

PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DANA

Nia Amelia¹, Monika Tiarawati²

nia.18085@mhs.unesa.ac.id¹, monikatiarawati@unesa.ac.id²

Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Minat guna merupakan suatu keadaan dimana seseorang memperhatikan kebutuhan dalam kegiatannya dan melakukannya atas kemauannya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan e-wallet. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan elektronik dan persepsi kenyamanan. Dan variabel terikatnya adalah minat penggunaan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian konklusif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Surabaya, dan sampel ditentukan berdasarkan teknik non-probability sampling yaitu snowball sampling, sebanyak 200 responden yang mempunyai kriteria sebagai berikut: responden merupakan mahasiswa aktif di Universitas Negeri Surabaya. Universitas Negeri Surabaya, dan responden belum pernah menggunakan aplikasi DANA. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dan uji kelayakan model. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, diperoleh kesimpulan tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas e-service terhadap minat penggunaan e-wallet DANA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya) dan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. tentang minat menggunakan e-wallet DANA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya).

Kata Kunci: kualitas layanan elektronik, minat penggunaan, kemudahan yang dirasakan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era revolusi industri 4.0 berkembang sangat tinggi, setiap tahunnya membawa pengaruh teruntuk kehidupan manusia. Dalam dunia perekonomian saat ini teknologi juga sangat berpengaruh dan mengakibatkan persaingan sangat kompetitif dalam pengembangan perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Salah satu perkembangan dalam perekonomian Indonesia adalah adanya uang elektronik. Bank Indonesia (BI) mengungkapkan bahwa transaksi uang elektronik mencapai Rp. 20,7 triliun di tahun 2021. Jumlah tersebut bertambah sebesar 30,7% dari Rp. 15,9 triliun dalam satu periode di tahun sebelumnya. Bahkan penggunaan uang elektronik tetap mengalami kenaikan selama pandemi Covid-19. Nilai kenaikannya sebesar 41,2% menjadi Rp. 204,9 triliun pada tahun 2020 (<https://databoks.katadata.co.id>).

Berdasarkan data dari <https://bi.go.id>, alat pembayaran terus mengalami perkembangan, mulai dari pembayaran secara tunai (*cash based*) menjadi pembayaran secara non tunai (*non cash*). Kini pembayaran non tunai banyak dikembangkan seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya cek dan bilyet giro. Pembaruan terus terjadi meliputi kemudahan transfer melalui dana elektronik dan alat pembayaran menggunakan kartu (*card based*). Tabel dibawah ini menunjukkan uang elektronik yang beredar di Indonesia mengalami perkembangan yang relatif tinggi pada tahun 2017, uang elektronik yang beredar sebesar 90,003,848 hingga pada tahun 2021 uang elektronik yang beredar mencapai 3,872,220,475.

Tabel 1. Tabel Uang Elektronik Yang Beredar

Periode	Jumlah Instrumen
2015	34,314,795
2016	51,204,580
2017	90,003,848
2018	167,205,578
2019	292,299,320
2020	2,465.678,921
2021	3,872,220,475

Sumber: <https://bi.go.id>

Pada saat ini, pembayaran menggunakan dana elektronik mulai diketahui dan digunakan oleh masyarakat karena efisiensi dan kemudahannya. Alat pembayaran elektronik yang sedang diminati dan banyak digunakan adalah *e-wallet*. *E-wallet* merupakan teknologi keuangan yang berbentuk aplikasi dan memiliki banyak kegunaan untuk kebutuhan keuangan secara daring, biasanya digunakan melalui smartphone penggunaanya.

Penggunaan *e-wallet* di Indonesia sangat tinggi, kemudahan penggunaan dan banyaknya manfaat menjadikan masyarakat Indonesia menyukai pembayaran non-tunai secara menyeluruh. Tentunya terdapat beragam pilihan penggunaan *e-wallet* mulai dari jenis dan kemudahan yang ditawarkan. *E-wallet* yang sudah beredar dan sering digunakan masyarakat meliputi Shopee Pay, OVO, GoPay, Dana, Link Aja, dan masih banyak lainnya. Dilihat dari fungsinya *e-wallet* merupakan aplikasi pendukung e-commerce yang digunakan sebagai alat pendukung transaksi secara online. Tidak hanya digunakan untuk pembayaran, *e-wallet* juga berfungsi untuk menyimpan uang secara elektronik yang digunakan oleh penggunaanya sehingga bermanfaat untuk mengurangi resiko ketika membawa uang cash dalam jumlah yang besar.

Pembelian secara langsung maupun secara daring kini dapat memanfaatkan *e-wallet* dalam hal pelunasan barang, pembayaran cukup melalui aplikasi *e-wallet* dengan proses yang cepat dan mudah. Adanya *e-wallet* akan mempermudah proses transaksi antara penyedia produk atau jasa dengan konsumen dalam proses jual beli. Seiring dengan semakin banyaknya penyedia aplikasi *e-wallet* ini menjadikan persaingan yang terjadi antara penyedia jasa tersebut sehingga berbagai strategi dilakukan untuk mendapatkan kepuasan terhadap konsumen yang menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan data yang dikutip dari laman CNN Indonesia, salah satu aplikasi *e-wallet* yang sangat berkembang di masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu yang banyak digunakan yaitu "DANA". Sejak awal diluncurkan aplikasi Dana mencapai pertumbuhan signifikan melalui berbagai aspek seperti unduhan aplikasi, kenaikan pengguna, hingga persepsi merek (www.cnnindonesia.com). Hal ini dikarenakan dari pihak perusahaan terus melakukan pengembangan dari segi teknologi, inovasi, serta melakukan kolaborasi dari berbagai pihak hingga mampu mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu yang menjadikan keunggulan yang ditawarkan oleh developer ini yaitu dengan adanya jaminan proteksi yaitu *Dana Protection*, *Dana Protection* adalah jaminan keamanan, kenyamanan serta keamanan secara penuh. Fitur yang ditawarkan dapat digunakan oleh pengguna yang telah melakukan *upgrade* menjadi Dana Premium (www.dana.id).

Pada hasil riset (iPrice, 2019) menyebutkan pada kuartal II 2019, kedudukan LinkAja berhasil digantikan oleh DANA sebagai pendatang baru. Pada saat ini dalam

industri jasa terutama *e-wallet* ini sedang saling bersaing dalam segi melakukan promosi dan inovasi termasuk strategi untuk dapat mendapatkan minat dari konsumen dalam menggunakan produk dan jasa dari masing-masing developer tersebut. Kesesuaian kualitas dan manfaat dari layanan yang ditawarkan akan berpengaruh pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang (pengisian saldo).

Prestasi yang dimiliki *e-wallet* DANA sebagai pendatang baru memberikan bukti bahwa DANA memiliki peluang pertumbuhan yang baik di Indonesia. Untuk mempertahankan hal tersebut maka salah satu yang harus dijaga serta ditingkatkan oleh perusahaan yang bergerak pada bidang jasa seperti DANA adalah *e-service quality*. Menurut (Bressolles & Durrieu, 2011) mengartikan *e-service quality* sebagai seberapa besar kemampuan suatu *website* memberikan pengalaman berbelanja, pembayaran, dan pengiriman produk secara efektif dan efisien. Pada hasil penelitian (Scheuer et al., 2016) menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Namun pernyataan tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Rozi, 2017) yang memperoleh hasil bahwasanya *e-service quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan.

Selain *e-service quality*, kesan mengenai peningkatan layanan yang diberikan secara otomatis akan membuat konsumen berspekulasi bahwa layanan kualitas yang meningkat akan lebih memudahkan konsumen dalam menggunakan beberapa fitur yang tersedia pada layanan *e-wallet*. Sebaliknya, jika konsumen merasa hal tersebut kurang efektif dalam membantu kegiatannya, maka konsumen enggan menggunakannya. Menurut Wibowo (2006) persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi diartikan sebagai ukuran dimana terdapat kepercayaan bahwa teknologi mampu dipahami dan digunakan dengan mudah.

