

**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019)**

**Eka Dewi Fitriyanti*)
Eka Farida **)
Alfian Budi Primanto ***)**

Email : ekadewi.0990@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of perceived convenience, perceived benefits and service features on the interest in using e-wallets in the DANA study application for students of the Faculty of Economics & Business class of 2019, Islamic University of Malang. The type of research used is quantitative. The research sample was taken by purposive sampling technique with the Malhotra formula used to take the sample, namely the number of items x 5 so that the total sample is 85 respondents. The data analysis method used in this study is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. Testing the data used is testing the simultaneous hypothesis (Test F) and testing the partial hypothesis (Test t). The results of his research show that perceived convenience partially has no effect on interest in using e-wallets. Perceived benefits partially have no effect on interest in using e-wallets. Service features have a significant and positive influence on interest in using e-wallets. Meanwhile, simultaneously perceived convenience, perceived benefits and service features have a significant effect on interest in using e-wallets.

Keywords: Perceived Convenience, Perceived Benefits, Service Features, and Interest in Using E-Wallet

Pendahuluan

Latar Belakang

Teknologi terus berkembang pesat di era globalisasi, dan salah satu sektor yang mengalami inovasi adalah layanan keuangan. Hal ini disebabkan oleh kemajuan digitalisasi dan semakin meluasnya jangkauan jaringan internet. *Fintech*, atau inovasi teknologi di bidang keuangan, seperti penggunaan *digital wallet* atau *e-wallet*, semakin populer dan mengubah cara transaksi keuangan. *E-wallet* adalah aplikasi terkoneksi dengan *internet* yang menyimpan uang elektronik, yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi hanya dengan *smartphone*. Survei Populix pada Juli 2022 merilis 10 besar *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia.

Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai *e-wallet* DANA yang menduduki posisi kedua dalam survei Populix. DANA didirikan pada Desember 2017 oleh Vincent Henry Iswaratioso dan memiliki tiga pilar utama dalam pemasarannya, yaitu *trusted*, *friendly*, dan *accessible*. Survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata *Insight Center* (KIC) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat yang menggunakan dompet digital hanya melakukannya sekali sebulan, menurut data riset yang dikutip dari databoks.co.id.

Menurut survei oleh Populix, 83% responden telah menggunakan *e-wallet* DANA yang menempati peringkat kedua dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Strategi pemasaran DANA

didasarkan pada tiga pilar: tepercaya, ramah, dan mudah diakses. Menurut survei oleh Kominfo dan KIC, sebagian besar orang Indonesia yang menggunakan dompet digital melakukannya sekali dalam sebulan. Kehadiran DANA telah membuat transaksi lebih mudah bagi pengguna tanpa perlu membawa banyak uang tunai. DANA sangat mudah digunakan, memiliki banyak fitur menarik, dan memiliki infrastruktur keamanan tingkat tinggi, menjadikannya pilihan yang populer bagi pengguna. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* meliputi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan fitur layanan. Persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan memiliki dampak signifikan pada minat pengguna, sedangkan fitur layanan memberikan hasil yang bercampur aduk dalam mempengaruhi minat pengguna.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan DANA, sedangkan fitur layanan juga memiliki pengaruh yang cukup baik. Banyak mahasiswa menggunakan *e-wallet* untuk pembayaran karena dianggap lebih mudah dan memberikan manfaat, serta memiliki fitur layanan yang lengkap. Oleh karena itu, penelitian akan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
4. Apakah ada pengaruh secara parsial antara fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara simultan persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
2. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
3. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
4. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA

Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di paparkan maka manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis UNISMA
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan literatur terkait manajemen pemasaran. Hasil penelitian manajemen pemasaran yang serupa serta sebagai

referensi bagi penelitian di masa yang akan datang yang ada hubungannya dengan pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* DANA.

2. Bagi Aplikasi DANA

Diharapkan mampu menjadi rekomendasi-rekomendasi perbaikan dan mengevaluasi produk serta menerapkannya untuk meningkatkan manfaat dan layanan pada dompet digital DANA.

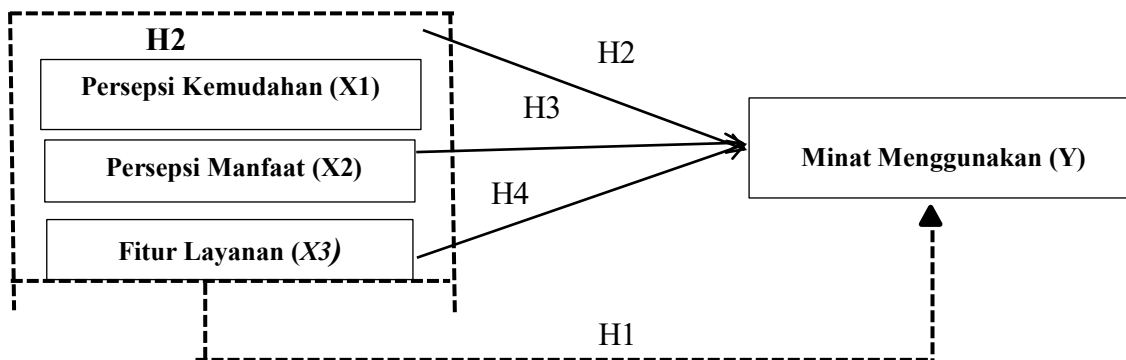
3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mempraktikkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah referensi serta ilmu pengetahuan tentang topik yang dibahas.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan pengembangan penelitian selanjutnya dan dapat ditemukan hasil lainnya.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *e-wallet*

H2 : Bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *e-wallet*

H3 : Bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *e-wallet*

H4 : Bahwa fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *e-wallet*

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *explanatory research* yang menggunakan pendekatan kuantitatif, Penelitian ini dilakukan di di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang yang terletak di JL. MT Haryono No. 193 Dinoyo Kec. Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur 65144. Pada Desember 2022- Februari 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah adalah masyarakat Desa Sengonagung yang menggunakan shopee. Maka Sampel yang digunakan dalam penelitian ini kemudian menerapkan rumus Malhotra, (2006) setidaknya empat atau lima kali lebih banyak dari elemen pertanyaan. Ada 20 indikator dalam penelitian ini. Oleh karena itu, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 85 sampel (17 item pertanyaan x 5). Purposive sampling digunakan selama proses pengambilan sampel.

Minat Menggunakan (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, dengan Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Fitur Layanan (X3) sebagai variabel

independen. untuk keperluan pengukuran variabel-variabel tersebut yang merupakan tanggapan yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini dengan menggunakan Pertama, kami melakukan skala Likert, uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi konvensional, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. bertujuan untuk analisis statistik deskriptif dengan SPSS.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Minat Menggunakan (Y)

Menurut Dewi & Warmika (2016), minat menggunakan adalah keinginan untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu yang cenderung memberikan perhatian atau kepuasan lebih besar kepada objek tersebut. Menurut Ahmad & Pambudi (2013), minat penggunaan adalah kecenderungan perilaku untuk yakin dan terus menggunakan sebuah sistem. Menurut Kotler (2015), minat adalah ketertarikan untuk mencoba dan memiliki produk setelah menerima rangsangan dari produk tersebut. Dengan demikian, minat menggunakan *e-wallet* adalah keinginan individu untuk menggunakan *e-wallet* yang didasari oleh perasaan senang terhadap produk tersebut, dan diikuti dengan keinginan yang meyakinkan bahwa *e-wallet* memiliki manfaat sehingga individu ingin melakukan transaksi pada *e-wallet*.

Variabel Independen

Persepsi Kemudahan (X1)

Menurut beberapa sumber, termasuk Ahmad & Pambudi (2013), Pramudana & Santika (2018), dan Jogiyanto (2015), persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi tidak akan menyulitkan atau memerlukan usaha yang besar, dan bahwa sistem tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan oleh semua orang. Hal ini berarti bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Penggunaan dan interaksi yang sering juga dapat menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem. Dengan kata lain, semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin mungkin seseorang akan menggunakannya.

Persepsi Manfaat (X2)

Persepsi manfaat merupakan keyakinan seseorang terhadap kemanfaatan suatu teknologi atau sistem dalam meningkatkan kinerjanya. Suatu produk seperti *e-wallet* dianggap memberikan manfaat jika dapat memudahkan, mempercepat, memberikan keuntungan tambahan, memberikan rasa aman, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran. Persepsi kemanfaatan juga dapat diartikan sebagai pandangan subyektif seseorang terhadap kemungkinan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerjanya.

Fitur Layanan (X3)

Menurut Tjiptono & Fandy (2012), fitur adalah elemen penting dari produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Fitur layanan juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi online. Sangadji & Sopiah (2013) menjelaskan bahwa fitur adalah karakteristik yang meningkatkan fungsi dasar suatu produk atau jasa dan menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih produk atau jasa tertentu. Suryani (2013a) menambahkan bahwa indikator ketersediaan fitur suatu sistem mencakup kemudahan akses informasi, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk. Dapat disimpulkan bahwa fitur

layanan adalah bagian penting dari atribut produk atau jasa yang memengaruhi keputusan konsumen dan memberikan manfaat dan fungsi yang berbeda dari produk atau jasa lainnya.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Minat Menggunakan (Y)	Y.1a	0,751	0,2133	Valid
	Y.1b	0,905	0,2133	Valid
	Y.2a	0,865	0,2133	Valid
	Y.2b	0,894	0,2133	Valid
	Y.3a	0,872	0,2133	Valid
	Y.3b	0,833	0,2133	Valid
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1a	0,829	0,2133	Valid
	X1.1b	0,786	0,2133	Valid
	X1.2a	0,774	0,2133	Valid
	X1.2b	0,850	0,2133	Valid
	X1.3a	0,843	0,2133	Valid
	X1.3b	0,740	0,2133	Valid
	X1.4a	0,845	0,2133	Valid
	X1.4b	0,880	0,2133	Valid
	X1.5a	0,890	0,2133	Valid
	X1.5b	0,898	0,2133	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1a	0,839	0,2133	Valid
	X2.1b	0,858	0,2133	Valid
	X2.2a	0,853	0,2133	Valid
	X2.2b	0,847	0,2133	Valid
	X2.3a	0,881	0,2133	Valid
	X2.3b	0,892	0,2133	Valid
	X2.4a	0,851	0,2133	Valid
	X2.4b	0,791	0,2133	Valid
	X2.5a	0,883	0,2133	Valid
	X2.5b	0,819	0,2133	Valid
Fitur Layanan (X3)	X3.1a	0,776	0,2133	Valid
	X3.1b	0,830	0,2133	Valid
	X3.2a	0,832	0,2133	Valid
	X3.2b	0,759	0,2133	Valid
	X3.3a	0,866	0,2133	Valid
	X3.3b	0,897	0,2133	Valid
	X3.4a	0,808	0,2133	Valid
	X3.4b	0,790	0,2133	Valid

Dari tabel diatas maka diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,2133 ($df = N-2 = 85-2=83$), dengan nilai sig. sebesar 0,05. Variabel Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y) dengan 3 indikator dan 6 pernyataan dinyatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel. Pada variabel persepsi kemudahan (X1) dengan 5 indikator dan 10 item pernyataan dinyatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel. Variabel persepsi manfaat (X2) dengan 5 indikator dan 10 pernyataan dinyatakan valid, karena nilai nilai r hitung > r tabel. Lalu, variabel fitur layanan (X3) dengan 4 indikator dan 8 item pernyataan dinyatakan valid, karena nilai nilai r hitung > r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> (Y)	0,928	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X1)	0,950	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,955	Reliabel
Fitur Layanan (X3)	0,927	Reliabel

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,7. Sehingga dapat disimpulkan instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89053796
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.070
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) dari variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, fitur layanan, dan minat menggunakan e-wallet adalah lebih besar dari alpha (0,05), yaitu 0,55. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat normalitas. Dengan demikian, kesimpulan ini dapat menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dapat mendukung model regresi pada penelitian ini.

Analisis data Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,196	5,113	Bebas multikolinearitas
X2	0,174	5,742	Bebas multikolinearitas
X3	0,241	4,153	Bebas multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF dan tolerance pada semua variabel independen berada dalam rentang nilai yang diharapkan, yaitu $VIF < 10$ dan $tolerance > 0.10$. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai VIF sebesar 5,113 dan nilai tolerance sebesar 0,196, variabel persepsi manfaat memiliki nilai VIF sebesar 5,742 dan nilai tolerance sebesar 0,174, dan variabel fitur layanan memiliki nilai VIF sebesar 4.153 dan nilai tolerance sebesar 0,241. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel dependen dengan variabel independen lainnya pada model regresi linear berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1	0,071	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas
X2	0,217	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas
X3	0,568	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji Glejser, nilai signifikan variabel persepsi kemudahan (X1) adalah 0,071, variabel persepsi manfaat (X2) adalah 0,217, dan variabel fitur layanan (X3) adalah 0,568. Karena semua nilai signifikansi variabel independen $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi linear berganda pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.769	1.354		.568	.572
	X1	.078	.069	.153	1.121	.266
	X2	.119	.071	.244	1.682	.096
	X3	.370	.095	.481	3.896	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

1. Konstanta minat menggunakan e-wallet sebesar 0,769 menunjukkan bahwa jika variabel bebas (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan) tidak berubah, maka minat menggunakan e-wallet akan meningkat sebesar 769%.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,078 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap konstan, maka persepsi kemudahan akan mempengaruhi minat menggunakan e-wallet dan akan meningkat sebesar 0,078.
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,119 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap konstan, maka persepsi manfaat akan mempengaruhi minat menggunakan e-wallet dan akan meningkat sebesar 0,119.
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,370 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap konstan, maka fitur layanan akan mempengaruhi minat menggunakan e-wallet dan akan meningkat sebesar 0,370.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	711.726	3	237.242	64.007	.000 ^b
	Residual	300.227	81	3.707		
	Total	1011.953	84			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						
b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat						

Berdasarkan tabel uji F dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ atas dasar tersebut dapat dinyatakan H1 diterima, ini artinya semua variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), dan fitur layanan (X3) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel minat menggunakan *e-wallet*.

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.769	1.354		.568	.572
	X1	.078	.069	.153	1.121	.266
	X2	.119	.071	.244	1.682	.096
	X3	.370	.095	.481	3.896	.000
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0.266 atau > 0.05 dan nilai signifikansi X2 sebesar 0.96 atau > 0.05 maka H2 yang berbunyi persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan dan H3 yang berbunyi persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan ditolak. Sedangkan, Nilai signifikansi X3 sebesar 0.00 atau < 0.05 maka H4 yang berbunyi fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.692	1.925
a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat				
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan				

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,692, hal ini menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan hanya menjelaskan sebesar 69,2% terhadap variabel dependen yaitu

minat menggunakan *e-wallet*, sedangkan sisanya sebesar 30.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat & Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan fitur layanan dari *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Kemudahan penggunaan seperti transaksi pembayaran yang cepat dan mudah dilakukan, serta kemampuan untuk melakukan pembayaran tanpa harus keluar rumah, menjadi faktor penting dalam persepsi penggunaan DANA oleh mahasiswa. Jika suatu sistem sulit digunakan, maka mahasiswa kurang cenderung menggunakannya. Persepsi manfaat juga krusial dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*. Jika pengguna merasakan manfaat secara terus menerus, maka mereka lebih cenderung menggunakannya secara berulang. Berbagai fitur layanan yang memenuhi kebutuhan mahasiswa, terutama dalam transaksi pembayaran, juga penting dalam meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan fitur layanan dari *e-wallet* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden merasa bahwa penggunaan DANA mudah dipelajari dan mudah digunakan untuk transaksi, hal ini tidak mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan *e-wallet* ini. Namun, mayoritas responden telah menggunakan *e-wallet* selain DANA atau menggunakan lebih dari satu jenis *e-wallet*, dan hal ini merupakan kebiasaan bagi mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang persepsi konsumen pada penggunaan *e-wallet*. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*, hasil penelitian ini tidak mendukung temuan tersebut.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil uji coba parsial, ditemukan bahwa manfaat yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan dompet digital, menolak hipotesis bahwa manfaat yang dirasakan memengaruhi niat untuk menggunakan dompet digital. Hal ini sejalan dengan studi Sulistia (2020) yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan dari teknologi tidak memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan dompet digital. Salah satu alasan untuk hal ini adalah bahwa pengguna sering merasa terbebani oleh biaya administrasi saat melakukan transaksi, meskipun menggunakan dompet digital dapat mempercepat transaksi pembayaran tanpa harus meninggalkan rumah. Persepsi responden terhadap aplikasi DANA yang membuat transaksi pembayaran lebih praktis dan akurat menunjukkan kesepakatan rata-rata. Namun, beberapa mahasiswa masih lebih memilih uang tunai karena lebih mudah digunakan dan tidak memerlukan top-up atau koneksi internet, meskipun sebagian besar mahasiswa menggunakan berbagai dompet digital untuk transaksi online dan offline. Hasil studi ini konsisten dengan temuan Sulistia (2020), namun berbeda dengan studi Ramadhan & Tamba (2022) dan Savitri & Muslim (2022), yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan memengaruhi niat untuk menggunakan dompet digital.

Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil pengujian sebagian, ditemukan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. Dengan demikian, hipotesis H4 yang menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet diterima. Keberagaman layanan dan fitur pada aplikasi e-wallet DANA dapat menambah nilai dan memenuhi kebutuhan pengguna, sehingga pengguna merasa puas dalam penggunaannya. Responden penelitian juga memberikan tanggapan positif terhadap fitur layanan pada aplikasi DANA, terutama fitur transaksi pembayaran yang menjadi kebutuhan pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu, namun berbeda dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet.

Saran dan Kesimpulan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis persepsi kemudahan (XI), persepsi manfaat dan fitur layanan (X3) terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis angkatan 2019 Universitas Islam Malang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan persepsi kemudahan , persepsi manfaat, fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Saran

Berdasarkan simpulan serta pembahasan pada penelitian ini maka peneliti akan memberikan saran diantaranya :

1. Bagi Aplikasi DANA
 - a. Perlu ditingkatkan serta di kembangkan lagi dari faktor manfaat, kepercayaan, pengalaman, promosi dan keamanan kepada para pengguna *e-wallet* agar para pengguna e-wallet akan merasa nyaman serta aman pada saat menggunakan *e-wallet*.
 - b. Perlu adanya peningkatan fitur layanan pada aplikasi DANA agar pengguna tetap tertarik dan loyal menggunakan aplikasi tersebut
 - c. Diharapkan DANA untuk terus melakukan inovasi dan perkembangan serta perbaikan agar pengguna merasa puas setiap kali menggunakan E-Wallet DANA dalam setiap transaksinya. Misalkan dengan menghapus 10 kali gratis transfer ke Bank dan menggantinya menjadi unlimited transfer seperti yang kompetitornya lakukan. Dengan begitu diharapkan pengguna DANA akan terus bertambah nantinya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan perbandingan dan acuan yang baik bagi penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti variabel-variabel lain yang lebih bervariasi, memperluas objek penelitian, dan mengembangkan faktor-faktor lainnya
3. Bagi Pengguna DANA

Diharapkan bagi pengguna DANA dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menggunakan aplikasi tersebut, sehingga dapat mempertimbangkan akan menggunakan aplikasi DANA secara terus menerus karena terdapat berbagai fitur yang bermanfaat

Keterbatasan

Berdasarkan simpulan serta pembahasan pada penelitian ini maka peneliti memiliki batasan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, fitur layanan memiliki kontribusi sebesar 69,2% terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet*. Sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini, untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.
2. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan tidak menggunakan wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh hanya berupa jawaban dari opsi yang dibuat.
3. Hasil penelitian ini terdapat dua variabel independen yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Maka dari itu diperlukan penelitian selanjutnya.

Referensi

- Arif. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta. Bandung
- Danang Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi. Jakarta
- Davis, G. (2016). *Kerangka Dasar : Sistem Informasi Manajemen*. Maxikom.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra' : Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13.
- Handayani dan Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika. Bandung
- Jogiyanto. (2015). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Andi.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga. Bandung
- Malhotra, N. . (2016). *Marketing Research An Applied Orientation*.
- Sani, A. M., & V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. UIN Press.
- Silalahi. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (4th ed.). PT Refika Aditama.
- Silalahi. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil* (1st ed.). PT Refika.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (33rd ed.). Pustaka Baru Press.
- Tai & Liu. (2015). *An Analysis of Factors Affecting the Intention to use Mobile Payment Services in Vietnam*. 10–12.
- Tjiptono & Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV. Andi Offset.
- Ulber Silalahi. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil* (Ke 1)

Eka Dewi Fitriyanti*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Eka Farida **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Alfian Budi Primanto ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma