



Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, dan *Confirmation* Terhadap Kepuasan Pengguna *Fintech E-wallet* DANA (Studi pada Pengguna *E-wallet* DANA Kabupaten Kebumen)

Fiki Nurul Hasna¹, Kabul Trifiyanto²

^{1,2}Universitas Putra Bangsa

fikinhasna@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Article History:

Received: September 17th 2023

Accepted: October 16th 2023

Published: October 28th 2023

Keywords:

Perceived Usefulness,
Perceived Security,
Confirmation, *Customer Satisfaction*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness, perceived security, and confirmation of the customer satisfaction of the Kebumen Regency DANA e-wallet users. The population in this study were DANA e-wallet users of Kebumen Regency. Data was collected using a questionnaire, using a Likert scale. This study took 100 respondents. The data analysis used is the validity and reliability instrument test, the classical assumption test, the multiple linear regression analysis test, the hypothesis test, and the coefficient of determination test. The data processing tool uses SPSS 25.0 for Windows. The results of this study show that perceived usefulness affects user satisfaction. Perceived security does not affect user satisfaction. Confirmation effect on user satisfaction. And jointly perceived usefulness, perceived security, and confirmation affect the satisfaction of users.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dalam instrumen pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Sistem pembayaran elektronik berbasis aplikasi yang populer di Indonesia dan banyak digunakan saat ini. Adanya kemudahan bertransaksi secara digital memicu semakin meluasnya pengguna dompet digital.

Databoks mencatat *fintech e-wallet* dengan pengguna 5 teratas yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi online. Secara berurutan yaitu OVO, ShoopePay, Gopay, DANA, dan LinkAja. Sementara itu, berdasarkan data DailySocial (2022) menyatakan bahwa Indonesia menjadi pengguna dompet digital terbanyak ke-3 di dunia dengan jumlah transaksi terbanyak secara berurutan pada tahun 2022 adalah OVO (58,9%), GoPay (58,4%), ShopeePay (56,4%), DANA (55,7%), dan LinkAja (18,4%). Jumlah pengguna *e-wallet* diprediksi akan terus mengalami peningkatan seiring dengan kemudahan layanan transaksi, kebiasaan menggunakan, kenyamanan, keamanan, serta adanya dukungan dan dorongan dari pihak pemerintah dalam hal kebijakan menuju pertumbuhan ekonomi digital.

Salah satu perusahaan *fintech e-wallet* yang populer dan baru di Indonesia yaitu DANA. DANA merupakan layanan *electronic wallet (e-wallet)* yang berperan sebagai alat pembayaran digital untuk menggantikan dompet konvensional. Selama beroperasi sejak soft launching

pada Maret 2018 hingga Oktober 2022, DANA sudah diunduh sebanyak lebih dari 50 juta kali (Appstore, 2022).

E-wallet DANA telah resmi menjadi lembaga keuangan berbasis teknologi informasi berdasarkan regulasi dan standar keamanan Bank Indonesia. Kelengkapan fitur layanan pada *e-wallet* DANA merupakan aplikasi yang dengan kemampuan teknologi dengan mempertimbangkan untuk melakukan transaksi dengan memfasilitasinya. . Layanan ini tidak harus bertemu dengan *customer service* atau *teller* dan dalam penggunaannya harus dipertimbangkan dalam pengguna *e-wallet* DANA melalui transaksi secara *online* maupun *offline*. Fasilitas yang dimiliki yaitu fitur Kirim Dana, atau *Send Dana*, fitur Minta Dana, fitur *Nearby Me*, fitur *Top Up*, dan fitur *Dana News*. Fitur merupakan sarana untuk membedakan dengan produk lain sedangkan layanan merupakan kegiatan yang ditujukan oleh sifat yang tidak berwujud dan tidak mempunyai kepemilikan dari pesaing yang lainnya (Kotler 2008).

Adanya fitur *e-wallet* DANA mampu memberikan pengalaman bagi pengguna untuk melakukan transaksi dengan cepat, mudah, serta dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* DANA. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (kenyataan yang dialami) terhadap ekspektasi (harapan) mereka (Kotler, 1997:40).

Bhattacharje (2001), menjelaskan konsep kepuasan *Expectation-Confirmation Theory*. Menurut Bhattacharje (2001) seseorang pada awalnya memiliki ekspektasi (harapan) yang tinggi dalam penggunaan teknologi informasi kemudian orang tersebut menggunakan dan mengevaluasi teknologi informasi apakah sesuai dengan yang diekspektasikan. Jika ekspektasi tersebut terkonfirmasi maka seseorang akan merasa puas dan terus melanjutkan penggunaan teknologi tersebut. Dapat diartikan bahwa kepuasan pengguna merupakan perasaan seseorang (senang atau kecewa) dari hasil perbandingan antara pengalaman atas kinerja yang didapat dengan ekspektasi (harapan) mereka yang telah terkonfirmasi.

Salah satu model yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan adalah *Expectation Confirmation Model* (ECM). ECM, model ini dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001). ECM merupakan model perilaku konsumen yang dikembangkan dari (ECT) oleh (Oliver, 1980). ECT oleh Oliver (1980) adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dengan pembelian. Model ECM berfokus pada variabel penerimaan setelah menggunakan suatu teknologi. Bhattacharjee (2001), juga menyatakan bahwa ECM telah diterapkan secara luas untuk menyelidiki perilaku konsumen pada tahap perilaku pasca-penggunaan suatu sistem teknologi informasi.

Kepuasan pengguna dipengaruhi oleh *perceived usefulness*. *Perceived Usefulness* merupakan pengguna mempercayai bahwa penggunaan sebuah layanan akan meringankan ataupun mempermudah pekerjaan ataupun aktivitas sehingga bermanfaat bagi penggunaannya (Tan dan Chou, 2008). *Perceived usefulness* dalam konteks *e-wallet* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan *e-wallet* dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien dan efektif (Phonthanukitithaworn et al., 2015). Konsumen harus merasa bahwa layanan *e-wallet* memungkinkan mereka membayar kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile mereka sehingga transaksi pembayaran dapat menjadi efektif dan efisien. Manfaat ini sangat efektif bagi orang-orang yang sibuk dengan pekerjaannya dan memiliki sedikit waktu luang, karena dengan adanya *e-wallet* DANA pengguna merasakan metode pembayaran yang efisien, dimana saja dan kapan saja serta pembayaran yang mudah.

Disisi lain, kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh *perceived security*. *Perceived Security*

biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, dan/atau penipuan dan penyalahgunaan wewenang (Armesh et al dalam Kinasih dan Albari, 2012). *Perceived Security* juga diartikan sebagai persepsi konsumen atas keamanan dalam melakukan transaksi e-commerce (Eid, 2011). Penelitian ini menambah variabel *perceived security* karena keamanan merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan pengguna layanan digital untuk membuat keputusan terkait kepuasan dan penggunaan layanan secara berulang. Menurut Huang dan Cheng (2012), suatu sistem yang berhasil, memiliki jaminan keamanan baik data pengguna maupun data transaksi. Perlindungan keamanan yang dirasakan dalam transaksi online akan meningkatkan kepuasan pengguna untuk terus menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Untuk memperkuat model kepuasan *Expectation Confirmation Model*, variabel *confirmation* juga mempengaruhi kepuasan pengguna. Konfirmasi (*confirmation*) merupakan konstruk yang mencerminkan realisasi dari apa yang diharapkan oleh pengguna terhadap penggunaan sistem, yaitu dengan menangkap harapan sebelum dan setelah menggunakan sistem (Chen, Meservy, & Gillenson, 2012). Penelitian Battacherjee (2001), mendefinisikan konfirmasi sebagai persepsi pengguna atas kesamaan antara harapan penggunaan sistem dengan penggunaan aktual.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, Dan *Confirmation* Terhadap Kepuasan Pengguna *Fintech E-Wallet DANA*" (Studi Pada Pengguna *E-Wallet DANA* Kabupaten Kebumen).

Kajian Teori

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan persepsi pengguna terkait pengalaman (yang dirasakan) setelah menggunakan suatu sistem informasi/ teknologi (Bhattacharjee, 2001). Menurut Bhattacharjee (2001), indikator kepuasan pengguna yaitu: (1) Pengalaman yang memuaskan, (2) Pengalaman yang menyenangkan, (3) Penyesalan, (4) Kepuasan secara keseluruhan.

Perceived Usefulness

Perceived usefulness adalah persepsi pengguna tentang manfaat yang dirasakan dari penggunaan suatu teknologi informasi (Hsu & Lin, 2015). Menurut Bhattacharjee (2001), indikator *perceived usefulness* yaitu: (1) Meningkatkan kinerja, (2) Meningkatkan produktifitas, (3) Meningkatkan efektifitas, (4) Manfaat sistem secara keseluruhan.

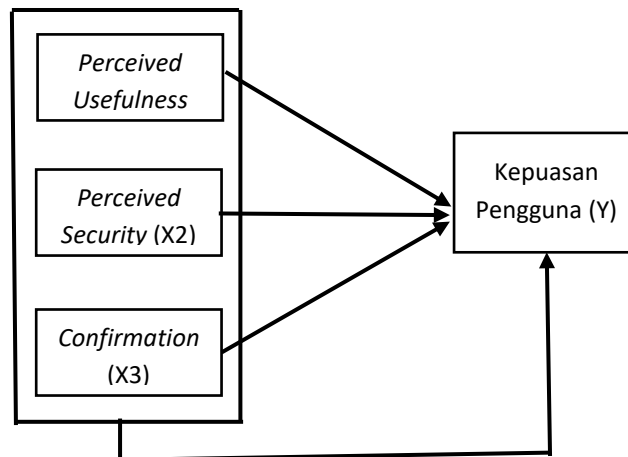
Perceived Security

Perceived security yaitu persepsi konsumen atas keamanan dalam melakukan transaksi (Eid, 2011). Menurut Sari (2019), indikator *perceived security* yaitu: (1) Tidak khawatir memberikan informasi, (2) Percaya bahwa informasi dilindungi, (3) Percaya transaksi terjamin keamanannya pada alat elektronik.

Confirmation

Confirmation adalah suatu persepsi pengguna tentang kesesuaian harapan pengguna atas penggunaan suatu teknologi informasi dengan kinerja aktual dari teknologi informasi tersebut (Bhattacharjee, 2001). Menurut Bhattacharjee dalam Susanto (2016), indikator *confirmation* yaitu: (1) Pengalaman lebih baik dari ekspektasi, (2) Manfaat lebih baik dari ekspektasi, (3) Ekspektasi secara keseluruhan, (4) Ekspektasi yang dimiliki benar.

Model Empiris



Gambar 1. Model Empiris

Metode Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Perceived usefulness*, *perceived security*, dan *confirmation*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kabupaten Kebumen yang merupakan pengguna *e-wallet* DANA. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang, menggunakan *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan Google Formulir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 25 for windows.

Hasil Dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan presentase 57% berjenis kelamin perempuan dan 43% berjenis kelamin laki-laki. Rentang usia sebanyak 48% dengan usia 18-22 tahun, 47% usia 23-28 tahun, 4% usia 29-34 tahun, 1% usia >35 tahun. Responden berdasarkan pekerjaan yaitu 38% pelajar/mahasiswa, 23% karyawan swasta, 5% pegawai negeri, 9% wiraswasta, 25% pekerjaan lainnya. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan, 35% dengan pendapatan < Rp 1.000.000, 37% dengan pendapatan Rp1.000.000 - 2.000.000, 15% dengan pendapatan Rp2.000.000 - 3.000.000, 13% dengan pendapatan > Rp3.000.000.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai *rhitung* > *rtabel* dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai *rhitung* < *rtabel* dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil analisis menggunakan program SPSS 25 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna

Variabel	Butir	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Ket.
Kepuasan Pengguna	1	0,751	0,196	Valid
	2	0,701	0,196	Valid
	3	0,612	0,196	Valid
	4	0,775	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat item butir pernyataan pada variabel kepuasan pengguna dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Perceived Usefulness

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Perceived Usefulness	1	0,619	0,196	Valid
	2	0,583	0,196	Valid
	3	0,604	0,196	Valid
	4	0,642	0,196	Valid
	5	0,707	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 2 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa lima butir pernyataan pada variabel *perceived usefulness* dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Perceived Security

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Perceived Security	1	0,777	0,196	Valid
	2	0,710	0,196	Valid
	3	0,775	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tiga butir pernyataan pada variabel *perceived security* dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Confirmation

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Confirmation	1	0,766	0,196	Valid
	2	0,606	0,196	Valid
	3	0,741	0,196	Valid
	4	0,760	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat butir pernyataan pada variabel *confirmation* dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji ini dilakukan dengan ketentuan jika Cronbach Alpha $> 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut reliabel. Jika Cronbach Alpha $< 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut tidak reliabel. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R-kritis	Cronbach's Alpha	Ket.
Kepuasan Pengguna	0,60	0,674	Reliabel
Perceived Usefulness	0,60	0,621	Reliabel
Perceived Security	0,60	0,622	Reliabel
Confirmation	0,60	0,690	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* pada variabel kepuasan pengguna sebesar 0,674, untuk variabel *perceived usefulness* sebesar 0,621, untuk variabel *perceived security* sebesar 0,622, dan untuk variabel *confirmation* sebesar 0,690. Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang

cukup besar yaitu $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisioner adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adapun hasil analisisnya sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

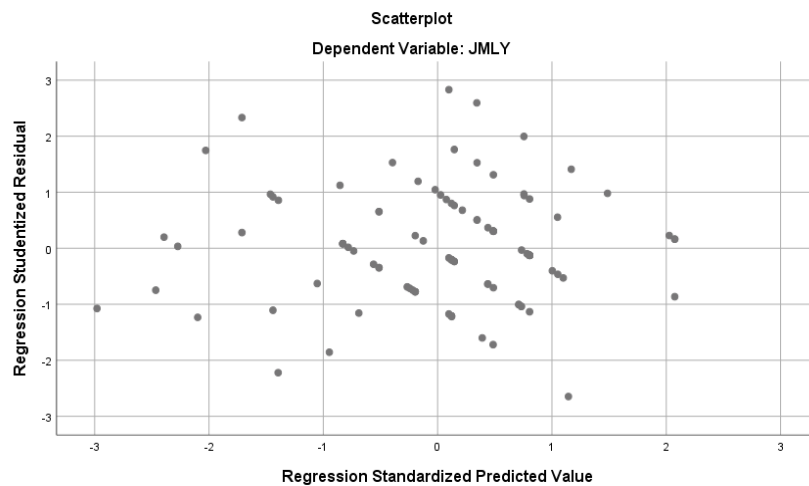
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>Perceived Usefulness</i>	.649	1.540
<i>Perceived Security</i>	.760	1.316
<i>Confirmation</i>	.550	1.817

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna
 Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil uji multikolinieritas Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa semua variabel bebas menunjukkan angka VIF dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1. Berarti model regresi yang digunakan dapat dipakai karena tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual disatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil analisis diperoleh sebagai berikut:



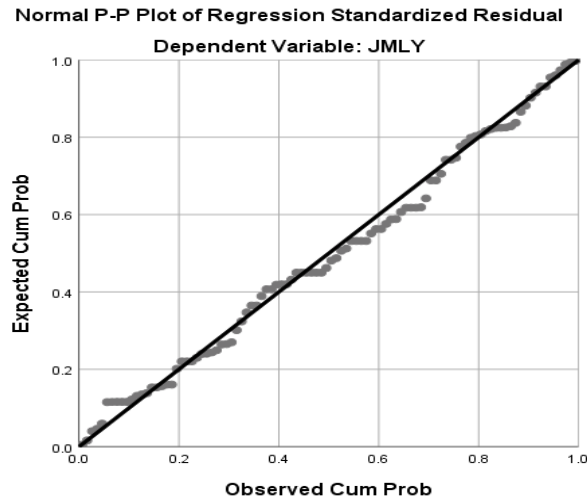
Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa titik-titik di dalam *scatter plot* menebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak mengandung heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier, variabel dependen, variabel intervening, variabel independen terdistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik harusnya mempunyai distribusi data yang normal atau mendekati normal. Adapun hasil analisisnya:



Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 3, terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian untuk uji t dalam penelitian ini adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima. Dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$, maka H_a ditolak. Nilai t_{tabel} dari perhitungan rumus $df = n - k$ ($100 - 3 = 97$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%, sehingga dihasilkan angka t_{tabel} sebesar 1,984.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.153	1.048		.146	.885
<i>Perceived Usefulness</i>	.428	.067	.478	6.375	.000
<i>Perceived Security</i>	.064	.091	.049	.706	.482
<i>Confirmation</i>	.397	.081	.400	4.917	.000

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil menunjukkan hasil $t_{hitung} 6,375 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_1 **diterima**.

Hasil menunjukkan hasil $t_{hitung} 0,706 < t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,482 > 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa *perceived security* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_2 ditolak.

Hasil menunjukkan hasil $t_{hitung} 4,917 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *confirmation* terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_3 diterima.

Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang nyata antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara bersama- sama. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	180.671	3	60.224	59.500	.000 ^b
Residual	97.169	96	1.012		
Total	277.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), *Confirmation*, *Perceived Security*, *Perceived Usefulness*

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa F_{hitung} adalah $59,500 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived security*, dan *confirmation* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar presentase variasi dalam variabel independen terhadap variable dependen. Koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat dari besarnya nilai R square.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.639	1.00607

a. Predictors: (Constant), *Confirmation*, *Perceived Security*, *Perceived Usefulness*

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 9 diatas, hasil uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai angka R Square sebesar 0,650. Hal ini berarti 0,65 atau 65% variasi dari kepuasan pengguna bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, *Confirmation* sedangkan sisanya ($100\% - 65\% = 35\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis variabel *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna menunjukkan hasil $t_{hitung} 6,375 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA. Pengguna merasa efisien, mudah dipahami, mudah digunakan, serta bermanfaat sebagai sarana untuk bertransaksi ketika menggunakan *e-wallet* DANA, sehingga mempengaruhi kepuasan pengguna. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Desribeth Palullungan (2022), dan penelitian Fitri Sintya Dewy (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* atau manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_1 **diterima**.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut menunjukkan adanya fitur yang bermanfaat dari *e-wallet* DANA dapat memberikan manfaat bagi penggunanya ketika bertransaksi. Sehingga dapat diartikan *perceived usefulness* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna, dimana manfaat yang dirasakan dari penggunaan *e-wallet* DANA dapat menimbulkan kepuasan pada pengguna.

Pengaruh *Perceived Security* Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis variabel *perceived security* terhadap kepuasan pengguna menunjukkan hasil $t_{hitung} 0,706 < t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,482 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived security* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA. Tidak berpengaruhnya variabel *perceived security* terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA dalam penelitian ini dapat dilihat dari pernyataan indikator *perceived security* pada penelitian yang diajukan kepada responden, yang menyatakan bahwa pengguna tidak khawatir akan data informasi yang diberikan kepada *e-wallet* DANA. Namun banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut, artinya mereka tidak menggunakan *e-wallet* DANA karena faktor keamanan, melainkan faktor lain. Sehingga disimpulkan *perceived security* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA di Kabupaten Kebumen.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio (2020), dan penelitian Fitri Sintya Dewy (2021) yang menyatakan bahwa *perceived security* atau keamanan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_2 **ditolak**.

Pengaruh *Confirmation* Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis variabel *confirmation* terhadap kepuasan pengguna menunjukkan hasil $t_{hitung} 4,917 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *confirmation* terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* DANA. Pengguna merasa dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* DANA sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan, sehingga mempengaruhi kepuasan pengguna. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Desribeth Palullungan (2022), dan penelitian Israhadi Tri Hutama (2020) yang menyatakan bahwa *confirmation* atau konfirmasi yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_3 **diterima**.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut menunjukkan adanya kesesuaian harapan dalam penggunaan *e-wallet* DANA. Sehingga dapat diartikan *confirmation* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna, dimana harapan yang sesuai realita dapat menimbulkan kepuasan pada pengguna.

Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak e-wallet DANA untuk menerapkan *perceived usefulness* yang ada yaitu dengan cara mempertahankan semua fitur yang dianggap bermanfaat oleh pengguna, seperti layanan kirim dana yang dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dan memberikan keuntungan setelah menyelesaikan transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived security* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dilihat dari pernyataan indikator *perceived security* pada penelitian yang diajukan kepada responden, yang menyatakan bahwa pengguna tidak khawatir akan data informasi yang diberikan kepada e-wallet DANA. Namun banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Yang artinya responden pengguna e-wallet DANA merasa data informasi yang diberikan kurang terjamin keamanannya, yang artinya tidak merasakan poin *perceived security* sehingga hal ini bisa menjadi masukan bagi e-wallet DANA untuk dapat memberikan keamanan yang mampu melakukan risk management yang canggih untuk melindungi data pengguna yang lebih baik lagi agar pengguna tetap menggunakan e-wallet DANA.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *confirmation* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Variabel *confirmation* pada penelitian ini membuktikan bahwa apabila ekspektasi pengguna ketika bertransaksi menggunakan e-wallet DANA sesuai dengan realita penggunaan saat melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan jika pengguna akan merasa puas apabila ekspektasi layanan dari e-wallet DANA sesuai dengan harapan pengguna saat bertransaksi

Keterbatasan

Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna e-wallet DANA, hanya terbatas pada variabel *perceived usefulness*, *perceived security* dan *confirmation*.

Penelitian ini terbatas hanya untuk masyarakat Kabupaten Kebumen saja, apabila penelitian ini dilakukan kembali pada objek yang berbeda maka kemungkinan hasil di dalam penelitian selanjutnya pun akan berbeda.

Referensi

- Ahmadi, S., Widhiastuti, S., & Helmy, I. (2022). Stimulating Salesperson's Innovative Work Behavior: A Study of Microfinance Institutions in Indonesia. *Transnational Marketing Journal*, 10(2), 387-401.
- Anandita, F. B. A., & Saputra, S. D. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Presepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Anasta, M., Damanik, A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention* Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna *E-Wallet* di Kota Medan. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 834.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399-409.

- Armash, H., Salarzahi, H., Yaghoobi, N. M., Heydari, A., & Nikbin, D. (2010). *The Effects of Security and Privacy Information on Trust & Trustworthiness and Loyalty in Online Marketing in Malaysia*. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 223–234.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Risk* terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui *e-Trust* dan *s-Satisfaction* (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40.
- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 26–36.
- Astuti, R. D. (2016). Analisis makro kinerja pasar modal Indonesia dengan pendekatan *Error Correction Model* (ECM). *Economic Journal of Emerging Markets*, 6(1), 13–32.
- Azizah, S. N., Wirawan, V., Pratiwi, E. Y. R., Mulyadi, M., & Liriwati, F. Y. (2021). The Advantages of Digital Literacy Skill and Technology Innovation to Improve Student Learning Result in Disruption of the Covid-19. *Jurnal Iqra': Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 125-135.
- Dewi, F. S. (2020). Pengaruh *Perceived Security* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening*: Studi Kasus *E-Wallet*. *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Fatikasari, C. D. (2018). Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi *Privacy* dan *Brand Awareness* terhadap Kepercayaan Konsumen Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Management*, 7(2), 136–147.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmy, I. (2022). Examining the role of thriving and ambidexterity on workplace friendship and innovative work behavior. *The Journal of Behavioral Science*, 17(3), 19-34.
- Ibrahim, A., Gisbu, O., Salsadila, E. R., Arkamil, R. F., Wijaya, M. A., & Raihan, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Sosial CRM Terhadap *Loyalitas Customer* Pada Layanan Pengguna Aplikasi DANA. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 917.
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1).
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, Dan *Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.
- Luthfi, A. (2014). *Di Indonesia, Smartphone Sudah Menjadi Kebutuhan Utama*. Okezone. Retrieved from <https://techno.okezone.com/read/2014/05/13/57/984293/di-indonesiasmart-phone-sudah-menjadi-kebutuhan-utama>
- Mahardhika, A. S. (2019). Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 12-16.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205.
- Palullungan, D. (2022). Pemodelan Continuance Intention Dalam Kasus Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 15(2), 111–119.

- Paryanti, P., & Mahardhika, A. S. (2020). Kebijakan hutang dengan pendekatan agency theory pada perusahaan property dan real estate. *INOVASI*, 16(2), 327-338.
- Safira, G. L., Goenawan, F., & Monica, V. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi *Fintech Payment*. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1-11
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46-56.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17.
- Zulfahmi, Aisyah, W. P. (2020). Sikap Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) Di Kota Pontianak. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(1), 56.