(Venkatesh & Davis, 2000) mengungkapkan ada beberapa dimensi persepsi kemudahan penggunaan:

- a. Interaksi konsumen dengan sistem jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*),
- b. Tidak membutuhkan usaha banyak dalam menggunakan sistem (*does not require a lot of mental effort*),
- c. Kemudahan dalam menggunakan sistem (*easy to use*),
- d. Memudahkan pengoperasian sistem sesuai keinginan (*easy to operate the system according to what you want to do*).

Keunggulan pada tiap-tiap *e-wallet* menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *e-wallet* mana yang akan digunakan. Konsumen tentu akan memilih *e-wallet* yang mudah dalam pengoperasian serta memberi manfaat untuk dirinya. Hal tersebut yang akan menjadi pendorong minat penggunaan konsumen pada *e-wallet* yang dipercayainya. Menurut (Rio Chandra & Rahmawati, 2016) minat penggunaan diartikan sebagai kondisi dimana seseorang tidak memperhatikan proses selanjutnya yang akan dilakukan, melainkan hanya memperhatikan kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas menjadi dasar peneliti memilih judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* DANA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya)”.

METODOLOGI

Penelitian menggunakan jenis penelitian konklusif. Tujuan utamanya untuk menguji hipotesis spesifik serta menguji hubungan spesifik data yang dihasilkan untuk dianalisis secara kuantitatif (de Jong & Böckenholt, 2017). Sumber data menggunakan Data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban pada kuesioner yang telah disebar kepada

beberapa responden sesuai kriteria. Sedangkan data sekunder diambil dari buku literatur, penelitian terdahulu, serta artikel yang terkait dengan pengaruh *e-service quality* dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA. Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Universitas Negeri Surabaya, serta ditetapkan sampel berdasarkan teknik pengambilan sampel non probability sampling yaitu snowball sampling. Peneliti menyebarkan angket kepada responden yang sesuai kriteria lalu responden akan menyebarkan kepada responden lain yang juga memenuhi kriteria sebanyak 200 responden.

Teknik analisis data berupa analisis regresi linier berganda dan uji kelayakan model. Tetapi sebelum dilakukan analisis data menggunakan analisis regresi linier dan uji kelayakan model maka terlebih dahulu data harus melewati uji asumsi klasik terlebih dahulu. Terakhir data kemudian harus di uji hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji-t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian berasal dari populasi mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang belum pernah menggunakan *e-wallet* DANA. Dari hasil analisis sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan 116 orang (58%), berasal dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis sebanyak 53 orang (26%), dan berusia 21th – 25th sebanyak 152 orang (76%).

Tabel 2. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Jumlah	Presentase
1.	Jenis Kelamin: a. Laki-laki b. Perempuan Total	 84 116 200	 42% 58% 100%
2.	Fakultas: a. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum b. Fakultas Ekonomika dan Bisnis c. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam d. Fakultas Teknik e. Fakultas Bahasa dan Seni f. Fakultas Ilmu Keolahragaan g. Fakultas Ilmu Pendidikan h. Program Pascasarjana i. Fakultas Vokasi Total	 29 53 30 19 16 22 23 1 7 200	 14% 26% 15% 10% 8% 11% 11% 1% 4% 100%
	Usia: a. 16-20 tahun b. 21-25 tahun c. >25 tahun Total	 47 152 1 200	 23% 76% 1% 100%

Sumber : Data diolah (2022)

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Hasil dari uji validitas bersumber dari kuesioner dengan 33 responden digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya item pernyataan. Hasil uji validitas menghasilkan bahwa semua item menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,334), maka item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur pengaruh *e-service quality* dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Uji reliabilitas memanfaatkan rumus Cronbach Alpha, suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai hasil Cronbach Alpha > 0,60. Hasil dari uji reliabilitas menyatakan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka item pernyataan reliabel dan mampu digunakan mengukur variabel *e-service quality* dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	Butir Pernyataan	Correlated Item Total	Cronbach Alpha
<i>E-Service Quality</i>	Pengoperasian aplikasi DANA tidak dipungut biaya	0.505	0.835
	Informasi yang diberikan dikelola dengan baik	0.802	
	DANA menyediakan fitur-fitur transaksi yang saya butuhkan dalam kehidupan sehari-hari	0.689	
	Semua fitur transaksi yang disediakan DANA berfungsi dengan baik	0.700	
	Aplikasi DANA tersedia dalam 24 jam	0.479	
	Aplikasi DANA tidak lambat saat digunakan	0.767	
	Privasi identitas saya dijamin aman	0.770	
	Privasi transaksi keuangan saya dijamin aman	0.748	
Persepsi Kemudahan	Saya merasa sistem yang ada di aplikasi DANA sangat jelas	0.717	
	Saya merasa intruksi yang ada di aplikasi DANA sangat jelas	0.711	
	Tampilan yang ada di aplikasi DANA mudah dipahami	0.749	
	Aplikasi DANA mudah diunduh pada store aplikasi	0.695	
	Aplikasi DANA dapat digunakan sebagai alat pembayaran di beberapa <i>E-commerce</i>	0.681	

	Aplikasi DANA dapat digunakan sebagai alat pembayaran di beberapa toko offline menggunakan barcode QRIS	0.800	0.905
	Lebih mudah dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi DANA	0.560	
	Lebih praktis menggunakan <i>e-wallet</i> DANA daripada menggunakan uang cash	0.519	
	<i>E-Wallet</i> DANA sederhana pengoperasiannya	0.730	
	<i>E-Wallet</i> DANA dapat digunakan oleh banyak kalangan	0.731	
	<i>E-Wallet</i> DANA dapat digunakan dimanapun tempatnya	0.460	
	<i>E-Wallet</i> DANA fitur-fiturnya mudah dioperasikan	0.715	
	Fitur-fitur transaksi keuangan di aplikasi DANA dapat membantu saya lebih terampil dalam bertransaksi	0.925	
Minat Penggunaan	Setelah mengetahui tentang aplikasi DANA, saya berminat untuk menggunakannya	0.842	0.841
	Saya berminat untuk mengunduh aplikasi DANA	0.686	
	Saya berminat untuk selalu menggunakan aplikasi DANA sebagai media transaksi sehari-hari	0.899	
	Saya berminat menggunakan aplikasi DANA ketika berbelanja online	0.600	
	Saya berminat menggunakan aplikasi DANA ketika berbelanja offline	0.693	
	Saya berminat untuk menggunakan aplikasi DANA dalam jangka waktu yang panjang	0.755	

Sumber : Data diolah (2022)

Uji Asumsi Klasik

a) Uji normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov memakai SPSS 25 for window untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan dan diperoleh oleh peneliti ini termasuk kategori distribusi normal atau sebaliknya. Mengenai pedoman uji normalitas, mempunyai arti bilamana nilai signifikansi dari hasil hitung mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ ($p > 0,05$) sehingga bisa dijabarkan pada kategori data yang berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi data setelah hasil hitung memiliki nilai signifikan $< 0,05$ ($p < 0,05$) maka data tidak berdistribusi normal. Hasil hitung menunjukkan bahwa keseluruhan data $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas guna mencari tahu keadaan multikolinearitas didalam model regresi yang dipakai dalam penelitian ini, yakni dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil hitung menghasilkan nilai dari toleransi dan nilai ukur *Variance Inflation Factor* (VIF) menghasilkan mengenai variabel bebas yaitu *e-service quality*, persepsi kemudahan, memiliki nilai toleransi $0,481 > 0,10$ dan VIF $2,080 < 10$. Sehingga telah didapat model regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. GRAFIK P-PLOT

Sumber: Data diolah (2022)

Uji Heteroskedastisitas ialah uji yang menjadi bagian dalam asumsi klasik yang berguna untuk menentukan adanya ketidaksamaan variasi dari nilai residual antar pengamatan. Jika variasi nilai residual antar pengamatan tidak berubah maka disebut dengan homoskedastisitas, tetapi jika sebaliknya maka disebut heteroskedastisitas. Dari analisis P-plot diatas diketahui data tersebar di sekitar diagram mengikuti model regresi, hal tersebut terjadi diakibatkan titik-titik residual berasal dari data terdistribusi normal dan mengikuti garis diagonal atau garis linier sehingga disimpulkan data yang diolah merupakan data berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,491	,486	2,689
a. Predictors: (Constant), Total Variabel X2, Total Variabel X1				

b. Dependent Variable: Total Variabel Y

Sumber : Data diolah (2022)

Analisis regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel *E-Service Quality* dan persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat penggunaan. Hasil koefisien determinasi menunjukkan hasil pengukuran regresi didapati bahwa koefisien determinasi 2 (*adjusted R square*) sebesar 0,486. Artinya sebesar 48,6% minat penggunaan dipengaruhi oleh *e-service quality* dan persepsi penggunaan sementara sisanya sebesar 51,4% minat penggunaan dipengaruhi variabel lain yang tidak termuat dalam pengujian.

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,281	1,924		-,146	,884
	Total Variabel X1	,061	,075	,060	,824	,411
	Total Variabel X2	,417	,047	,656	8,945	,000

a. Dependent Variable: Total Variabel Y

Sumber : Data diolah (2022)

$$Y = -0.281 + 0.061X_1 + 0.417X_2$$

Hasil pada variabel *e-service quality* diketahui $T_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,025; 200-2-1) = t(0,025; 197) = 1,972$. Hasil analisis regresi dinyatakan oleh nilai dari t hitung sebesar $0,824 < t_{tabel} 1,972$ dengan tingkat signifikansi 0,411. Karena tingkat signifikansi $0,411 > 0,05$ oleh sebab itu H_0 diterima, H_a ditolak. Dengan demikian secara parsial variabel *e-service quality* tidak ada pengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* DANA. Sedangkan pada variabel persepsi kemudahan dikarenakan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka terima H_a dan H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel persepsi penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Minat Penggunaan

Koefisien regresi variabel *E-Service Quality* 0,061 yang artinya setiap ada kenaikan atau penurunan senilai 1% dan nilai dari variabel lainnya tetap, maka minat penggunaan akan berkurang atau bertambah sebesar 0,016. Hasil uji statistik t pada variabel *e-service quality* menunjukkan nilai dari t hitung sebesar $0,824 < t_{tabel} 1,972$ dengan ukuran signifikansi sebesar 0,411. Karena tingkat signifikansi $0,411 > 0,05$ maka dengan demikian H_0 diterima, H_a ditolak. Dengan demikian secara parsial variabel *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* DANA. Maka hipotesis penelitian memperlihatkan bahwasanya H_{01} *E-Service Quality* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Pudjarti *et al.* (2019), dengan judul penelitian “Hubungan *E-service Quality* dan *E-loyalty* dengan *E-satisfaction* pada Konsumen Go-jek dan Grab di Kota Semarang”. Dari hasil penelitian diketahui bahwasanya *e-service* pada penggunaan aplikasi gojek tidak berpengaruh signifikan dikarenakan pelayanan yang baik tidak secara langsung bisa membuat pelanggan bertahan dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* apalagi di era yang saat ini persaingan dompet digital sangat ketat sehingga aplikasi DANA harus berbenah serta mengikuti perkembangan zaman agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan baru ataupun lama. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rozi (2017), yang berjudul “Pengaruh *e-*

service quality terhadap keputusan pembelian tiket kereta api online” pada penelitian tersebut memperlihatkan bahwasanya *e-service quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan tiket online selain kurangnya edukasi maupun lebih memilih metode konvensional menjadi hambatan tersendiri untuk kemajuan dompet digital di masa mendatang khususnya aplikasi DANA.

Variabel *e-service quality* diukur menggunakan empat indikator yaitu: efisiensi, pemenuhan kebutuhan, ketersediaan system, dan privasi. Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan berusia antara 21-25 tahun dan berasal dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya yang sudah banyak mengetahui perihal *service* pada suatu *e-wallet*. Berdasarkan hasil analisis dan olah data yang telah dilakukan, dihasilkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA. Dikarenakan pengetahuan mengenai *e-service quality* pada suatu *e-wallet* sudah tinggi, maka dari itu responden lebih selektif dalam menentukan minatnya. Dalam hal ini *e-wallet* DANA belum mampu memenuhi harapan responden khususnya pada penyediaan fitur transaksi yang lebih bervariasi. Penggunaan metode pembayaran menggunakan *e-wallet* DANA saat ini masih kurang luas jangkauannya. *E-commerce* yang dapat menggunakan pembayaran via DANA hanya Lazada, Buka Lapak, dan Happy Fresh, sedangkan pada beberapa *e-commerce* lain belum bisa menggunakan pembayaran via DANA. Selain itu, segala bentuk transaksi pada DANA memiliki minimal transaksi yaitu sebesar Rp. 50.000 kecuali transaksi sesama DANA.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Variabel persepsi kemudahan menunjukkan nilai dari t hitung sebesar $8,945 > t$ tabel $1,972$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dengan demikian H_a diterima sedangkan H_0 ditolak, bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* DANA. Maka hipotesis penelitian memperlihatkan bahwasanya H_{a2} diterima dengan begitu Perspektif Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Hasil dari variabel persepsi kemudahan juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ichsan & Nasution (2019), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Daya Guna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri Online” hasil penelitian tersebut memperlihatkan pengaruh yang signifikan pada variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mandiri online. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh Umaningsih & Wardani (2020), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*” yang memperlihatkan bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-money*. Dapat disimpulkan bahwasanya variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan DANA, dengan anggapan bahwa aplikasi yang digunakan mudah dalam artian dari segi fungsi maupun tampilan bisa mempengaruhi seseorang yang belum pernah sama sekali menggunakan aplikasi DANA menjadi tertarik menggunakan aplikasi DANA.

Variabel minat penggunaan pada penelitian ini diukur menggunakan empat indikator, yaitu *Clear and understandable, Does not require a lot of mental effort, easy to use, easy to get the system to do what he want to do*. Pada variabel ini, pernyataan “Saya merasa instruksi yang ada di aplikasi DANA sangat jelas” mendapat nilai tertinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *e-wallet* DANA sudah mampu memenuhi harapan responden dalam hal kemudahan. Didukung juga oleh pernyataan “Setelah mengetahui tentang aplikasi

DANA saya berminat untuk menggunakannya” yang memperoleh nilai tertinggi dalam pengukuran variabel minat penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan penelitian yang dilakukan, maka simpulan yang dapat disampaikan adalah “Tidak ada pengaruh yang signifikan e-service quality terhadap minat penggunaan e-wallet DANA”. Dari hasil penelitian diketahui bahwasanya e-service quality pada e-wallet DANA tidak berpengaruh secara signifikan dikarenakan pelayanan yang baik tidak secara langsung dapat mempengaruhi minat penggunaan konsumen. Khususnya pada era sekarang dimana persaingan antar e-wallet satu dengan yang lainnya semakin ketat sehingga DANA harus mampu mengikuti arus agar dapat menarik minat konsumen serta mempertahankan konsumen. Hasil selanjutnya yaitu “Ada pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan e-wallet DANA”. Dari hasil penelitian diketahui bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet DANA dengan anggapan bahwa aplikasi yang digunakan baik dari segi fungsi maupun tampilan dapat mempengaruhi seseorang yang belum pernah sama sekali menggunakan aplikasi DANA menjadi berminat menggunakan aplikasi DANA.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah objek penelitian hanya dalam lingkup mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian untuk memperoleh data yang representatif. Selain itu hasil uji yang dilakukan masih terdapat variabel dependen yang tidak berpengaruh, sehingga peneliti kedepannya dapat menambahkan variabel lain atau mengoptimalkan variabel yang tidak memiliki pengaruh pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Andika Sari, M., Listiawati, R., Vidyasari, R., Akuntansi, J., & Negeri Jakarta, P. (2019). ANALISA PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/EB.V18I2.2493>
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2011). Service quality , customer value and satisfaction relationship revisited for online wine websites. 6th AWBR International Conference, June. <https://pdfs.semanticscholar.org/a41f/b85bdec5dd42c10218d948c9a91995deddba.pdf>
- Chase, R. B., & Aquilano, N. J. (2007). *Operations Management for Competitive Advantage (The Mcgraw-Hill/Irwin Series Operations and Decision Sciences)* 10th Edition.
- 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>
- de Jong, M. G., & Böckenholt, U. (2017). Marketing research. In *Handbook of Item Response Theory* (5th Editio, Vol. 3).
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35, 644–649. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00079-4)
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Daya Guna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri Online Pada PT. Bank Mandiri (Persero) KCP Gatot Subroto 2. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 2(2), 1128–1136.

- Kanuk, Lazar, L., & Schiffman, L. G. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). New Jersey.
- Kemudahan Penggunaan, P., Kepercayaan, dan, Rodiah, S., Sari Melati, I., & Artikel, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80. <https://doi.org/10.31331/JEEE.V1I2.1293>
- Kosanke, R. M. (2019). 済無No Title No Title No Title. <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kuganathan, K. V., & Wikramanayake, G. N. (1997). Next generation smart transaction touch points. 2014 14th International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions, ICTer 2014 - Conference Proceedings, 96–102. <https://doi.org/10.1109/ICTER.2014.7083886>
- Layanan, F., Kepercayaan, D., Ferry Wibowo, S., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY CARD (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2016). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. <http://Dx.Doi.Org/10.1177/1094670504271156>, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Putranti, H. R. D. (2019). Hubungan E-service Quality dan E-loyalty dengan E-satisfaction pada Konsumen Go-jek dan Grab di Kota Semarang. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237–246.
- Rio Chandra, I., & Rahmawati Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, D. (2016). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN COMPUTER SELF EFFICACY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E- SPT DALAM PELAPORAN PAJAK. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1), 72–87. <https://doi.org/10.21831/NOMINAL.V5I1.11477>
- Rozi, I. F. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian tiket kereta api online (Konsumen pembeli tiket kereta api online PT. KAI DAOP 8 Surabaya Gubeng). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(3), 233–246. <https://doi.org/10.1108/09604520310476490/FULL/PDF>
- Scheuer, C., Boot, E., Carse, N., Clardy, A., Gallagher, J., Heck, S., Marron, S., Martinez-Alvarez, L., Masarykova, D., Mcmillan, P., Murphy, F., Steel, E., Ekdom, H. Van, & Vecchione, H. (2016). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Scheuer, C., Boot, E., Carse, N., Clardy, A., Gallagher, J., Heck, S., Marron, S., Martinez-Alvarez, L., Masarykova, D., Mcmillan, P., Murphy, F., Steel, E., Ekdom, H. Van, & Vecchione, H. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals terhadap E-Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 164–173. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Uang Elektronik yang Beredar. (n.d.). Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113–119.

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
<https://doi.org/10.1287/MNSC.46.2.186.11926>
- Wibowo, A. (n.d.). KAJIAN TENTANG PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM).