

PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN DANA PADA GENERASI Z KOTA BOGOR

Siti Salma¹, Oktori Kiswati Zaini², Hasrul³

^{1,2,3}Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Email korespondensi: ¹salmajake12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur layanan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA oleh Generasi Z di Kota Bogor. Populasi penelitian mencakup Generasi Z di Kota Bogor yang berjumlah 373.336 jiwa, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *multistage sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, tetapi berpengaruh signifikan terhadap persepsi keamanan. Selanjutnya, persepsi keamanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, fitur layanan juga berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap keputusan penggunaan melalui persepsi keamanan sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi keamanan merupakan faktor dominan dalam pengambilan keputusan penggunaan *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z. Implikasi praktis dari penelitian ini mendorong penyedia layanan untuk memperkuat sistem keamanan sekaligus meningkatkan kualitas fitur yang mampu menumbuhkan rasa aman, sehingga dapat meningkatkan loyalitas serta kepercayaan pengguna.

Kata Kunci : *e-wallet*, fitur layanan, generasi z, keputusan penggunaan, persepsi keamanan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service features and security perceptions on Generation Z's decision to use the DANA e-wallet in Bogor City. The study population includes Generation Z in Bogor City, which numbers 373,336 people, with a sample of 100 respondents selected using multistage sampling techniques. The approach used is quantitative with an associative method. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS. The results show that service features do not have a significant effect on usage decisions, but they do have a significant effect on security perceptions. Furthermore, security perceptions are proven to have a positive and significant effect on usage decisions. Moreover, service features also have a significant indirect effect on usage decisions through security perceptions as a mediating variable. These findings confirm that security perceptions are a dominant factor in Generation Z's decision to use the DANA e-wallet. The practical implications of this study encourage service providers to strengthen their security systems while improving the quality of features that can foster a sense of security, thereby increasing user loyalty and trust.

Keywords: *e-wallet*; service features; generation z; usage decision; security perception

PENDAHULUAN

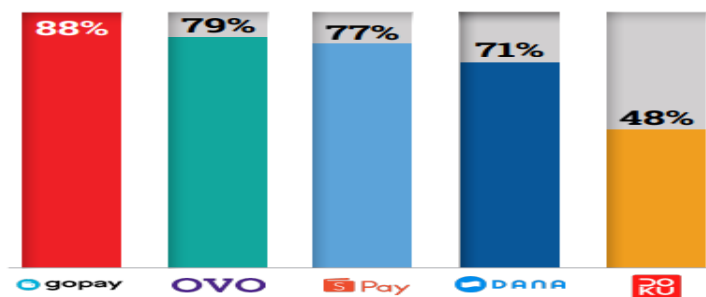
Perkembangan teknologi di *era Society 5.0* mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital. Salah satu wujudnya adalah meningkatnya penggunaan dompet digital (*e-wallet*) sebagai metode pembayaran praktis dan efisien. Data Bank Indonesia menunjukkan lonjakan nilai transaksi uang elektronik dari Rp38,7 triliun pada 2021 menjadi Rp366,3 triliun pada 2023, meskipun pada 2024 sedikit menurun menjadi Rp303 triliun, tren tetap menunjukkan peningkatan penggunaan pembayaran digital secara pesat (Goodstats.id, 2024).

Tabel 1. Pertumbuhan Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Pertumbuhan Transaksi (Triliun)
2021	38,7
2022	177,1
2023	366,3

Sumber: Goodstats.id (2024)

Dalam persaingan perusahaan *e-wallet* di Indonesia, dompet digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, dan DANA menjadi pilihan utama masyarakat. Namun, berdasarkan riset Idn Research Institute (2024), DANA hanya digunakan oleh 71% responden, tertinggal dari ShopeePay (77%) dan jauh di bawah GoPay (88%).



Sumber: Idn Research (2024)

Gambar 1. Penggunaan E-wallet Tahun 2024

Gambar 1 menunjukkan posisi DANA masih tertinggal meskipun menawarkan beragam fitur, sehingga perusahaan perlu meninjau kembali strategi layanan yang diberikan. DANA menyediakan pengalaman dan layanan terbaik yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, agar mempermudah perencanaan dan pengelolaan keuangan, dan memiliki sistem yang terbuka sehingga pengguna dari seluruh Indonesia dapat memanfaatkan layanan keuangan yang ditawarkan. Meskipun memiliki kemudahan dan kelebihan, penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA sering kali menghadirkan risiko kerugian untuk para penggunanya. Beberapa pengguna sering mengalami masalah dengan fitur layanan DANA, seperti mengalami masalah saat transaksi atau tidak bisa mentransfer uang, seperti yang dilaporkan Kompas.com tahun 2021, pengguna dompet digital DANA mengeluh adanya kendala saat melakukan transaksi.



Sumber: Kompas.com (2021)

Gambar 2. Berita Kompas pengguna Dana Mengeluh Ada Gangguan

DANA juga menawarkan perlindungan yang komprehensif, namun para pengguna sering merasa khawatir ketika saldo dalam *e-wallet* mereka hilang. Ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kesalahan teknis, aktivitas kejahatan di dunia maya, atau gangguan eksternal lain yang bisa merugikan pengguna secara finansial (Kamila & Efendi, 2023). Dilansir dari info bank news (2024), kasus hilangnya saldo dari *e-wallet* DANA menjadi perbincangan hangat di media sosial X setelah akun @taetearchivee membagikan pengalamannya kehilangan hampir Rp 6 juta.



Sumber: infobanknews (2024)

Gambar 3. Laporan Saldo Pengguna Hilang

Penelitian Ramadhan & Sugianto (2024) yang menganalisis 2.000 ulasan pengguna DANA di Google Play Store menunjukkan dominasi sentimen positif sebanyak 1.476 ulasan, disusul negatif 443 ulasan, dan netral 81 ulasan. Meskipun mayoritas bernada positif, ulasan negatif banyak menyoroti isu terkait saldo, transaksi gagal, serta kendala pengisian dana, yang mengindikasikan bahwa permasalahan fitur dan keamanan aplikasi masih sering dikeluhkan.

Menurut penelitian yang dilakukan Visa (2024), penggunaan pembayaran non-tunai di Indonesia terus meningkat dengan dompet digital sebagai metode paling dominan (92%). Generasi Z (76%) dan Generasi Y (69%) tercatat sebagai pengguna paling aktif, menegaskan peran generasi muda dalam mendorong masyarakat menuju *cashless society*. Badan Pusat Statistik (2020) mendefinisikan Generasi Z sebagai penduduk lahir tahun 1997–2012, yang menjadi kelompok utama dalam adopsi *e-wallet*, sehingga pandangan mereka terhadap keamanan dan fitur layanan sangat menentukan keputusan penggunaan.

Sementara itu, Antaranews.com (2024) melaporkan bahwa Kota Bogor meraih penghargaan nasional dalam program Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (P2DD), mencerminkan kesiapan ekosistem digital kota ini. Untuk memperkuat analisis, pra-survei terhadap 30 responden Generasi Z di Bogor menunjukkan adanya perhatian serius pada aspek keamanan dan keluhan terhadap fitur layanan, yang berpengaruh pada keputusan mereka menggunakan *e-wallet*.

Tabel 2. Pra survei *E-wallet* pada Generasi Z

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju	
		Orang	%	Orang	%
1	Merasa aman saat bertransaksi dengan <i>e-wallet</i> karena sistem keamanannya telah terjamin.	11	36,7	19	63,3
2	Percaya data pribadi dan keuangan aman saat menggunakan <i>e-wallet</i> , sehingga tidak khawatir tentang potensi penyalahgunaan data oleh pihak lain.	8	26,7	22	73,3
3	<i>E-wallet</i> memberikan kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa sehingga dapat membuat keputusan yang baik saat menggunakan layanan.	17	56,67	13	43,3
4	<i>E-wallet</i> menyediakan berbagai macam layanan transaksi yang memudahkan dalam melakukan transaksi pembelian, pembayaran, atau transfer uang.	21	70	9	30
5	Merasa puas dengan pengalaman menggunakan <i>e-wallet</i> , sehingga akan merekomendasikan kepada keluarga dan teman-teman.	14	40	16	60
6	Setelah menggunakan <i>e-wallet</i> , berencana untuk terus menggunakan di masa depan karena merasa nyaman dan puas dengan fitur serta keamanannya.	12	40	18	60

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA, menilai pengaruh fitur layanan terhadap persepsi keamanan, menguji peran persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan, serta mengeksplorasi apakah persepsi keamanan memediasi hubungan antara fitur layanan dan keputusan penggunaan pada Generasi Z di Kota Bogor.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya tarik suatu aplikasi. Produk atau layanan dengan fitur yang relevan dan bermanfaat akan lebih cenderung dipilih konsumen. Oktaviana *et al.* (2023) menyatakan bahwa fitur layanan adalah kualitas produk yang disediakan untuk pelanggan dengan daya tarik tertentu untuk menarik minat mereka. Indikator fitur layanan menurut Aprilia & Susanti (2022) yaitu: akses informasi yang mudah, variasi layanan transaksi, variasi fitur dan pengembangan dan pembaruan layanan. Penelitian Latief (2023) dan Aprilia & Susanti (2022) membuktikan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, meskipun penelitian Rejeki & Mangivera (2023) menunjukkan hasil berbeda bahwa fitur layanan tidak signifikan. Hal ini menegaskan adanya perbedaan konteks, sehingga fitur layanan kadang dipandang sebagai faktor penentu, tetapi di kondisi lain dianggap standar. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989), fitur layanan merepresentasikan *perceived usefulness*, yaitu keyakinan bahwa penggunaan sistem digital memberikan manfaat dalam hal kecepatan, efisiensi, dan kemudahan. Hal ini diperkuat oleh Chawla & Joshi (2019) yang menjelaskan bahwa *perceived usefulness* mencerminkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan dompet digital memberikan manfaat berupa kemudahan, kecepatan, dan efisiensi.

H₁: fitur layanan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Fitur layanan yang berkualitas tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga dapat membentuk persepsi keamanan yang kuat pada diri pengguna, yang selanjutnya memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Temuan ini konsisten dengan pernyataan Utomo & Rahman (2024) yang menegaskan bahwa fitur layanan yang mendukung keamanan seperti autentikasi,

enkripsi, dan kontrol privasi mampu meningkatkan persepsi keamanan pengguna. Penelitian Wijaya *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *perceived security* memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* dalam adopsi layanan *fintech*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kumar *et al.* (2018) juga membuktikan bahwa *perceived security* berperan sebagai variabel *intervening* yang mendorong keputusan pengguna untuk terus menggunakan dompet digital (*M-wallets*).

H₂: fitur layanan berpengaruh terhadap persepsi keamanan e-wallet.

Persepsi Keamanan

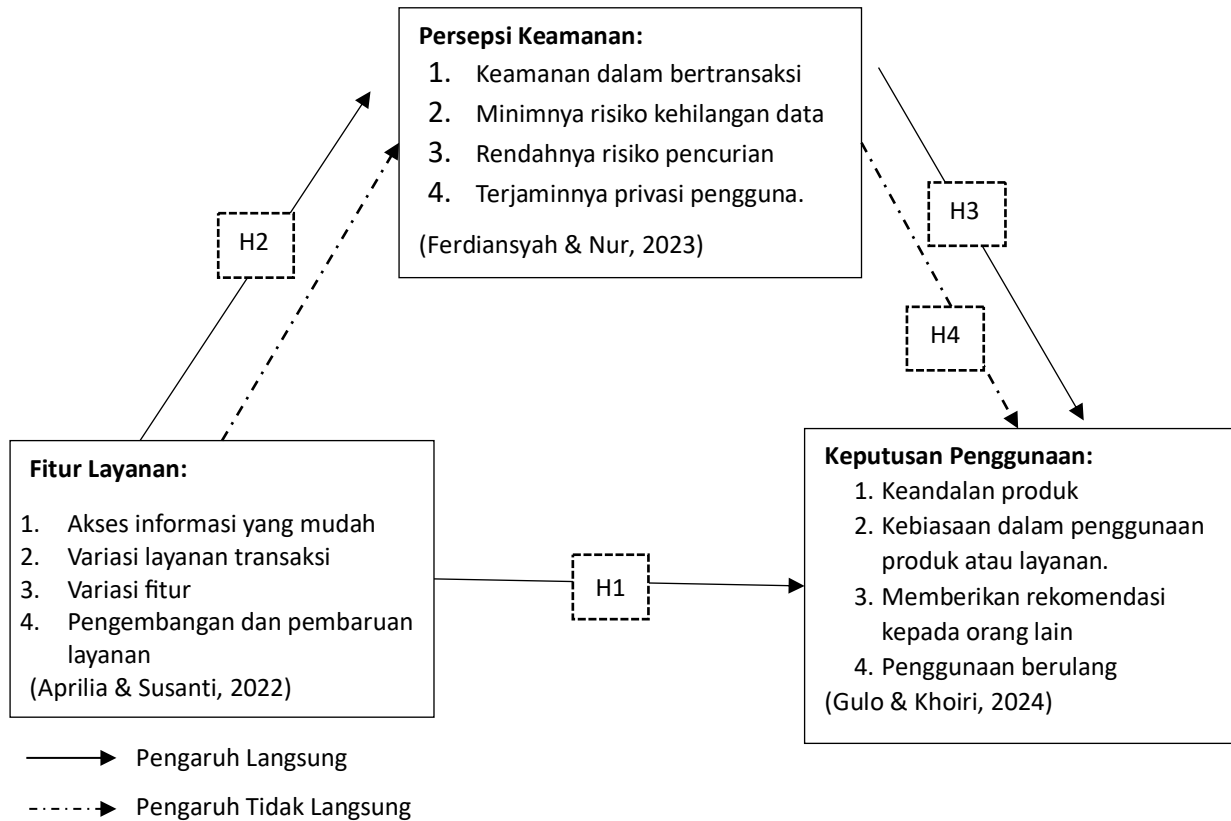
Persepsi keamanan merupakan faktor krusial dalam keputusan adopsi teknologi digital. Saraswati & Mardiyah (2022) menjelaskan bahwa konsumen cenderung memilih layanan jika yakin data pribadi dan transaksi mereka aman. Indikator persepsi keamanan menurut Ferdiansyah & Nur (2023) meliputi keamanan transaksi, minimnya risiko kehilangan data, rendahnya risiko pencurian, dan terjaminnya privasi pengguna. Penelitian Rahmawati & Yuliana (2020) serta Ferdiansyah & Nur (2023) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

H₃: persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet.

Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan sendiri merupakan proses konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu layanan berdasarkan manfaat dan keyakinan yang dirasakan. Fahrudi *et al.* (2023) menekankan bahwa kemudahan, manfaat, dan rasa aman menjadi dasar keputusan ini. Indikator keputusan penggunaan menurut Gulo & Khoiri (2024) mencakup konsistensi penggunaan, kebiasaan, rekomendasi kepada orang lain, serta penggunaan berulang. Penelitian Ferdiansyah & Nur (2023) membuktikan bahwa fitur layanan dan persepsi keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan oleh Kumar *et al.* (2018) menunjukkan keamanan tidak hanya berperan sebagai faktor langsung, tetapi juga dapat memediasi pengaruh faktor lain seperti fitur layanan terhadap keputusan penggunaan.

H₄: Fitur layanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan e-wallet melalui persepsi keamanan.



Gambar 4. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Melalui pendekatan tersebut, penelitian difokuskan untuk melihat sejauh mana fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA, dengan memperhatikan peran persepsi keamanan pada Generasi Z di Kota Bogor.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang diambil adalah seluruh responden atau seluruh generasi Z di Kota Bogor yang sudah menggunakan *e-wallet* DANA. Generasi Z yang lahir tahun 1997-2012 (Badan Pusat Statistik, 2020).

Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *multistage sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel bertahap yang menggabungkan beberapa metode sampling untuk memperoleh hasil yang representatif (Rahardjo & Prasetyo, 2025). Tahap pertama menggunakan *cluster sampling* berdasarkan enam kecamatan di Kota Bogor. Tahap kedua menggunakan *proportional stratified sampling* untuk menentukan jumlah responden di tiap kecamatan sesuai proporsi populasi Generasi Z. Tahap ketiga menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: berdomisili di Kota Bogor, termasuk Generasi Z (lahir 1997–2012), pengguna *e-wallet* DANA, serta bersedia menjadi responden. Berdasarkan rumus Yamane (Sugiyono, 2021) dengan tingkat kesalahan 10%, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel yang diperlukan
 N : Jumlah populasi
 e : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10% = 0,01

Sehingga diperoleh hasil perhitungan sampel penelitian yang berjumlah:

$$n = \frac{373.336}{1 + 373.336 \cdot (0,10)^2} = 100 \text{ responden}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah responden sebanyak 100 orang kemudian didistribusikan secara proporsional ke setiap kecamatan berdasarkan jumlah penduduk masing-masing. Perhitungannya menggunakan rumus berikut:

$$\text{Jumlah responden} = \frac{\text{Jumlah Penduduk Kecamatan}}{\text{Jumlah penduduk total}} \times \text{jumlah sampel}$$

Tabel 3. Distribusi Jumlah Responden

Kecamatan	Jumlah Penduduk	Perhitungan	Jumlah Responden
Bogor Tengah	34.585 Jiwa	$(34.585 / 373.336) \times 100 = 9,26$	9
Bogor Timur	35.817 Jiwa	$(35.817 / 373.336) \times 100 = 9,59$	10
Bogor Utara	68.821 Jiwa	$(68.821 / 373.336) \times 100 = 18,44$	18
Bogor Selatan	74.093 Jiwa	$(74.093 / 373.336) \times 100 = 19,85$	20
Tanah Sereal	76.722 Jiwa	$(76.722 / 373.336) \times 100 = 20,56$	21
Bogor Barat	83.298 Jiwa	$(83.298 / 373.336) \times 100 = 22,31$	22
Total	373.336 Jiwa		100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang disebarakan secara tatap muka maupun melalui *Google Form*. Sementara itu, data sekunder berasal dari artikel ilmiah, penelitian terdahulu, serta sumber daring yang relevan, yang berfungsi untuk memperkuat temuan serta melengkapi kebutuhan analisis penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung maupun melalui *Google Form* kepada Generasi Z pengguna *e-wallet* DANA di Kota Bogor. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu: sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Operasionalisasi Variabel

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel (Dimensi)	Kode	Skala Pengukuran
Fitur Layanan	Akses informasi yang mudah	FL.1	Ordinal
		FL.2	Ordinal
		FL.3	Ordinal
	Variasi layanan transaksi	FL.4	Ordinal
		FL.5	Ordinal

Variabel	Sub Variabel (Dimensi)	Kode	Skala Pengukuran
Persepsi Keamanan	Variasi fitur	FL.6	Ordinal
		FL.7	Ordinal
		FL.8	Ordinal
		FL.9	Ordinal
	Pengembangan dan pembaruan layanan	FL.10	Ordinal
		FL.11	Ordinal
		FL.12	Ordinal
		PK.1	Ordinal
	Keamanan dalam bertransaksi	PK.2	Ordinal
		PK.3	Ordinal
		PK.4	Ordinal
		PK.5	Ordinal
Minimnya risiko kehilangan data	PK.6	Ordinal	
	PK.7	Ordinal	
	PK.8	Ordinal	
	PK.9	Ordinal	
Rendahnya risiko pencurian.	PK.10	Ordinal	
	PK.11	Ordinal	
	PK.12	Ordinal	
	Terjaminnya privasi pengguna.	PK.11	Ordinal
Keputusan Penggunaan	Keandalan produk	KP.1	Ordinal
		KP.2	Ordinal
		KP.3	Ordinal
	Kebiasaan dalam penggunaan produk atau layanan	KP.4	Ordinal
		KP.5	Ordinal
		KP.6	Ordinal
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	KP.7	Ordinal
		KP.8	Ordinal
		KP.9	Ordinal
	Penggunaan berulang.	KP.10	Ordinal
		KP.11	Ordinal
		KP.12	Ordinal

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ada uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis struktural *equation modeling-partial least square*, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Apabila nilai r hitung > nilai r tabel, maka item-item dalam kuesioner dianggap valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS 25. Seluruh instrumen kuesioner dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi (r -hitung) > 0,361, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Berikut ini hasil validitas variabel Fitur Layanan, Persepsi Keamanan dan Keputusan Penggunaan:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Kode	R hitung	R tabel	Kesimpulan
FL.1	0,780	0,361	Valid
FL.2	0,506	0,361	Valid
FL.3	0,397	0,361	Valid

Kode	R hitung	R tabel	Kesimpulan
FL.4	0,711	0,361	Valid
FL.5	0,466	0,361	Valid
FL.6	0,396	0,361	Valid
FL.7	0,464	0,361	Valid
FL.8	0,449	0,361	Valid
FL.9	0,686	0,361	Valid
FL.10	0,402	0,361	Valid
FL.11	0,544	0,361	Valid
FL.12	0,435	0,361	Valid
PK.1	0,377	0,361	Valid
PK.2	0,493	0,361	Valid
PK.3	0,549	0,361	Valid
PK.4	0,721	0,361	Valid
PK.5	0,488	0,361	Valid
PK.6	0,535	0,361	Valid
PK.7	0,381	0,361	Valid
PK.8	0,457	0,361	Valid
PK.9	0,539	0,361	Valid
PK.10	0,528	0,361	Valid
PK.11	0,390	0,361	Valid
PK.12	0,388	0,361	Valid
KP.1	0,560	0,361	Valid
KP.2	0,503	0,361	Valid
KP.3	0,708	0,361	Valid
KP.4	0,426	0,361	Valid
KP.5	0,496	0,361	Valid
KP.6	0,438	0,361	Valid
KP.7	0,598	0,361	Valid
KP.8	0,519	0,361	Valid
KP.9	0,443	0,361	Valid
KP.10	0,601	0,361	Valid
KP.11	0,426	0,361	Valid
KP.12	0,581	0,361	Valid

Uji Reliabilitas

Suatu item dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS 25. seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut ini hasil uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kesimpulan
1	Fitur Layanan	0.743	reliabel
2	Persepsi Keamanan	0.696	reliabel
3	Keputusan Penggunaan	0.758	reliabel

Structural Equation Modeling-Partial Least Square (Outer Model)**Convergent Validity**

Indikator dianggap memiliki tingkat validitas yang tinggi apabila nilai outer loading berada di atas 0,70 (Hair et al., 2021). Hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditampilkan pada tabel 7, indikator variabel memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel 7. Hasil Outer Loading

Variabel	Kode	Outer Loading	Kesimpulan
Fitur Layanan	FL.1	0.892	Valid
	FL.2	0.821	Valid
	FL.3	0.839	Valid
	FL.4	0.863	Valid
	FL.5	0.821	Valid
	FL.6	0.817	Valid
	FL.7	0.881	Valid
	FL.8	0.818	Valid
	FL.9	0.801	Valid
	FL.10	0.832	Valid
	FL.11	0.819	Valid
	FL.12	0.831	Valid
Persepsi Keamanan	PK.1	0.842	Valid
	PK.2	0.782	Valid
	PK.3	0.807	Valid
	PK.4	0.777	Valid
	PK.5	0.842	Valid
	PK.6	0.799	Valid
	PK.7	0.752	Valid
	PK.8	0.811	Valid
	PK.9	0.790	Valid
	PK.10	0.847	Valid
	PK.11	0.845	Valid
	PK.12	0.861	Valid
Keputusan Penggunaan	KP.1	0.824	Valid
	KP.2	0.808	Valid
	KP.3	0.831	Valid
	KP.4	0.838	Valid
	KP.5	0.807	Valid
	KP.6	0.829	Valid
	KP.7	0.849	Valid
	KP.8	0.843	Valid
	KP.9	0.839	Valid
	KP.10	0.787	Valid
	KP.11	0.836	Valid
	KP.12	0.830	Valid

Tahap selanjutnya adalah mengevaluasi nilai AVE dengan ketentuan AVE harus lebih besar dari 0,5. Nilai-nilai AVE pada tabel 8 berada di atas batas minimum 0,50, yang merupakan indikasi bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 8. Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE
Fitur Layanan	0,700
Persepsi Keamanan	0,662
Keputusan Penggunaan	0,684

Discriminant Validity

Validitas diskriminan juga dapat diuji dengan *cross loading*, di mana indikator harus memiliki loading yang lebih tinggi pada konstruk yang diukurinya dibandingkan pada konstruk lain (Hair et al., 2021). Pada tabel 9 terlihat bahwa setiap indikator menunjukkan nilai *loading* yang paling tinggi pada konstruk yang relevan dengan indikator tersebut.

Tabel 9. Hasil *Cross Loading*

Kode	Fitur Layanan	Keputusan Penggunaan	Persepsi Keamanan
FL1	0.892	0.786	0.817
FL10	0.832	0.779	0.784
FL11	0.819	0.809	0.808
FL12	0.831	0.792	0.815
FL2	0.821	0.753	0.784
FL3	0.838	0.794	0.786
FL4	0.863	0.764	0.807
FL5	0.821	0.754	0.805
FL6	0.817	0.763	0.790
FL7	0.881	0.780	0.822
FL8	0.818	0.738	0.770
FL9	0.801	0.721	0.764
KP1	0.768	0.824	0.769
KP10	0.728	0.787	0.754
KP11	0.743	0.836	0.793
KP12	0.808	0.830	0.804
KP2	0.741	0.808	0.744
KP3	0.783	0.831	0.801
KP4	0.798	0.838	0.806
KP5	0.696	0.807	0.761
KP6	0.740	0.829	0.780
KP7	0.756	0.849	0.794
KP8	0.782	0.843	0.842
KP9	0.785	0.839	0.793
PK1	0.784	0.797	0.842
PK10	0.792	0.823	0.847
PK11	0.808	0.829	0.845
PK12	0.846	0.816	0.862
PK2	0.772	0.745	0.782
PK3	0.753	0.768	0.807
PK4	0.768	0.700	0.777
PK5	0.803	0.808	0.842
PK6	0.743	0.765	0.799
PK7	0.716	0.674	0.752
PK8	0.773	0.813	0.811
PK9	0.727	0.740	0.790

Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai minimum *composite reliability* > 0.7. Uji Reliabilitas dengan *composite reliability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha* pernyataan variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Seluruh konstruk memiliki *composite reliability* > 0,70 dan *Cronbach Alpha* > 0,6, sehingga model pengukuran dinyatakan sangat konsisten dan reliabel.

Tabel 10. Hasil Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Fitur Layanan	0,965	0,961
Persepsi Keamanan	0,959	0,953
Keputusan Penggunaan	0,963	0,958

Structural Equation Modeling-Partial Least Square (Inner Model)**Path Coefficient**

Path Coefficient menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel, dengan nilai mendekati +1 berarti hubungan positif kuat, mendekati -1 negatif kuat, dan mendekati 0 lemah/tidak signifikan.

Tabel 11. Hasil Path Coefficient

	Persepsi Keamanan	Keputusan Penggunaan	Hubungan
Fitur Layanan	0.952	0.149	Positif
Persepsi Keamanan	-	0.810	Positif

Hasil menunjukkan bahwa fitur layanan berhubungan positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan (*path coefficient* = 0,149). Sebaliknya, persepsi keamanan berpengaruh positif kuat terhadap keputusan penggunaan (0,810). Fitur layanan juga berpengaruh positif terhadap persepsi keamanan (0,952), sehingga persepsi keamanan menjadi faktor penting yang memediasi kualitas fitur layanan dalam membentuk keputusan penggunaan *e-wallet* DANA.

R-square (R²)

Menggambarkan kemampuan variabel eksogen menjelaskan variabel endogen, dengan nilai 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing diinterpretasikan sebagai kuat, moderat, dan lemah.

Tabel 12. Hasil R-square

Nilai- R square	Keterangan	Nilai R-square Variabel Keputusan Penggunaan	Nilai R-square Variabel Persepsi Keamanan
0,25	Rendah	-	-
0,50	Sedang	-	-
0,75	Kuat	0,909	0,906

Nilai R² keputusan penggunaan sebesar 0,909, menunjukkan 90,9% variansi dijelaskan oleh fitur layanan dan persepsi keamanan, dengan kategori kuat. Sementara itu, nilai R² persepsi keamanan sebesar 0,906, yang berarti fitur layanan secara substansial menjelaskan persepsi keamanan pengguna.

F-square (f²)

Menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap peningkatan R² variabel dependen. Nilai 0,02 dikategorikan kecil, 0,15 menengah, dan 0,35 besar.

Tabel 13. Hasil *F-square*

	Keputusan Penggunaan	Persepsi Keamanan
Fitur Layanan	0.023	9.665
Persepsi Keamanan	0.673	-

Nilai f^2 fitur layanan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,023 (kecil), sehingga pengaruhnya lemah. Sebaliknya, persepsi keamanan memiliki f^2 0,673 (besar), menunjukkan pengaruh dominan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi keamanan dengan f^2 9,665 (besar), yang menegaskan peran krusial fitur dalam membentuk rasa aman pengguna terhadap aplikasi DANA.

Predictive Relative (Q^2)

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

Tabel 14. Hasil *Predictive Relative*

Variabel	Q^2 predict
Keputusan Penggunaan	0.848
Persepsi Keamanan	0.907

Nilai Q^2 untuk variabel keputusan penggunaan sebesar 0,848, dan untuk persepsi keamanan sebesar 0,907. Keduanya berada di atas angka 0, yang menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang tinggi dan akurat dalam menjelaskan variabel-variabel endogen yang diteliti.

Model Fit

Kelayakan model dievaluasi dengan NFI dan SRMR. Nilai NFI mendekati 1 dan SRMR $< 0,08$ menunjukkan model memiliki kecocokan yang baik.

Tabel 15. Hasil *Model Fit*

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.044	0.044
d_ULS	1.312	1.312
d_G	1.997	1.997
Chi-square	899.832	899.832
NFI	0.786	0.786

Hasil uji *model fit* menunjukkan nilai **NFI = 0,786** (78,6%) dan **SRMR = 0,044** ($< 0,08$), sehingga model dinyatakan memiliki kecocokan yang baik dengan data.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melakukan pengolahan data melalui metode *bootstrapping*, kriteria pengambilan keputusan ditentukan berdasarkan nilai *t-statistic* dan *p-value*. Jika nilai *t-statistic* lebih kecil dari t-tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai *t-statistic* lebih besar dari t-tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu, keputusan juga dapat dilihat dari nilai *p-value*, di mana jika *p-value* $< 0,05$ maka pengaruh dinyatakan signifikan, sedangkan jika *p-value* $> 0,05$ maka pengaruh tidak signifikan.

Tabel 16. Perhitungan *Direct Effect*

No	Pengaruh Langsung	T-statistic	P-Value
1	Fitur Layanan -> Keputusan Penggunaan	1.296	0.098
2	Fitur Layanan -> Persepsi Keamanan	59.770	0.000
3	Persepsi Keamanan -> Keputusan Penggunaan	7.162	0.000

Pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Sebaliknya, fitur layanan berpengaruh tidak langsung melalui persepsi keamanan, yang menegaskan bahwa kemudahan akses, kenyamanan transaksi, variasi, dan inovasi layanan berperan dalam membangun rasa aman. Persepsi keamanan sendiri terbukti memiliki pengaruh signifikan.

Tabel 17. Perhitungan *Indirect Effect*

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
Fitur Layanan -> Keputusan Penggunaan	0,771	7,348	0,000

Hasil *indirect effect* mendukung temuan tersebut, di mana fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan melalui persepsi keamanan ($O = 0,771$; $t = 7,348$; $p = 0,000$). Dengan demikian, persepsi keamanan terbukti sebagai mediator penting yang menjembatani pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Hasil uji hipotesis dapat dilihat lebih jelas melalui Tabel 18 berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Analisis	Keputusan
1	Terdapat pengaruh langsung antara fitur layanan terhadap keputusan penggunaan	Berdasarkan hasil pengujian, nilai <i>t-statistic</i> sebesar $1,296 < t\text{-tabel } 1,984$ dan <i>p-value</i> sebesar $0,098 > 0,05$. Berdasarkan kriteria keputusan, H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA.	Ditolak
2	Terdapat pengaruh antara fitur layanan terhadap persepsi keamanan <i>e-wallet</i> DANA	Berdasarkan hasil pengujian, nilai <i>t-statistic</i> sebesar $59,770 > t\text{-tabel } 1,984$ dan <i>p-value</i> sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria keputusan, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi keamanan <i>e-wallet</i> DANA.	Diterima
3	Terdapat pengaruh antara persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA	Berdasarkan hasil pengujian, nilai <i>t-statistic</i> sebesar $7,162 > t\text{-tabel } 1,984$ dan <i>p-value</i> sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria keputusan, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA.	Diterima
4	Terdapat pengaruh tidak langsung antara fitur layanan terhadap keputusan penggunaan	Berdasarkan hasil pengujian, nilai <i>t-statistic</i> sebesar $7,348 > t\text{-tabel } 1,984$ dan <i>p-value</i> sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria keputusan, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan secara tidak langsung	Diterima

No	Hipotesis	Analisis	Keputusan
	<i>e-wallet</i> DANA melalui persepsi keamanan	terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA melalui persepsi keamanan.	

Pembahasan

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,149 dengan *t-statistic* $1,296 < 1,984$ dan *p-value* $0,143 > 0,05$. Artinya, fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Hal ini dapat terjadi karena pengguna menganggap fitur sebagai standar dasar layanan, bukan faktor utama dalam pengambilan keputusan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rejeki & Mangivera (2023) yang juga menemukan bahwa fitur tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun, berbagai kajian sebelumnya menunjukkan bahwa fitur layanan tetap memiliki peran penting dalam konteks strategi pemasaran jasa. Lovelock *et al.* (2015) menjelaskan jasa adalah aktivitas yang memberikan nilai kepada pengguna dalam bentuk manfaat, bukan kepemilikan fisik. Dalam konteks aplikasi *e-wallet*, fitur layanan menjadi bentuk dari *value* yang ditawarkan penyedia jasa. Dengan demikian, meskipun tidak berpengaruh langsung, fitur layanan tetap berperan secara tidak langsung dalam memengaruhi keputusan penggunaan. Fitur layanan tetap menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran jasa karena dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Dengan demikian, fitur layanan dapat berperan secara tidak langsung dalam memengaruhi keputusan penggunaan melalui variabel psikologis lain.

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Persepsi Keamanan

Hasil pengujian menunjukkan nilai *t-statistic* $59,770 > 1,984$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$, sehingga fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi keamanan. Temuan ini memperkuat penelitian Utomo & Rahman (2024) yang menekankan bahwa fitur seperti autentikasi, enkripsi, dan kontrol privasi mampu meningkatkan rasa aman pengguna. Temuan tersebut, sebagian besar responden dalam penelitian ini juga memandang keamanan data sebagai faktor krusial dalam keputusan penggunaan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan Nurrahma *et al.* (2025) menunjukkan penerapan fitur keamanan, seperti autentikasi dua langkah dan kebijakan privasi yang transparan pada aplikasi DANA, memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi digital. Persepsi ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mempertimbangkan kemudahan akses, tetapi juga keandalan sistem dalam melindungi informasi pribadi dan transaksi finansial. Oktaviana *et al.* (2023) dan Iqbal *et al.* (2019) menegaskan bahwa fitur tetap menjadi elemen penting dalam strategi jasa karena dapat membentuk variabel psikologis lain, seperti persepsi keamanan. Dengan demikian, fitur layanan tidak hanya berperan dalam memberikan kemudahan akses dan kenyamanan, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi keamanan yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.

Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Analisis menunjukkan path coefficient sebesar 0,810 dengan *t-statistic* $7,162 > 1,984$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Semakin tinggi rasa aman yang dirasakan, semakin besar kecenderungan pengguna memilih DANA. Temuan ini sejalan dengan Rahmawati & Yuliana (2020) serta Ferdiansyah & Nur (2023) yang menekankan keamanan sebagai faktor dominan dalam keputusan penggunaan *e-wallet*. Persepsi keamanan adalah keyakinan bahwa data pribadi dilindungi dari akses yang tidak sah (Saraswati & Mardhiyah, 2022), dan merupakan landasan penting dalam penggunaan layanan berbasis teknologi. Keyakinan terhadap keamanan digital membuat pengguna lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi, dan mendorong mereka untuk tetap setia pada layanan tersebut (Ibrahim & Moeliono, 2020). Selain itu, indikator persepsi keamanan yang meliputi keamanan dalam transaksi, minimnya risiko

kehilangan data, rendahnya risiko pencurian dan terjaminnya privasi pengguna (Ferdiansyah & Nur, 2023) sangat relevan dengan kebutuhan pengguna *e-wallet*. Dalam era digital yang rawan kejahatan siber, persepsi terhadap keamanan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan. Menurut Gustiawan (2024), manajemen pemasaran jasa merupakan salah satu cabang ilmu yang bersifat kompleks dan terus berkembang. Ilmu ini berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian berbagai aktivitas pemasaran yang terjadi dalam sektor jasa. Salah satu aspek utama dalam manajemen pemasaran jasa adalah pentingnya interaksi dan hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan. Interaksi ini menjadi pusat perhatian karena jasa memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari produk fisik, sehingga memengaruhi strategi dan pendekatan dalam proses pemasaran. Hasil ini menunjukkan bahwa interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan menjadi inti keberhasilan pemasaran jasa. Dalam konteks *e-wallet*, persepsi keamanan berperan sebagai bentuk interaksi psikologis yang membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan. Keamanan yang dirasakan tidak sekadar aspek teknis, melainkan bagian dari kinerja layanan yang menunjukkan kemampuan penyedia jasa dalam melindungi penggunanya.

Pengaruh Tidak Langsung Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan melalui Persepsi Keamanan
Pengujian *indirect effect* menunjukkan nilai *t-statistic* 7,348 > 1,984 dan *p-value* 0,000 < 0,05 Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun secara langsung fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, fitur layanan tetap memberikan dampak yang kuat terhadap keputusan tersebut apabila persepsi keamanan pengguna terbentuk dengan baik. Dengan kata lain, persepsi keamanan memediasi pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Wijaya et al. (2024) dan Kumar et al. (2018) yang menyatakan bahwa *perceived security* menjadi variabel intervening penting dalam adopsi *fintech*, atau persepsi keamanan menjadi kunci utama yang menghubungkan fitur layanan dengan keputusan penggunaan. Fitur yang berkualitas tidak akan optimal tanpa sistem keamanan yang meyakinkan. Dalam konteks ini, keputusan penggunaan tidak hanya ditentukan oleh kemudahan atau kelengkapan fitur, tetapi juga oleh kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem. Menurut Dewianawati et al., (2023) pemasaran jasa adalah suatu proses dalam mengelola kegiatan pemasaran produk jasa yang dilakukan oleh penyedia jasa, dengan tujuan agar produk jasa tersebut dikenal luas oleh masyarakat dan mendorong mereka untuk menggunakannya. Dalam hal ini, fitur layanan menjadi sarana yang digunakan penyedia jasa untuk menciptakan pengalaman aman dan meyakinkan bagi pengguna. Dengan demikian, keberhasilan strategi pemasaran jasa tidak hanya ditentukan oleh inovasi fitur, tetapi juga oleh kemampuan penyedia layanan dalam mengelola persepsi keamanan sebagai nilai yang memperkuat kepercayaan dan keputusan penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Hal ini menunjukkan pengguna cenderung menganggap fitur yang tersedia sebagai standar dasar sehingga tidak menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi keamanan. Semakin baik kualitas fitur yang ditawarkan, semakin tinggi pula rasa aman yang dirasakan oleh pengguna dalam bertransaksi.

Selanjutnya, persepsi keamanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Keyakinan terhadap keamanan transaksi, perlindungan data, dan privasi menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Selain itu, fitur layanan juga berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan melalui persepsi keamanan sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan bahwa fitur yang berkualitas mampu

meningkatkan rasa aman pengguna, yang pada akhirnya memperkuat keputusan untuk menggunakan layanan tersebut.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa aspek keamanan menjadi kunci utama dalam membentuk keputusan penggunaan *e-wallet*. Oleh karena itu, pengembangan fitur tidak hanya berfokus pada kemudahan dan variasi layanan, tetapi juga harus diintegrasikan dengan sistem keamanan yang transparan dan andal. Dalam praktiknya, pengelola DANA perlu memperkuat strategi layanan dengan peningkatan kualitas fitur bantuan pengguna, penyampaian kebijakan privasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, serta penerapan sistem keamanan berlapis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam praktik manajemen layanan digital, sekaligus mempertegas pentingnya integrasi antara inovasi fitur dan jaminan keamanan dalam membangun kepercayaan serta loyalitas pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 3). <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., & Wijaya, N. P. N. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa* (M. A. Wardana (ed.); Pertama). CV. Intelektual Manifest Media. <https://books.google.co.id/books?id=jbO1EAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP5#v=onepage&q&f=false>
- Fahrudi, A. N. L. I., Rahimah, A., & Wahyuningtiyas, N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Ferdiansyah, M. R., & Nur, D. I. (2023). Factors Affecting Decisions to Use E-Wallet DANA for Students of the Faculty of Economics and Business UPN “Veteran” East Java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7970–7978. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Gulo, F. I. P., & Khoiri, M. (2024). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 1006–1017.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa* (T. I. Delapan (ed.); Pertama). PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Ibrahim, M. (2024). *Saldo Pengguna Raib, Ini yang Dilakukan DANA*. Infobanknews.Com. <https://infobanknews.com/saldo-pengguna-raib-ini-yang-dilakukan-dana/>
- Ibrahim, R. M., & Moeliono, N. N. K. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen pada My Pertamina (Studi pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(2), 396–413. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>

- Idn Research Institute. (2024). *Indonesia Millennial and Gen Z Report 2025*. Idntimes.Com. <https://doi.org/10.18356/d60ac2d9-en>
- Iqbal, M., Hasan, A., & Laili, I. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333–356. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i1.8854>
- Irhamni, M. A. F. (2024). Nilai transaksi transfer uang elektronik Indonesia mencapai Rp303 triliun pada 2024. GoodStats.Id.
- Kamila, Z., & Efendi, R. (2023). Perlindungan Hukum Atas Kehilangan Saldo Pengguna E-Wallet Dana di Tinjau dari Fatwa DSN MUI No. 16/DSN MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah (Studi Kasus Pengguna E-Wallet Dana di Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan). *UNES Law Review*, 6(2), 7187–7188. <https://review-unes.com/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Latief, F. F. (2023). Aspek Kemudahan Kegunaan Fitur Layanan dan Cashback Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 84. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1566>
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2015). *Service Marketing: People, Technology, Strategy* (S. Yagan (ed.); Seventh). Pearson Australia.
- Nurrahma, D. A., Nibi Nazwa Quinita Tanjung, Gema Surya Gemilang, & Nurbaiti Nurbaiti. (2025). Persepsi Konsumen Tentang Keamanan Data pada Aplikasi E-Wallet : Studi Kasus Dana. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v3i3.1885>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay Di Kota Bekasi. *Journal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Pertiwi, W. K., & Pratomo, Y. (2021). Pengguna dana mengeluh ada gangguan, tidak bisa melakukan transaksi dan transfer. Kompas.Com. https://tekno.kompas.com/read/2021/09/21/10351597/pengguna-dana-mengeluh-ada-gangguan-tidak-bisa-transaksi-dan-transfer#google_vignette
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.215>
- Ramadhan, G. R., & Sugianto, C. A. (2024). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Dana Di Google Play Store Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(5), 3314–3319. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i6.8178>
- Rejeki, S., & Mangivera, H. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Models Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Mahasiswa. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 117–129. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.956>
- Saraswati, A. N., & Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Milenial. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 47–57. <https://doi.org/10.32734/jba.v1i2.11217>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). ALFABETA.
- Utomo, B. C., & Rahman, A. A. (2024). Analisis Kesadaran Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Wallet

- Analysis of Personal Data Security Awareness of DANA E-Wallet Users. *Jurnal Riset Sains Dan Teknologi*, 8(2), 155–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.30595/jrst.v8i2.21162>
- Visa. (2024). *Budaya cashless marak di Indonesia seiring dengan penggunaan uang tunai yang terus menurun*. VISA.Com. <https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-240319.html>
- Wijaya, I. D., Astuti, E. S., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2024). The Mediation Role of Perceived Risk, Trust, and Perceived Security Toward Intention to Use in the Model of Fintech Application Adoption: An Extension of TAM. *KnE Social Sciences*, 324–335. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i11.15804>
- Zakaria, S. (2024). *Kota Bogor meraih dua penghargaan Percepatan & Perluasan Digitalisasi Daerah*. Antara News. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/311615/kota-bogor-raih-dua-penghargaan-percepatan-perluasan-digitalisasi-daerah>