi keuangan sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dirancang oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 sebagai langkah untuk memudahkan para pelaku usaha beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat. Inklusi keuangan dapat diartikan sebagai layanan yang menyediakan proses transaksi keuangan yang berkualitas, aman, tepat waktu, dan terjangkau serta dapat diakses oleh seluruh elemen masyarakat [13].

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi DANA memiliki kelemahan seperti koneksi internet yang tidak stabil di tempat-tempat tertentu yang menyebabkan kegagalan transaksi, masih banyak penyedia jasa keuangan yang belum memiliki izin resmi sehingga memungkinkan terjadinya penyimpangan transaksi [14]. Selain itu, DANA juga menerima berbagai keluhan seperti kegagalan transaksi, top-up, upgrade aplikasi, performa dan fitur aplikasi yang tidak optimal, dan saldo yang hilang [15]; [16]. Merujuk pada keluhan pengguna aplikasi DANA, terlihat bahwa pengguna akan mempertimbangkan banyak faktor sebelum memutuskan untuk menggunakan produk less cash society. Proses keputusan penggunaan adalah kombinasi pengetahuan yang digunakan untuk mengoreksi berbagai alternatif dan menentukan salah satunya sebagai rencana tindakan yang lebih baik [17]. Keputusan jasa merupakan prosedur pemilihan dan evaluasi jasa yang dipilih konsumen pada saat menentukan penggunaan dan pembelian jasa tersebut. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti preferensi pribadi, karakteristik layanan, dan dampak lingkungan [18].

DANA memiliki pertumbuhan transaksi yang signifikan karena strategi promosi yang cukup menarik dibandingkan dengan dompet elektronik lainnya. Hal ini tidak lepas dari kecanggihannya dan beragamnya fitur aplikasi yang ditawarkan. Fitur aplikasi merupakan aspek yang dibentuk untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian [19]. DANA sendiri pertama kali diperkenalkan ke publik pada kuartal ketiga tahun 2018 dengan fitur-fitur terbaru dan berbagai variasi promosi [20]. Aplikasi DANA memiliki berbagai fasilitas fitur seperti top-up, Berita Dana, Minta Dana, Kirim Dana dan Nearby. Oleh karena itu, keputusan penggunaan fitur aplikasi memegang peranan penting. Dengan fitur yang canggih dan mudah diakses, maka pengalaman pengguna akan meningkat dan kecenderungan untuk terus menggunakan aplikasi DANA [21].

Selain fitur aplikasi, salah satu faktor utama dalam menggunakan e-wallet adalah manfaat utilitarian karena dapat menilai produk secara rasional. Produk yang dibeli untuk penggunaan rasional dan didasarkan pada kebutuhan dasar konsumen dikenal sebagai produk utilitarian [22]. Manfaat utilitarian adalah manfaat instrumental, fungsional,

dan kognitif. Nilai utilitarian menunjukkan layanan yang efisien, spesifik untuk tugas tertentu, dan ekonomis. Keputusan manfaat utilitarian didasarkan pada pertimbangan objektif dari fungsi dan manfaat atribut produk. Seorang konsumen yang mengkonsumsi suatu produk dengan mempertimbangkan manfaat utilitariannya akan menilai produk tersebut dari karakteristik objektifnya secara rasional [23].

Tingkat risiko juga menjadi hal yang penting bagi konsumen dalam menggunakan e-wallet, karena persepsi risiko keamanan merupakan persepsi yang dimiliki pengguna tentang ketidakpastian dan dampak yang tidak diharapkan ketika menggunakan produk atau layanan [24]. Dalam sebuah penelitian menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pengaruh kepuasan elektronik yang secara positif dan signifikan dapat memediasi antara persepsi keamanan e-wallet terhadap keputusan penggunaan [25]. Artinya, dalam menilai secara subjektif terhadap kemungkinan yang terjadi dan tingkat keraguan pengguna terhadap konsekuensi atau dampak yang ditimbulkannya.

Penelitian sebelumnya menghasilkan temuan bahwa daya tarik promosi, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik Ovo dan DANA. Kemudian hasil penelitian Agnes et al., pada tahun 2022 secara simultan diferensiasi dan promosi penjualan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan aplikasi DANA [26]. Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan kecocokan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan. Rekomendasi yang diberikan adalah DANA harus meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan kondisi yang memfasilitasi. Untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pelanggan saat menggunakan DANA, akan lebih baik jika dikembangkan lebih lanjut dengan tampilan yang mudah dimengerti dan memberikan panduan yang bermanfaat. Selain itu, dapat membantu nasabah ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi DANA [27]. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu atau ketidak-konsistenan (research gap), maka hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut secara berkelanjutan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah perlunya dilakukan penelitian dengan variabel fitur aplikasi, tingkat risiko, dan manfaat utilitarian dalam keputusan penggunaan aplikasi DANA. Variabel-variabel tersebut belum pernah digunakan sehingga dapat melengkapi hasil penelitian mengenai keputusan penggunaan pada aplikasi DANA. Selain itu, pertimbangan penelitian dalam memilih topik keputusan penggunaan dikarenakan adanya kesenjangan antara pencapaian yang didapatkan oleh DANA dengan banyaknya keluhan dalam menggunakan aplikasi DANA.

**Rumusan Masalah** : Bagaimana fitur aplikasi, manfaat utilitarian, dan tingkat resiko mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi DANA.

**Pertanyaan Penelitian** : Apakah fitur aplikasi, manfaat utilitarian, dan tingkat risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA?

**Kategori SDGs** : Penelitian ini masuk dalam kategori ke dua belas (12) yaitu (*Responsible Consumption and Production*) atau konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Tujuan poin ke-12 adalah menjamin pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan. Mencapai pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan serta menyadari pentingnya pengurangan jejak ekologi dengan mengubah cara produksi, konsumsi makanan dan sumber daya lainnya.

## LITERATUR REVIEW

### E-Wallet

Dompet elektronik (e-wallet) atau dompet digital merupakan salah satu bentuk fintech sebagai salah satu alternatif metode pembayaran yang menggunakan internet dan masih termasuk dalam kategori e-money, namun memiliki perbedaan pada teknologi yang digunakannya [28]. Pada e-money, teknologi yang digunakan masih berbasis chip yang ditanamkan pada kartu, sedangkan pada e-wallet teknologi yang digunakan adalah server based, sehingga biasanya berupa aplikasi pada smartphone sebagai platform yang memerlukannya. jaringan internet saat melakukan transaksi [29]. E-wallet memiliki fungsi seperti dompet fisik pada umumnya, dan memberikan penggunaannya untuk menyimpan uang seperti di rekening bank dengan membuat akun pada aplikasi penyedia e-wallet [30]. E-wallet digunakan untuk mengakses sistem transaksi melalui Quick Response Codes (QR Code/QR Payment), Near Field Communication (NFC), dan One-Time Password (OTP) [31].

### Fitur Aplikasi

Fitur aplikasi ialah sarana untuk pembeda dari produk lainnya sedangkan layanan merupakan aktivitas yang difokuskan oleh sifat yang tidak terlihat dan memiliki kepemilikan dari pesaing yang lain [32]. Salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan pada pengguna dalam melakukan transaksi baik secara offline atau online yaitu fitur layanan. Perusahaan menyediakan berbagai fitur layanan yang sesuai kebutuhan ditujukan pada konsumen agar merasa puas dalam penggunaan produk yang diinginkan [33]. Terdapat empat indikator fitur aplikasi yang diidentifikasi oleh peneliti yang berdampak terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Indikator tersebut ialah kemudahan akses informasi, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur layanan, dan inovasi produk [34]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur aplikasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap

keputusan penggunaan e-wallet. Dengan kata lain, lebih banyak fitur aplikasi pada e-wallet, konsumen akan lebih sering menggunakannya. Oleh sebab itu, pentingnya meningkatkan fitur pada aplikasi guna mempertahankan para pengguna [35].

### **Manfaat Utilitarian**

Utilitarian merupakan manfaat-manfaat yang instrumental, fungsional dan kognitif. Manfaat utilitarian berfokus pada manfaat barang tersebut secara fisiknya, manfaatnya dan memiliki nilai bagi seorang konsumen. Nilai instrumental tersebut adalah ciri fisik nyata suatu produk seperti jumlah, berat dan jenis. Sedangkan nilai fungsional disini yaitu nilai yang diperoleh dari atribut produk secara fisiologis. Dan nilai kognitif terdiri dari keyakinan dan pengetahuan konsumen tentang produk [36]. Manfaat utilitarian relatif nyata dan berhubungan dengan efisiensi, utilitas, dan ekonomi. Manfaat utilitarian berkaitan dengan manfaat yang terkait dengan kepemilikan produk, mirip dengan teori orang ekonomi dan persepsi menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan [37]. Ketika manfaat dapat membantu pelanggan dengan memaksimalkan kegunaan, efisiensi, dan nilai ekonomi, manfaat tersebut dapat dikategorikan sebagai manfaat utilitarian. Kegunaan produk atau layanan secara efisien, spesifik, dan ekonomis ditunjukkan oleh nilai utilitarian. Keputusan tentang manfaat utilitarian didasarkan pada pertimbangan yang objektif tentang fungsi atribut produk dan manfaatnya. [38]. Konsumen yang membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan manfaat utilitariannya akan secara rasional menilai fitur objektifnya. [39]. Dalam mengidentifikasi manfaat utilitarian, terdapat beberapa indikator yang dapat diperhatikan diantaranya yakni: (1) penghematan uang, (2) kualitas, (3) kenyamanan, dan (4) bermanfaat [22].

### **Persepsi Resiko**

Persepsi resiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan suatu produk atau suatu layanan. Persepsi resiko dapat diartikan sebagai keraguan yang ditemui pelanggan saat mereka tidak bisa melihat peluang yang hendak berlangsung sebab ketetapan pengadaan yang dijalankan [40]. Konsumen cenderung tidak memiliki minat memanfaatkan produk ketika produk tersebut beresiko. Sebaliknya, ketika produk memiliki resiko yang kecil, kemungkinan besar konsumen memilih menggunakan produk tersebut. Sejatinya manusia tidak ingin berhadapan dengan resiko. Resiko yang memiliki dampak negatif yang harus dihadapi pengguna dari produk, seperti finansial rugi, atau tidak sesuai kinerja produk pada apa yang konsumen harapkan serta dalam mengoperasikan produk memakan waktu yang lama [41]. Terdapat beberapa indikator yang dipakai sebagai pengukur tingkat resiko yakni (1) waktu yang terpakai, (2) gangguan kinerja, (3) keadaan sistem keamanan, dan (4) jaminan keamanan [42].

### **Keputusan Penggunaan**

Keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan dan menilai dua atau lebih alternatif sebelum memilih satu diantaranya. Hasil dari proses integrasi ini ialah pilihan kognitif yang menunjukkan intensitas perilaku. Intensitas perilaku merupakan rencana untuk melakukan satu atau lebih [17]. Keputusan yang diambil pelanggan dalam menggunakan suatu produk dan jasa bermula dari munculnya pelanggan tersebut. kesadaran yang berdampak pada pencarian informasi lebih mendalam mengenai produk dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan juga diawali dari kesadaran akan kebutuhan dan keinginan terhadap suatu produk dan jasa, yang kemudian menyadari munculnya permasalahan lebih lanjut dan berdampak pada pelaksanaan tahapan yang berakhir pada tahap evaluasi setelah pembelian. produk dan layanan [43]. Indikator keputusan penggunaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

(1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan penggunaan, dan (5) pasca penggunaan [44].

## **II. METODE**

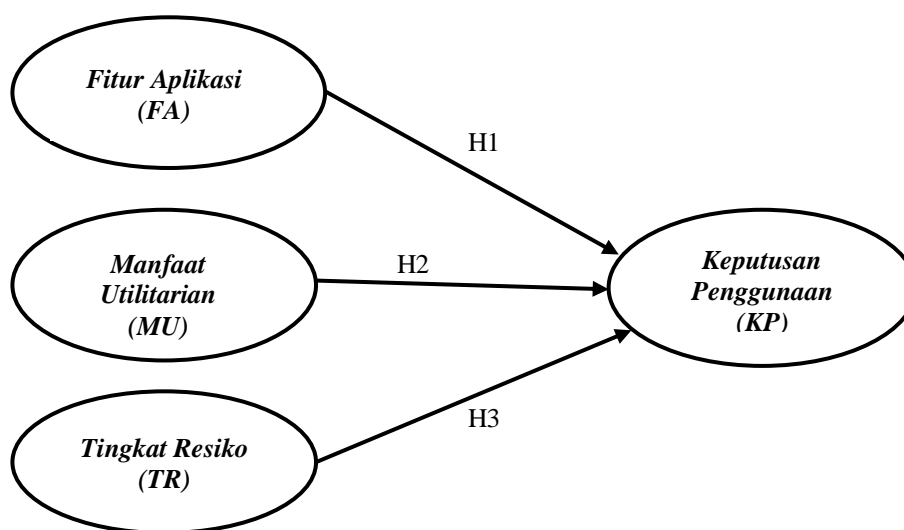
Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner sebagai sumber data utama. Kriteria target populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik dan pengguna aplikasi DANA. Penelitian ini berlangsung selama bulan September - Oktober 2023. Setiap item kuesioner pada setiap variabel dalam penelitian ini, yaitu fitur aplikasi, manfaat kegunaan, dan tingkat risiko dan keputusan penggunaan, diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin, dengan nilai sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode SEM (Structural Equation Modeling). Alasan metodologis utama yang membuat PLS-SEM menarik adalah karena pendekatan ini mengikuti paradigma prediktif kausal, yang tujuannya adalah untuk menguji kekuatan prediktif model yang dikembangkan dengan cermat berdasarkan teori dan logika [45]. Penentuan ukuran sampel dalam metode SEM adalah jumlah indikator dikalikan dengan 5-10 parameter [46]; [47]. Dengan demikian, jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 138 responden.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode PLS (Partial Least Squares) dengan bantuan software SmartPLS. Tahap pertama adalah outer model dimana dilakukan uji validitas yang terdiri dari (1)

Uji Validitas Konvergen dengan nilai standar loading factor  $> 0,70$ , Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai cut-off AVE  $> 0,50$ . Selanjutnya (2) Uji Discriminant Validity, dengan standar korelasi konstruk dengan item pengukuran yang lebih besar dari ukuran konstruk lainnya menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok lainnya. Uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha dan composite reliability, dengan nilai standar reliabilitas  $\geq 0,60$ . Tahap kedua adalah inner model dengan melihat nilai R-square sebesar 0.75, 0.50, dan 0.25, maka dapat disimpulkan model dengan inner model kuat, moderat, dan lemah. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai T- Statistics dan nilai P-Values. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai P-Values  $< 0,05$ . Sedangkan nilai t-statistik harus lebih besar dari t-tabel dan signifikansi (t-tabel signifikansi 5% = 1,96).

Penggunaan software Smart-PLS dapat dikaitkan dengan kemampuannya untuk menangani model kompleks dengan beberapa konstruk, mengeksplorasi hubungan antar konstruk yang ditambahkan untuk memperluas teori yang sudah ada dan menguji hubungan teoritis dari perspektif prediksi [48]. PLS digunakan untuk menganalisis data primer yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang telah diukur dalam penelitian ini.

Adapun kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

**Keterangan :**

- H1 : Fitur aplikasi diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pengguna aplikasi DANA.
- H2 : Manfaat utilitarian diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pengguna aplikasi DANA.
- H3 : Tingkat risiko diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pengguna aplikasi DANA.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada pengguna aplikasi dana. Kuesioner yang disebarakan berjumlah 138 responden, dengan jumlah pernyataan sebanyak 12 item. Dengan rincian pernyataan, untuk fitur aplikasi (FA) sejumlah dua (2), untuk variabel manfaat utilitarian (MU) sejumlah empat (4), untuk variabel tingkat risiko (TR) sejumlah tiga (3) dan pada variabel keputusan penggunaan (KP) sejumlah tiga (3). Dari data kuesioner yang telah diolah, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi dana lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki, dengan didominasi responden perempuan sebesar 60,4% dan responden laki-laki sebesar 39,6%. Jika dilihat dari segi usia, responden paling banyak berusia 19-24 tahun dengan 64%. Responden juga perlu mengisi pilihan pekerjaan mereka dengan lebih dari separuh total responden adalah pelajar/mahasiswa 61,5%, wiraswasta 29% dan freelance 9,5%.

## A. Loading Factor

Tabel 1. Loading Factor

	Fitur Aplikasi	Manfaat Utilitarian	Tingkat Resiko	Keputusan Penggunaan
FA2	0.899			
FA4	0.811			
KP1				0.890
KP2				0.907
KP3				0.706
MU1		0.772		
MU2		0.835		
MU3		0.753		
MU4		0.685		
TR1			0.594	
TR3			0.808	
TR4			0.780	

Sumber: Olah data Smart PLS, 2023

## B. Uji Convergent Validity dan Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2. Hasil Uji Convergent Validity dan Average Variance Extracted (AVE)

Variable	Sub-Variabel Code	Original Sample (O)	AVE
Fitur Aplikasi	FA1	0.899	0.733
	FA2	0.811	
Keputusan Penggunaan	KP1	0.890	0.705
	KP2	0.907	
	KP3	0.706	
Manfaat Utilitarian	MU1	0.772	0.583
	MU2	0.835	
	MU3	0.753	
	MU4	0.685	
Persepsi Resiko	TR1	0.594	0.538
	TR2	0.808	
	TR3	0.780	

Sumber: Olah data Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel 1 dan 2, dapat dilihat bahwa semua variabel telah memenuhi standar loading factor  $> 0,70$  yang menandakan bahwa semua data pada setiap variabel valid. Namun, salah satu sub variabel pada variabel Utilitarian Benefits dan Risk Level tidak memenuhi standar validitas loading factor yaitu  $> 0,70$ . Menurut [49] menyatakan bahwa untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading factor 0,50 sampai dengan 0,60 dianggap sudah mencukupi. Selain itu, nilai validitas AVE yang dihasilkan oleh masing-masing variabel juga telah melebihi standar nilai cut-off AVE  $> 0,50$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki validitas yang memadai.

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah mengukur reliabilitas konsistensi internal konstruk berdasarkan nilai cronbach's alpha, dan nilai composite reliability dengan masing-masing nilai  $\geq 0,60$ . Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 3.

### C. Uji Reliabilitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Fitur Aplikasi (FA)	0.624	0.846
Keputusan Penggunaan (KP)	0.784	0.876
Manfaat Utilitarian (MU)	0.762	0.848
Tingkat Resiko (TR)	0.562	0.774

Sumber: Olah data Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai di atas 0,6 dan dianggap telah memenuhi persyaratan reliabilitas konsistensi internal.

### D. Uji R Square

Koefisien determinasi (*R Square*) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) diharapkan berada diantara 0 dan 1. Pengujian model struktural dimulai dengan melihat nilai *R Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Nilai *R Square* sebesar 0,75 menunjukkan bobot yang kuat (*Good*), nilai *R Square* sebesar 0,50 menunjukkan bobot yang sedang (*Moderate*), dan nilai *R Square* sebesar 0,25 menunjukkan bobot yang lemah. Hasil uji R-square dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Uji R Square

	R Square	Adjusted R Square
Keputusan Penggunaan	0.486	0.475

Sumber: Olah data Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (*R square*) dari variabel keputusan penggunaan sebesar 0,486, artinya variabel fitur aplikasi, manfaat kegunaan dan tingkat risiko dapat menjelaskan variabel keputusan penggunaan sebesar 48,6% dan 51,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang dihipotesiskan.

### E. Uji Hipotesis

**Tabel 5.** Hasil Pengujian Hipotesis

Influence	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik ( O/STDEV )	P Values	Results	Hypothesis
Fitur Aplikasi -> Keputusan Penggunaan (H1)	0.160	0.168	0.067	2.386	0.018	Positive and significant effect	Accepted
Manfaat Utilitarian -> Keputusan Penggunaan (H2)	0.685	0.673	0.059	11.620	0.00	Positive and significant effect	Accepted
Persepsi Resiko -> Keputusan Penggunaan (H3)	0.176	0.153	0.071	2.476	0.014	Positive and significant effect	Accepted

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel fitur aplikasi (FA) terhadap variabel keputusan penggunaan (KP) memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,160 dengan nilai T-statistik lebih besar dari nilai T-tabel (1,96) yaitu 2,386 dan nilai P value  $< 0,5$  yaitu 0,018. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa fitur aplikasi berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, sehingga hipotesis H1 dapat dinyatakan diterima. Pada variabel manfaat utilitarian (MU) terhadap variabel keputusan penggunaan (KP) diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,685 dengan nilai T-statistik lebih besar dari nilai T-tabel (1,96) yaitu 11,620 dan nilai P value < 0,5 yaitu 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, sehingga hipotesis H1 dinyatakan diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manfaat utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H2 diterima. Variabel tingkat risiko (TR) terhadap keputusan penggunaan (KP) menghasilkan nilai koefisien parameter sebesar 0,176 dengan nilai T hitung lebih besar dari nilai T tabel (1,96) yaitu 2,476 dan nilai P value < 0,5 yaitu 0,014. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H3 diterima.

## **F. Pembahasan**

### **Hipotesis pertama : Fitur aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA.**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa fitur aplikasi memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, parameter "Keragaman layanan transaksi" mendapatkan hasil tertinggi dari responden. Hasil ini menunjukkan bahwa keragaman fitur yang tersedia di aplikasi Dana sangat memudahkan seluruh pengguna saat melakukan proses pembayaran. Konsumen lebih puas mengakses aplikasi Dana untuk melakukan transaksi karena aplikasi Dana memiliki beragam fitur layanan yang sangat membantu pengguna. Fitur aplikasi yang sangat erat kaitannya dengan suatu produk dan sering digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak membeli barang atau jasa yang ditawarkan, dapat memberikan dampak terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini memungkinkan untuk menawarkan suatu produk dengan beberapa fitur. Hasil ini sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa dengan adanya fitur-fitur yang canggih dalam memilih suatu produk, konsumen akan merasa terbantu dan lebih efisien. Dan bagi seorang pemasar, mengevaluasi semua fitur merupakan kunci penting bagi perusahaan dengan tujuan untuk membandingkan dan mengembangkan produk pesaing lainnya dapat membandingkan dan mengembangkan produk pesaing lainnya [50].

Parameter "Inovasi produk" merupakan parameter tertinggi kedua. Perhatian ini ditunjukkan oleh responden dengan pernyataan bahwa mereka merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi DANA karena memiliki inovasi produk seperti dana pay, dana rapor, pembayaran STNK via signal, kirim uang dan tarik tunai di alfamart. Kehadiran empat inovasi terbaru ini juga menunjukkan komitmen berkelanjutan DANA dalam mengoptimalkan teknologi yang dimilikinya untuk memberikan layanan keuangan digital terbaik, serta mendukung percepatan literasi dan inklusi keuangan digital. Hasil analisis penelitian ini juga sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa keragaman dan kelengkapan fitur pada suatu aplikasi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena fitur-fitur tersebut menjadi dasar penilaian konsumen terhadap nilai dan fungsionalitas produk tersebut [51]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang juga mengatakan bahwa fitur aplikasi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana [50].

### **Hipotesis kedua : Manfaat utilitarian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pengguna aplikasi DANA.**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa manfaat utilitarian memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, parameter "kenyamanan penggunaan aplikasi dana" mendapatkan hasil tertinggi dari responden. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat utilitarian memberikan kenyamanan dalam mengakses aplikasi dana dimana pengguna akan merasa lebih aman dan nyaman. Hasil ini sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa adanya manfaat dapat digolongkan ke dalam manfaat utilitarian ketika dapat membantu konsumen dengan memaksimalkan utilitas, efisiensi, dan nilai ekonomis bagi konsumen. Nilai utilitarian menunjukkan kegunaan dari suatu produk atau jasa dengan cara yang efisien, sesuai dengan tugas, dan ekonomis. Keputusan manfaat utilitarian didasarkan pada pertimbangan obyektif atas fungsi dan manfaat atribut produk [52].

Parameter "kualitas yang menawarkan banyak layanan transaksi" merupakan parameter dengan hasil tertinggi kedua. Parameter ini menyatakan bahwa dalam satu aplikasi dana terdapat berbagai layanan transaksi yang dapat diakses dengan mudah. Parameter ketiga "transaksi menggunakan dana memiliki banyak voucher". Parameter ini dinyatakan dengan item pernyataan bahwa pengguna akan lebih hemat ketika bertransaksi dengan menggunakan atau mengklaim



voucher yang tersedia di aplikasi dana. Parameter terakhir adalah "mendapatkan banyak keuntungan penawaran promosi penjualan untuk produk yang diinginkan" hasil ini menunjukkan bahwa pengguna merasa mendapatkan banyak keuntungan ketika bertransaksi menggunakan aplikasi Dana.

Hasil analisis penelitian ini juga sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa manfaat utilitarian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa variabel manfaat utilitarian secara signifikan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan [53].

### **Hipotesis ketiga : Tingkat risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pengguna aplikasi DANA.**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa tingkat resiko memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, parameter "keadaan sistem keamanan" mendapatkan hasil tertinggi dari responden. Hal ini membuat pengguna merasa nyaman dan aman dengan keadaan sistem keamanan yang tersedia saat melakukan transaksi pada aplikasi dana. Hasil ini sejalan dengan persepsi yang dimiliki oleh pengguna mengenai ketidakpastian dan dampak yang tidak pernah diharapkan ketika melakukan aktivitas [43]

Parameter "waktu yang digunakan" merupakan parameter dengan hasil tertinggi kedua. Perhatian ini ditunjukkan responden dengan pernyataan bahwa transaksi dengan dompet digital tidak membutuhkan waktu yang lama, hanya dengan mengakses melalui handphone sudah dapat melakukan transaksi pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai. Parameter ketiga adalah "jaminan keamanan". Parameter ini diungkapkan dengan item pernyataan bahwa aplikasi dana memberikan jaminan keamanan yang kuat terhadap privasi konsumen. Hal ini membuat pengguna merasa aman dan nyaman ketika melakukan proses transaksi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Haryani, yang menunjukkan adanya pengaruh tingkat risiko terhadap keputusan penggunaan. Risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Semakin kecil risiko yang dirasakan, maka semakin besar keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk[48]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umaningsih & Wardani, yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

## **IV. SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pada setiap variabel yang telah ditentukan yaitu fitur aplikasi, manfaat kegunaan, dan tingkat risiko mempengaruhi variabel keputusan penggunaan. Sehingga setiap variabel dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi e-wallet DANA. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fitur aplikasi, manfaat kegunaan, dan tingkat risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, yang pada akhirnya dapat memberikan analisis sebagai rekomendasi atau saran penggunaan aplikasi e-wallet DANA.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah hanya menggunakan data yang bersumber dari hasil kuesioner melalui google form. Pengukuran data yang bersumber dari kuesioner memiliki kelemahan di dalamnya, antara lain ketidakmampuan responden dalam memberikan informasi yang lebih detail karena keterbatasan jawaban atas pernyataan yang diberikan dalam kuesioner. Selain itu, responden juga memiliki kemungkinan untuk menjawab pernyataan dalam kuesioner tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah adanya kelanjutan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi untuk memperkuat pengaruh keputusan penggunaan aplikasi e-wallet DANA pada penelitian selanjutnya.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan puji syukur terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah. Banyak tantangan dan kendala yang dihadapi oleh penulis selama penulisan karya ilmiah ini, dengan adanya bantuan dari banyak orang akhirnya karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada instansi dan seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan berkontribusi kepada keberhasilan survei ini.

Didalam penulisan karya tulis ilmiah ini, penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam bentuk penulisan maupun ejaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dan membangun karya akademik ini agar sempurna. Terakhir sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang berkepentingan.

## REFERENSI

- [1] P. Cruz, L. B. F. Neto, P. Muñoz-Gallego, and T. Laukkanen, "Mobile banking rollout in emerging markets: evidence from Brazil," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 28, no. 5, pp. 342–371, 2010, doi: 10.1108/02652321011064881.
- [2] A. A. Alalwan, Y. K. Dwivedi, N. P. Rana, B. Lal, and M. D. Williams, "Consumer adoption of Internet banking in Jordan: Examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust," *Journal of Financial Services Marketing*, vol. 20, pp. 145–157, 2015, doi: 10.1057/fsm.2015.5.
- [3] J. Harasim and M. Klimontowicz, "Payment Features and Incentives as Drivers for Non-Cash Payments Usage – the Evidence from Poland," *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska, sectio H – Oeconomia*, vol. 56, no. 3, pp. 37–59, 2023, doi: 10.17951/h.2022.56.3.37-59.
- [4] A. A. Zaid, D. F. Kakeesh, G. A. Al-weshah, and M. M. Al-debei, "Consumer post-adoption of e-wallet: An extended UTAUT2 perspective with trust," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 9, no. 100113, pp. 1–16, 2023, doi: 10.1016/j.joitmc.2023.100113.
- [5] M. Richowanto and E. D. Susanti, "Analisis Persepsi, Perilaku dan Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Ulang Ovo di Surabaya," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, pp. 27–36, 2021, doi: 10.33370/jpw.v23i1.518.
- [6] F. Halim, M. Butarbutar, A. R. Malau, and Acai Sudir, "Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z," in *Proceeding on International Conference of Science Management Art Research Technology (IC-SMART)*, Research Synergy Foundation RSF Press, 2020, pp. 101–116. doi: 10.31098/ic-smart.v1i1.32.
- [7] A. Rosário and R. Raimundo, "Consumer marketing strategy and e-commerce in the last decade: A literature review," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 16, no. 7, pp. 3003–3024, 2021, doi: 10.3390/jtaer16070164.
- [8] BI Institute, "Dompnet Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi," 31 Maret. [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompnet-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- [9] A. Kurniawan, "Hikmah Pandemi Covid-19 Digital Naik Daun," 20 April. [Online]. Available: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14974/Hikmah-Pandemi-Covid-19-Dompnet-Digital-Naik-Daun.html>
- [10] Katadata.co.id, "E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online," 20 Juni, Databoks. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- [11] F. Saputra, "Punya Potensi Besar, DANA Sebut Pengguna dan Transaksinya Tumbuh pada 2023," 19 Juli. [Online]. Available: <https://keuangan.kontan.co.id/news/punya-potensi-besar-dana-sebut-pengguna-dan-transaksinya-tumbuh-pada-2023>
- [12] L. Puspaningtyas, "DANA Catat Transaksi 16,4 Juta per Hari pada 2022," 4 Januari. [Online]. Available: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rnyqms502/dana-catat-transaksi-164-juta-per-hari-pada-2022>
- [13] P. A. Apriliani and F. Yudiaatmaja, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha," *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 20–28, 2022.
- [14] F. Romadhon and Lathifah, "Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Penggunaan Aplikasi DANA Menggunakan Metode SWOT," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, vol. 3, no. 1, pp. 20–26, 2022, doi: 10.33365/jtsi.v3i1.1593.
- [15] Akromi, "Saldo DANA Hilang, Customer Service Tak Bisa Membantu," 8 Mei, Detiknews. [Online]. Available: <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-6709588/saldo-dana-hilang-customer-service-tak-bisa-membantu#:~:text=Jika Bapak ingin mengajukan pertanyaan,aman%2C nyaman%2C dan tepercaya.>
- [16] Playgoogle.com, "Keluhan Pengguna," Google Play. [Online]. Available: <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.dana&hl=id&gl=US&pli=1>
- [17] J. P. Peter and J. C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, 9th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [18] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- [19] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, 5th ed. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [20] Roy, "Daftar 10 Dompnet Digital Terpopuler di RI, Siapa Jawaranya?," 15 Agustus, CNBC Indonesia. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190815104730-37-92151/daftar-10-dompnet-digital-terpopuler-di-ri-siapa-jawaranya>
- [21] S. Syukriyyah and K. Karyaningsih, "Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa

- Karawang,” *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, vol. 3, no. 1, pp. 263–287, 2022, doi: 10.47467/manageria.v3i2.2329.
- [22] S. K. Sinha and P. Verma, “Impact of sales Promotion’s benefits on perceived value: Does product category moderate the results?,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 52, pp. 1–11, 2020, doi: 10.1016/j.jretconser.2019.101887.
- [23] A. Almaida and D. H. Saputra, “Pengaruh Manfaat Utilitarian dan Manfaat Hedonis serta Status Sosial terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Televisi Kabel ke Netflix,” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, vol. 1, no. 1, pp. 49–59, 2021, doi: 10.35912/jbpd.v1i1.280.
- [24] S. Priambodo and B. Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 127–135, 2016, doi: 10.14710/jiab.2016.11294.
- [25] B. B. Hapsoro and Kismiatun, “The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePay Through E-Satisfaction,” *Management Analysis Journal*, vol. 11, no. 4, pp. 396–405, 2022, doi: 10.15294/MAJ.V11I4.63725.
- [26] N. M. Didied, F. Yunitasari, and O. D. Puspita, “Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo and Dana),” *International Journal of Research in Business and Social Science*, vol. 11, no. 8, pp. 191–201, 2022, doi: 10.20525/ijrbs.v11i8.2060.
- [27] A. Amadea and Indrawati, “The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilities Conditions, Lifestyle Compatibility, and Perceived Trust on Intention to Use E-wallet Dana,” *The International Journal of Business & Management*, vol. 10, no. 8, pp. 1–11, 2022, doi: 10.24940/theijbm/2022/v10/i8/bm2208-002.
- [28] O. Szumski, “Digital payment methods within polish students - leading decision characteristics,” in *Procedia Computer Science*, Elsevier B.V., 2020, pp. 3456–3465. doi: 10.1016/j.procs.2020.09.051.
- [29] I. Umiyati, T. Eka Putri, and N. Maya, “Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use,” *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, vol. 3, no. 1, pp. 113–130, 2021, doi: 10.35310/jass.v3i01.898.
- [30] S. Shree, B. Pratap, R. Saroy, and S. Dhal, “Digital payments and consumer experience in India: a survey based empirical study,” *J Bank Finanach Technology*, vol. 5, no. 1, pp. 1–20, 2021, doi: 10.1007/s42786-020-00024-z.
- [31] S. C. M. Afolo and N. N. S. R. T. Dewi, “Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan,” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, vol. 13, no. 2, pp. 267–277, 2022, doi: 10.22225/kr.13.2.2022.267-277.
- [32] N. D. Abrilia and T. Sudarwanto, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 8, no. 3, pp. 1006–1012, 2020, doi: 10.26740/jptn.v8n3.p1006-1012.
- [33] C. L. Rithmaya, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking,” *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, vol. 16, no. 1, pp. 160–177, 2016, doi: 10.17970/jrem.16.160110.id.
- [34] W. I. Isnaini and B. Istiyanto, “Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay,” *MRI : Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, vol. 1, no. 2, pp. 240–256, 2023, doi: 10.55606/mri.v1i2.1081.
- [35] R. W. Aprilia and D. N. Susanti, “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, vol. 4, no. 3, pp. 399–409, 2022, doi: 10.32639/jimmba.v4i3.121.
- [36] H. Kusumahati, D. Fanani, and Sunarti, “Pengaruh Manfaat Utilitarian dan Hedonis Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) dari Ponsel Global ke Smartphone Blackberry (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 2, no. 1, pp. 57–64, 2023.
- [37] D. N. Susanti and S. Riptiono, “Pengaruh Customer Experience, Utilitarian Benefit dan Hedonic Benefit terhadap Intention to Recommended melalui Customer Satisfaction,” *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 2, p. 194, 2019, doi: 10.24843/matrik:jmbk.2019.v13.i02.p07.
- [38] S. K. Sinha and P. Verma, “Impact of Sales Promotion’s Benefits on Brand Equity: An Empirical Investigation,” *Global Business Review, International Management Institute*, vol. 19, no. 6, pp. 1663–1680, 2018, doi: 10.1177/0972150918794977.
- [39] A. N. Esfahani and M. Jafarzadeh, “Studying Impacts of Sales Promotion on Consumer’s Psychographic Variables (Case study: Iranian Chain Stores at City of Kerman),” *Institute of Interdisciplinary Business Research*, vol. 3, no. 9, pp. 1278–1288, 2012.

- [40] D. A. Dita Witami and I. W. Suartana, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 28, no. 2, pp. 1346–1376, 2019, doi: 10.24843/eja.2019.v28.i02.p21.
- [41] G. P. Brahmanta and N. I. K. Wardhani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya," *Sains Manajemen*, vol. 7, no. 2, pp. 97–108, 2021, doi: 10.30656/sm.v7i2.3580.
- [42] M. A. Arfiansyah, D. Vebriani, and A. Makarim, "Analisis Pengaruh Kemudahan, Kegunaan dan Tingkat Resiko Terhadap Keputusan Masyarakat Sukoharjo Menggunakan ShopeePay," *JIMEBIS – Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, vol. 4, no. 1, pp. 9–17, 2023, doi: 10.22373/jimebis.v4i1.290.
- [43] R. M. Acelian and H. A. Basri, "Analysis of Sales Promotion, Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet," *Int J Innov Sci Res Technol*, vol. 6, no. 1, pp. 1436–1441, 2021.
- [44] A. D. R. Ristiyantina, E. Sulistiyani, and Taviyastuti, "Influence Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived of Trust on decisions to use the Application of Pegadaian Digital Services by Customers at PT Pegadaian (Persero) Ungaran Branch Office," *JOBS (Journal of Business Studies)*, vol. 8, no. 1, pp. 47–58, 2022, doi: 10.32497/jobs.v8i1.3988.
- [45] W. Chin, Y. Cheah, Jun-HwaLiu, X.-J. Ting, HiramLim, and T. H. Cham, "Demystifying the Role of Causal-Predictive Modeling Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Information Systems Research," *Industrial Management & Data Systems*, vol. 120, no. 12, pp. 2161–2209, 2020, doi: 10.1108/IMDS-10-2019-0529.
- [46] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [47] M. Sarstedt, C. M. Ringle, and J. F. Hair, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, no. July. Springer Nature Switzerland AG, 2021. doi: 10.1007/978-3-319-05542-8.
- [48] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *European Business Review*, vol. 31, no. 1, pp. 2–24, 2019, doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203.
- [49] X. Li, J. Du, and H. Long, "Understanding the Green Development Behavior and Performance of Industrial Enterprises (GDBP-IE): Scale Development and Validation," *Int J Environ Res Public Health*, vol. 17, no. 5, p. 1716, Mar. 2020, doi: 10.3390/ijerph17051716.
- [50] R. W. Aprilia and D. N. Susanti, "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, vol. 4, no. 3, pp. 399–409, Jun. 2022, doi: 10.32639/jimmba.v4i3.121.
- [51] M. I. Fauzan and S. Sujana, "Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID," *Jurnal Informatika Kesatuan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–14, Feb. 2022, doi: 10.37641/jikes.v2i1.1377.
- [52] S. K. Sinha and P. Verma, "Impact of Sales Promotion's Benefits on Brand Equity: An Empirical Investigation," *Global Business Review*, vol. 19, no. 6, pp. 1663–1680, Dec. 2018, doi: 10.1177/0972150918794977.
- [53] T. Y. Evelina, A. Kusumawati, U. Nimran, and Sunarti, "THE INFLUENCE OF UTILITARIAN VALUE, HEDONIC VALUE, SOCIAL VALUE, AND PERCEIVED RISK ON CUSTOMER SATISFACTION: SURVEY OF E-COMMERCE CUSTOMERS IN INDONESIA," *Business: Theory and Practice*, vol. 21, no. 2, pp. 613–622, Sep. 2020, doi: 10.3846/btp.2020.12143

**Conflict of Interest Statement:**

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.