

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CREDIBILITY*, DAN *EASE OF USE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA *E-WALLET* DANA

(Studi Kasus Pengguna *E-Wallet* DANA Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang)

Arinda Maskuro, Siti Saroh, Rio Era Deka

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: maskuroarinda986@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh pengguna *e-wallet* Dana di Tengah transaksi jual beli. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan strategi pendekatan kuantitatif, yaitu menggunakan jenis penelitian survey. Metode pengujian dalam penelitian ini menggunakan pengujian *non-probability* yaitu *purposive sampling*. Prosedur pengujian data yang digunakan adalah SPSS 25 dengan melakukan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner dengan pernyataan mengenai *service quality*, *credibility*, *ease of use* dan kepuasan pengguna. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas islam malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* dan *ease of use* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan *credibility* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dalam uji F yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *service quality*, *credibility*, dan *ease of use* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Credibility*, *Ease Of Use*, Kepuasan Pengguna

ABSTRACT

This study is based on the problems faced by Dana e-wallet users in the middle of buying and selling transactions. In this study, the author uses a quantitative approach strategy, namely using a survey research type. The testing method in this study uses non-probability testing, namely purposive sampling. The data testing procedure used is SPSS 25 by conducting instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The data in this study were collected through distributing questionnaires with statements regarding service quality, credibility, ease of use and user satisfaction. This study was conducted on students of the Faculty of Administrative Sciences, Islamic University of Malang. The results of this study indicate that service quality and ease of use significantly affect user satisfaction, while credibility does not significantly affect user satisfaction. The F test conducted in this study showed that service quality, credibility, and ease of use simultaneously have a significant effect on user satisfaction.

Keywords: *Service Quality*, *Credibility*, *Ease Of Use*, Kepuasan Pengguna

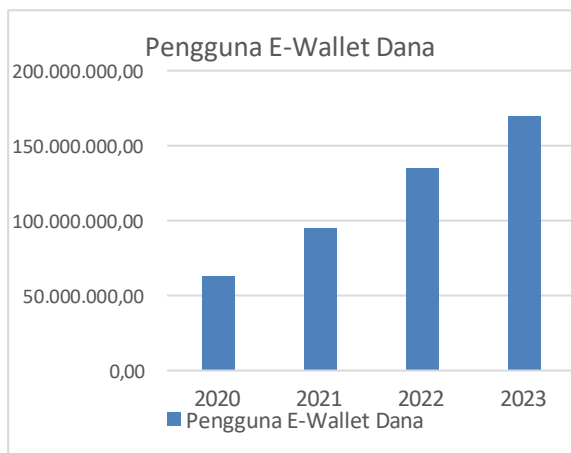
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pembayaran telah mengalami transformasi yang naik dalam beberapa tahun, sehingga sering sejalan dengan kemajuan dalam inovasi data dan komunikasi. Awalnya sistem pembayaran didominasi oleh metode *konvensional* seperti tunai dan cek.

Namun dengan munculnya inovasi digital cara orang melakukan transaksi mulai beralih ke *platform e-wallet* yang lebih efisien dan aman. Salah satu bentuk perkembangan dalam teknologi informasi dan ekonomi yaitu hadirnya *Financial Technology (Fintech)*.

Salah satu *e-wallet* terbesar di

Indonesia adalah DANA yang berasal dari perusahaan PT. Espay Charge Indonesia. Untuk membuat kehidupan pengguna lebih mudah DANA membuat penggunanya dapat membayar melalui dompet terkomputerisasi dan pertukaran non-tunai dan non-kartu. Konsep pangung terbuka DANA dapat digunakan dalam berbagai layanan dan *merchant* yang bermitra dengan DANA baik secara *online* maupun *offline*. DANA mempunyai strategi yang digunakan untuk menarik pengguna yaitu dengan memberikan *cashback* dan promosi yang sangat besar seperti pembelian pulsa dengan aplikasi DANA akan mendapatkan *voucher*. Dengan adanya *cashback* dan promo ini membuat pengguna tertarik dan berniat menggunakan *e-wallet* DANA.



Gambar 1. Peningkatan jumlah pengguna DANA

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan gambar 1 Pengguna *e-wallet* DANA mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2020-2023. Pada tahun 2020, ada 63 juta *e-wallet* DANA, pada tahun 2021 ada 95 juta pengguna *e-wallet* DANA, pada tahun 2022 ada 135 juta pengguna *e-wallet* DANA, dan di tahun 2023 ada 170 juta pengguna *e-wallet* DANA, dalam hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia telah banyak yang menggunakan *e-wallet* DANA.



Gambar 2. Berbagai keluhan pengguna DANA

Sumber Data : Rating Play Store, 2024

Ditengah pertumbuhan pesat pengguna *e-wallet* DANA, terjadi adanya berbagai persoalan yang dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan klien. Dapat dilihat dalam berbagai survei seperti gambar 2 yang diberikan oleh pengguna *e-wallet* DANA, yang mana sebagian pengguna mengungkapkan kekecewaan terkait masalah teknis seperti kesulitan dalam proses *top-up*, lambatnya respon dari *customer service* dan hilangnya saldo secara tiba-tiba. Jika hal ini dibiarkan terus menerus maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA. Untuk itu pengelola dana harus memperhatikan hal-hal yang memicu kepuasan pengguna diantaranya kualitas pelayanan, kredibilitas, dan kemudahan pengguna.

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah aspek yang sering kali diabaikan tetapi memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman pengguna. Menurut Artiza (2021), kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah keseluruhan karakteristik suatu barang atau manfaat dalam hal kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang ditunjukkan. Isu-isu yang sering muncul di *e-wallet* DANA yaitu lambatnya respon dari *customer service* dan kesulitan dalam menyelesaikan transaksi. Permasalahan tersebut dapat mengurangi kepuasan pengguna secara keseluruhan, Selanjutnya untuk memajukan kualitas benefitnya, *e-wallet* DANA harus

memperkuat sistem dukungan teknis.

Kredibilitas (*Credibility*) DANA sebagai penyedia layanan juga menjadi perhatian utama. Pengguna seringkali menilai kredibilitas berdasarkan pengalaman pribadi. Dalam Bachri (2021:14-15), menjelaskan bahwa kredibilitas (*Credibility*) merupakan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Namun ada beberapa permasalahan dalam *e-wallet* DANA yaitu seperti hilangnya saldo atau kesalahan transaksi yang dapat merusak kepercayaan pengguna.

Kemudahan penggunaan (*Ease Of Use*) juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Dalam buku TAM (*Technology Acceptance Model*, 2023) Wicaksono (2022:33), menyatakan bahwa pengguna cenderung memilih sistem yang mudah digunakan. DANA memberikan kemudahan penggunaan kepada setiap pengguna, namun meskipun kemudahan *e-wallet* DANA ini menjadi daya tarik, ada beberapa permasalahan yang muncul sehingga mengganggu pengguna diantaranya yaitu lambatnya proses transaksi.

Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang sebagai salah satu pengguna aktif layanan *e-wallet* DANA. Hal ini didorong oleh beberapa faktor yaitu dikarenakan proses transaksi yang cepat dan banyaknya promosi yang ditawarkan, sehingga *e-wallet* DANA digunakan dalam kebutuhan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi dari penggunaan uang tunai ke sistem pembayaran digital.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas, maka peneliti akan menetapkan judul penelitian “Pengaruh *Service Quality, Credibility, dan Ease Of Use* terhadap Kepuasan Pengguna *E-Wallet* DANA (Studi Kasus Pengguna *E-Wallet* DANA Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang)”

Landasan Teori

Manajemen Pemasaran

Menurut Ariyanto (2023:2), Pemasaran merupakan faktor terpenting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan atau bisnis dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. Pemasaran merupakan faktor yang paling penting, karena pemasaran sering disebut sebagai garda terdepan perusahaan. Menurut Razak (2023:2), Pemasaran merupakan salah satu kemampuan perusahaan selain produksi dan operasional, pendanaan, dan sumber daya manusia.

Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Menurut Tjiptono (2014: 268), Kualitas layanan merupakan upaya untuk memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan sekaligus memastikan bahwa teknik penyampaiannya akurat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Salah satu definisi kualitas pelayanan adalah kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan modifikasi pasokan yang sesuai. memenuhi kebutuhan mereka. Chandra (2020:64) menegaskan bahwa rahasia kesuksesan adalah menyediakan layanan berkualitas tinggi.

Credibility (Kredibilitas)

Menurut Bachri (2021:15), kredibilitas (*credibility*) adalah sumber daya yang diperlukan bagi bisnis untuk mencapai tujuannya. Bisnis harus memiliki informasi, keterlibatan, dan kapasitas yang memuaskan agar dapat dipercaya dan memberikan kepuasan kepada klien. Senada dengan Rakhmat (2018:321), validitas dapat berupa seperangkat persepsi komunikator tentang karakteristik komunikator..

Ease Of Use (Kemudahan Penggunaan)

Menurut Wicaksono (2022:33), dalam hipotesis *Innovation knowledge Show* (TAM). Kemudahan penggunaan merupakan penilaian pribadi

tentang seberapa mudah sebuah inovasi digunakan setelah mempelajarinya. Produktivitas dan aksesibilitas antarmuka terkait dengan kemudahan penggunaan inovasi. Senada dengan Yindrizar (2024:24), kemudahan penggunaan merupakan kemampuan untuk mengurangi waktu dan usaha seseorang dalam mempelajari sebuah sistem atau teknologi.

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Antara *Service Quality* terhadap Kepuasan Pengguna

Menurut Tjiptono (2014:268), definisi kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampainnya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cassany (2018), diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Hubungan Antara *Credibility* terhadap Kepuasan Pengguna

Menurut Bachri (2021:15), Kredibilitas (*Credibility*) adalah aset mendasar bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Kredibilitas (*Credibility*) yang tinggi menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pengguna. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sandy (2024), diperoleh hasil bahwa kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Hubungan Antara *Ease Of Use* terhadap Kepuasan Pengguna

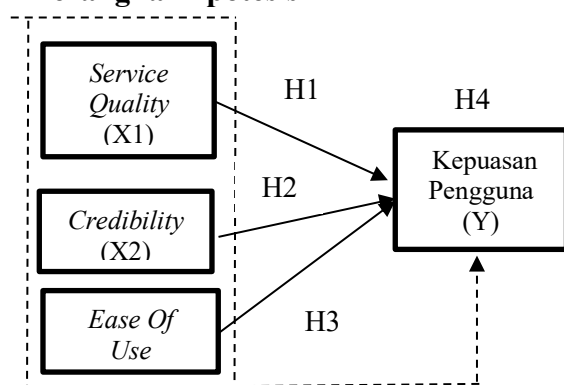
Menurut Wicaksono (2022:35), dalam buku *Technology Acceptance Model* (TAM), Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*) adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviano (2024), diperoleh hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pengguna.

Hubungan Antara *Service Quality*, *Credibility*, dan *Ease Of Use* terhadap Kepuasan Pengguna

Menurut Chandra (2020:64), kualitas pelayanan (*Service Quality*) merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Menurut Bachri (2021:15), Kredibilitas (*Credibility*) adalah aset mendasar bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Yindrizar. (2024:24), Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*) adalah kemampuan untuk mengurangi waktu dan usaha seseorang dalam mempelajari sebuah sistem atau teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality*) dan kemudahan penggunaan (*Ease Of Use*) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dan penelitian yang dilakukan oleh Sandy (2024), menyatakan bahwa Kredibilitas (*Credibility*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kerangka Hipotesis



Gambar 3. Kerangka Hipotesis

Sumber Data : Data diolah 2024

H1 : Pengaruh *Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

H2 : Pengaruh *Credibility* (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

H3 : Pengaruh *Ease Of Use* (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

H4 : Pengaruh *Service Quality* (X3), *Credibility* (X3), *Ease Of Use* (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam metodologinya, jenis penelitiannya adalah menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna DANA *E- Wallet*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Salah satu strategi pengambilan sampel *non- probability* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Malhotra dengan cara mengalikan jumlah faktor sebanyak 5, atau 5 x jumlah faktor, dalam penelitian ini melibatkan 75 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	X1.1	0,817	0,2272	Valid
	X1.2	0,873	0,2272	Valid
	X1.3	0,817	0,2272	Valid
	X1.4	0,774	0,2272	Valid
<i>Credibility</i> (X2)	X2.1	0,905	0,2272	Valid
	X2.2	0,914	0,2272	Valid
<i>Ease Of Use</i> (X3)	X3.1	0,873	0,2272	Valid
	X3.2	0,812	0,2272	Valid
	X3.3	0,810	0,2272	Valid
	X3.4	0,877	0,2272	Valid
	X3.5	0,753	0,2272	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Y.1	0,898	0,2272	Valid
	Y.2	0,939	0,2272	Valid
	Y.3	0,917	0,2272	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2025

Uji validitas adalah metode yang digunakan untuk menilai keabsahan item-

item dalam kuisioner. Sebuah kuisioner dianggap valid jika nilai rhitung lebih besar dari rtabel. Sebaliknya, jika rhitung lebih kecil dari rtabel, maka kuisioner tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, nilai rtabel dihitung dengan jumlah sampel $n = 75$, sehingga nilai $(n-2)$ menjadi $75-2 = 73$, yang menghasilkan rtabel sebesar 0,2272. Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuisioner penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Reliabilitas	Ket
<i>Service Quality</i>	0,873	>0,6	Reliabel
<i>Credibility</i>	0,792	>0,6	Reliabel
<i>Ease Of Use</i>	0,880	>0,6	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,905	>0,6	Reliabel

Sumber: Spss, 2025

Uji reliabilitas yaitu alat untuk mengetahui seberapa konsisten suatu item pernyataan yang digunakan secara berulang-ulang sehingga dapat menghasilkan informasi yang sama. Dalam hal ini, estimasi pengujian kualitas yang konsisten menggunakan nilai Croncach's Alpha (α). Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai hitung yang dihasilkan dalam hal ini adalah $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan tersebut valid. Pada variabel *service quality* nilai Croncach's Alpha yaitu 0,873, variabel *credibility* nilai Croncach's Alpha yaitu 0,792, variabel *ease of use* nilai Croncach's Alpha yaitu 0,880, dan variabel kepuasan pengguna nilai Croncach's Alpha yaitu 0,905. Hasil pengujian tersebut dapat dikatakan reliabel karena nilai hasil perhitungan Croncach's Alpha $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. One sample kolmogrov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21486521
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.115
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Spss, 2025

Uji Normalitas dapat menjadi uji yang digunakan untuk memutuskan apakah data variabel terdistribusi normal maupun tidak. Uji Kolmogorov- Smirnov diterapkan dalam hal ini. Berdasarkan tabel 3 dapat terlihat nilai (Asymp.Sig) sebesar 0,014, nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov untuk temuan penelitian lebih tinggi dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi persyaratan tipikal karena data yang tersisa terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.035	.982	.036	.972	
	Service Quality	.319	.093	.388	3.408	.001
	Credibility	.121	.122	.088	.992	.325

Ease Of Use	.292	.075	.426	3.864	.000	.355	2.820
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna							

Sumber :SPSS,2025

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah suatu uji kekambuhan yang diperoleh mengandung koefisien hubungan antar faktor independen (bebas). Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan apakah multikolonieritas ada dalam model regresi: jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,01 maka multikolonieritas tidak ada. Berdasarkan Hasil uji multikolonieritas untuk variabel kualitas layanan memperoleh nilai Tolerance sebesar 0,332 dan nilai VIF sebesar 3,009, variabel validitas memperoleh nilai tolerance sebesar 0,542 dan nilai VIF sebesar 1,844, sedangkan variabel kemudahan penggunaan memperoleh nilai tolerance sebesar 0,355 dan nilai VIF sebesar 2,820. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memperoleh nilai tolerance > 0,01 dan nilai VIF <10. Sehingga data pada penelitian tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.180	.656	1.799	.076
	Service Quality	.112	.063	.351	.1797
	Credibility	-.212	.081	-.397	2.603
	Ease Of Use	-.026	.050	-.099	.525

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : SPSS,2025

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara

persamaan regresi dengan perubahan dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Perhitungan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan persamaan apabila nilai signifikansi masing- masing variabel $> 0,05$ maka variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam pengamatan ini terdapat nilai signifikan $X_1 = 0,77$, $X_2 = 0,011$, $X_3 = 0,602$ yang lebih besar dari $0,05$. Maka dari hasil pengujian ini dapat dikatakan bahwa model regresi pada variabel independen (bebas) ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.035	.982		.036	.972
Service Quality	.319	.093	.388	3.408	.001
Credibility	.121	.122	.088	.992	.325
Ease Of Use	.292	.075	.426	3.864	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber :SPSS,2025

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memeriksa apakah ada pengaruh beberapa faktor bebas terhadap variabel terikat pada saat yang bersamaan. Hasil analisis berganda menghasilkan persamaan $Y = 0.035 + 0.315X_1 + 0.121X_2 + 0.292X_3 + e$. Berdasarkan persamaan ini, dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,035 menunjukkan bahwa value dalam variabel independen (bebas) tidak berpengaruh atau sama dengan nol (0). Jadi nilai kepuasan pengguna sebesar 0,035.
- Nilai koefisien regresi (βX_1) = 0,319, artinya jika *service quality* meningkat

1 satuan, kepuasan pengguna yang dicapai akan meningkat sebesar 0,319 dengan asumsi variabel *credibility* dan *ease of use* dianggap konsisten.

- Nilai koefisien regresi (βX_2) = 0,121, artinya jika variabel *credibility* meningkat 1 satuan, kepuasan pengguna yang dicapai akan meningkat sebesar 0,121 dengan asumsi faktor *service quality* dan *ease of use* dianggap konsisten.
- Nilai koefisien regresi (βX_3) = 0,292, artinya jika *ease of use* meningkat 1 satuan, kepuasan pengguna yang dicapai akan meningkat sebesar 0,292 dengan asumsi variabel *service quality* dan *credibility* dianggap konsisten.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t Digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pengujian dalam soal ini menggunakan persamaan jika nilai thitung $>$ ttabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk mengetahui ttabel, persamaan $df = n - k$ berarti $df = 75 - 3 = 72$. Jadi dapat diketahui bahwa nilai ttabel diperoleh hasil sebesar 1,665.

Berdasarkan tabel 6 Hasil uji t pada variabel *service quality* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung 3.408 yang mana lebih besar dari ttabel sebesar 1.665. sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel *service quality* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hasil uji t pada variabel *credibility* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,325 > 0,05$ dan nilai thitung 0,992 yang mana lebih kecil dari ttabel sebesar 1.665. sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel *credibility* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hasil uji t pada variabel *ease of use* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung 3.864 yang mana lebih besar dari ttabel sebesar 1.665. sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa

variabel *ease of use* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Uji F (Simultan)

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.450	3	82.483	53.621	.000 ^b
	Residual	109.216	71	1.538		
	Total	356.667	74			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						
b. Predictors: (Constant), Service Quality, Credibility, Ease Of Use						

Sumber : SPSS, 2025

Untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan, maka digunakan uji statistik F. Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka artinya variabel berpengaruh simultan. Berdasarkan hasil uji statistik F dapat diketahui bahwa tingkat nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ (5%). Sehingga dari hasil uji F ini dapat dikatakan variabel *service quality* (X1), *credibility* (X2) dan *ease of use* (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).

Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

Tabel 8 Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.681	1.240
a. Predictors: (Constant), Service Quality, Credibility, Ease Of Use				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna				

Kemampuan variabel dependen menjelaskan variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan skor 0,681. Berdasarkan hasil penelitian,

variabel independen *service quality* (X1), *credibility* (X2), dan *ease of use* (X3) mampu memprediksi variabel dependen kepuasan pengguna (Y) sebesar 68,1%, sedangkan variabel tambahan yang tidak disebutkan dalam penelitian ini mampu memprediksi sebesar 31,9%.

Pembahasan

Pengaruh *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan Pengguna *E-Wallet DANA*

Melalui hasil penelitian di atas dapat diketahui sesungguhnya nilai signifikansi uji t sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna. Hasil temuan ini membuktikan pengalaman layanan yang baik dapat menciptakan hubungan emosional yang positif antara pengguna dengan penyedia layanan. Pengguna akan lebih puas jika mereka yakin bahwa layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka. Di sisi lain, kualitas layanan yang buruk akan membuat pelanggan merasakan kecewa.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang pernah dilakukan oleh Alim (2002), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *service quality* (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce*.

Pengaruh *Credibility* (Kredibilitas) terhadap kepuasan pengguna *E-Wallet DANA*

Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *credibility* (kredibilitas) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,325, atau lebih dari 0,05, yang didapatkan dari uji-t. Hal ini dijelaskan oleh fakta bahwa hipotesis H0 menyatakan bahwa kepuasan pengguna tidak dipengaruhi oleh kredibilitas jadi, dapat dikatakan bahwa H0 diterima sementara

Ha ditolak.

Variabel *credibility* (kredibilitas) memiliki nilai sebesar 0,085 (positif), artinya apabila *credibility* (kredibilitas) *e-wallet* DANA dapat terjaga konsisten, sehingga akan memberikan dampak peningkatan kepuasan pengguna. meski demikian, dengan hasil uji t yang telah didapatkan dimana hasil signifikansi sebesar 0,325 lebih tinggi dari 0,05. Uraian tersebut membawa kita pada kesimpulan bahwa beberapa indikator *credibility* (kredibilitas) memiliki hubungan positif namun tidak signifikan mempengaruhi para kepuasan pengguna.

Hal ini sama seperti penelitian Juan pada tahun (2023) yang menemukan bahwa kredibilitas tidak memiliki dampak yang nyata terhadap kepuasan konsumen melakukan pembayaran menggunakan *Qris*.

Pengaruh *Ease Of Use* (Kemudahan Penggunaan) terhadap Kepuasan Pengguna *E-Wallet DANA*

Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan mempunyai nilai signifikan yang ditentukan dari uji t sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hipotesis Ha menyatakan bahwa Kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Salah satu elemen utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap DANA adalah kemudahan penggunaan, ketika pengguna merasa bahwa *e-wallet* DANA mudah untuk dinavigasi dan digunakan, maka mereka akan cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman transaksi mereka.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda, Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan menghasilkan nilai sebesar 0,292, yang menunjukkan korelasi positif antara kemudahan penggunaan dengan kebahagiaan pengguna.

Hal ini konsisten dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Asikin (2024),

penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel *ease of use* (kemudahan penggunaan) mempunyai pengaruh yang cukup besar dan positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile JKN di Kota Cimahi.

Pengaruh *Service Quality*, *Credibility*, dan *Ease Of Use* terhadap kepuasan pengguna *E-Wallet DANA*

Uji f Nilai signifikansi (simultan) adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sesuai dengan hasil analisis statistik di atas. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa kebahagiaan nasabah *e-wallet* Dana dipengaruhi secara simultan oleh *service quality* (X1), *credibility* (X2), dan *ease of use* (X3) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang, yang mana Ha dapat diterima dan Ho ditolak. Kepuasan pengguna adalah peran yang penting dalam pengembangan sistem informasi.

Sebuah perusahaan *Fintech* harus memberikan kualitas pelayanan yang baik. Pengaruh kepuasan pengguna dapat diperoleh dari beberapa faktor yaitu dari *Service Quality*, *Credibility*, dan *Ease Of Use*. Maka berdasarkan uraian tersebut, Variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu *service quality* (X1), *credibility* (X2), dan *ease of use* (X3) dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pengguna terhadap *e-wallet* Dana pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.

Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu dilakukan oleh Safitri (2021) menemukan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan (*Service Quality*) dan kemudahan penggunaan (*Ease Of Use*) secara bersamaan. Selain itu, penelitian Sandy (2024) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh *credibility* (kredibilitas).

PENUTUP

Kesimpulan

Service Quality berpengaruh

terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dan kualitas layanan berkorelasi secara signifikan. Hasil koefisien regresi juga positif (0,319) yang menunjukkan bahwa *Service Quality* memiliki dampak terhadap peningkatan kepuasan pengguna Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.

Credibility tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Nilai signifikansi $0,325 > 0,05$ menunjukkan bahwa kredibilitas (*Credibility*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil koefisien regresi yang positif sebesar 0,121 menunjukkan bahwa meskipun tidak ada pengaruh yang signifikan, *Credibility* tetap berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.

Ease Of Use berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Dengan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh *ease of use* (kemudahan penggunaan). Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang, hasil koefisien regresi positif (0,292) menunjukkan bahwa *ease of use* (kemudahan penggunaan) mempengaruhi kepuasan pengguna.

Service Quality, *Credibility*, dan *Ease Of Use* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Dengan nilai baik $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kredibilitas, dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama berpengaruh

terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.

Saran

Peneliti menyarankan kepada perusahaan terkait untuk memantau secara ketat signifikansi elemen-elemen ini, khususnya aspek *service quality* (kualitas layanan) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan), karena ini akan menjadi salah satu elemen yang akan dipertimbangkan pengguna dan akan berdampak secara tidak langsung pada tingkat kepuasan mereka terhadap dompet elektronik Dana.

Sebagai pengguna e-wallet Dana harus bisa lebih berhati-hati terhadap keamanan e-wallet Dana untuk menghindari dari penipuan dan aktivitas yang mencurigakan, serta pengguna e-wallet Dana juga harus lebih bijak dalam menggunakan e-wallet Dana dalam kehidupan sehari-hari agar tidak menimbulkan gaya hidup yang berlebihan dan memanfaatkan e-wallet dana dalam kehidupan keseharian.

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas dan menambahkan variabel-variabel lain sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang masih tersisa 31,9%, yang mana dapat menambahkan variabel keamanan, kenikmatan yang dirasakan dan fasilitas untuk mendapatkan hasil yang tidak seragam

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen* (Pertama). Malang: Bayumedia Anggota IKAPI.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., & Mulia Utama, A. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN (Saripudin. U, Ed.; Pertama). Bandung, Jawa

- Barat: Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.freepik.com
- Bachri, N. (2021). BUKU KREDIBILITAS Bank Syariah & Perilaku Nasabah. CV. SEFA BUMI PERSADA - ACEH, 125–125.
- Chandra. T, Chandra, S., & Hafni Layla. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: TINJAUAN TEORITIS. CV IRDH.
- Ghozali. I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Semarang.
- Iba. Z, & Wardhana. A. (2024). Buku Regresi Linier Sederhana dan Berganda (Pradana. M, Ed.; Pertama). Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Rakhmat. J. (2018). Psikologi Komunikasi (Surjaman. T, Ed.; pertama). Bandung: Simbiosis Rokutama Media .
- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti, D. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN BINIS. Jakarta. Retrieved from <http://www.penerbitnya.com>
- Wicaksono. R, S. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model. CV. Seribu Bintang. doi: 10.5281/zenodo.7754254
- Setiawan. D, & Enggraeni. F. L. (2024). Strategi Adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi Usaha Mikro Kecil (Duniawati. N, Ed.; Pertama). Indramayu Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.; kedua). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono. F. (2014). Pemasara Jasa. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit Andi).
- Wardhana, A. (2024). Consumer behavior in the digital era 4.0-edisi indonesia penerbit CV. Eureka media aksara (Pradana Mahir, Ed.; Pertama). Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Yindrizar, Susiana, Nazaruddin. E, & Vransiska. C. M. (2024). Implementasi Kualitas Sistem Informasi Akademik dalam Pelayanan Administrasi Akademik (Suardi. M, Ed.). Pasuruan: CV. Azka Pustaka.
- Cassany. A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kapal Laut Di Aceh (Studi Pada Kapal Kmp-Brr Aceh Di Pelabuhan Ule Lheue Banda Aceh). Jurnal Bisnis Net, 1(2). doi: [org/10.46676/bn.v1i2.323](https://doi.org/10.46676/bn.v1i2.323)
- Aldi, M., Ridho, A., Bambang, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Indonesia, E., Stiesia, (, & Surabaya,). (2021). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pt. Fastfood indonesia, tbk (studi kasus kfc cabang bg junction surabaya). Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id>
- Alim, Z. Z., & Firliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna E-Commerce Menggunakan Metode Service Quality The Effect of Information System Service Quality on E-Commerce User Satisfaction Using the Service Quality Method. Research : Journal of Computer, 5(2), 85–93. Retrieved from <https://doi.org/10.25273/research.v5i2.13605>
- Altonie, H., Sintani, L., Uda, T., Riassy Christa, U., & Joni Pambelum, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan

- Pengguna Jasa Pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Katingan. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, Desember, 2022(14), 340–362. Retrieved from <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Kartika. C. A., M., & Ratna Pamitkasih, T. (2023). Pengaruh Kemudahan Data, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 37–53. doi: 10.59031/jmsc.v1i3.155
- Apriliani. R, & Widodo, A. (2023). The Effect of Perceived Ease of Use on User Satisfaction in Applications Mobile Legend in Bandung with Demography as A Moderating. Article in Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) Humanities and Social Sciences, 5(3), 21307–21322. doi: 10.33258/birci.v5i3.6149
- Oktaviano. A. G. L, M. Sasmita. E, & Sari Bida. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna Brand Ultrajaya Pada Aplikasi HANOMAN di HIS. *KRAITH-EKONOMIKA*, 7(3). doi: 10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA
- Apriyanda. A, & Harti. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, dan Kredibilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Wallet Dana. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 06, Issue 1). Retrieved from <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Asikin, D., & Alam, C. (2024a). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Jkn (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Mobile JKN di Kota Cimahi) The Influence Of E-Service Quality And Ease Of Use On User Satisfaction Of The Jkn Mobile Application (Case Study of JKN Mobile Application Users in Cimahi City). *VARIABLE RESEARCH JOURNAL*, 01(01). Retrieved from <https://variablejournal.my.id/index.php/VRJ/article/view/29>
- Artiza, D., & Juwita, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pdam Tirta Ratu Samban. Retrieved from <https://www.jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/69>
- Fadilla, U., & Khairil Ahsyar, T. (2021). Analisa Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi Akademik dengan PIECES Framework. Retrieved from <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SNTIKI/article/view/14496>
- Runtunuwu. G, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813. Retrieved from <https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5973>
- Handayani, T., Hamdani, M., & Pantawis, S. (2019). Jurnal Analisis Pengaruh Timeliness, Apology, Redress, Facilitation, Credibility Dan Attentiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bpjs Kesehatan Di Kabupaten Batang). *SAINS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2). Retrieved from

- <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm/article/view/6062>
- Kusumo. H. M, & Rosyadi. I. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67. doi: 10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876
- Hendayana, Y., & Mei Evita Sari, A. (2021). jurnal Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jne Express Pondok Gede. 27(2), 153–169. Retrieved from <https://doi.org/10.55122/mediasti.ma.v27i2.294>
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181–202. doi: 10.30640/jmcbus.v1i4.1433
- Juan. E, & Indrawati. L. (2023). jurnal pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan brand image terhadap kepuasan konsumen melakukan pembayaran menggunakan qris. *K&k_jurnal manajemen*, 2(1). Retrieved from <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i1.757>
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Vol. 2). Retrieved from <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1233/825>
- Sari. M. I. R. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kredibilitas Dan Citra Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Surabaya. Retrieved from <http://eprints.perbanas.ac.id>
- Surbakti. O. G., Ginting, P., & Sulistya Rini, E. (2024). Proceeding 2 nd Medan International Economics and Business The Effect Of Perceived Ease Of Use, Perceived Security And E-Trust On User Satisfaction. Retrieved from <https://katadata.co.id>
- Pandansari, T., Esti Anggraeni, F., & Maritim Nusantara, A. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Keuangan Akademik di Akademi Maritim Nusantara Cilacap. *Saintara : Jurnal Ilmiah Imu-Ilmu Maritim*, 6(1). Retrieved from www.amn.ac.id.
- Prasanti. P. A., & Padmantlyo, S. (2024). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kemudahan penggunaan Terhadap Kepuasan pengguna Quick Response Indonesian Standar (Qris). In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3). Retrieved from <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/7182>
- Rusnendar, E., Meilanty, T., & Iswardani, D. L. (2023). The Role of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment in Affecting User Satisfaction on Grabfood Users in Bandung City. *International Journal of Global Operations Research*, 4(2), 79–87. Retrieved from <http://www.iorajournal.org/index.php/ijgor/index>
- Safitri, N., Lasiyono, U., & Arprabowo, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

- Dalam Menggunakan Jasa Gojek Di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasih. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(2). Retrieved from <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/4105/3063>
- Sandy, K. H., & Bharata, W. (2024). YUME : Journal of Management Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas dan Kegunaan terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. In YUME : Journal of Management (Vol. 7, Issue 1). Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/6406>