



**Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan
Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna
Aplikasi DANA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

ADISTA SALSABILA PUTRI

C1B020091

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Nama : Adista Salsabila Putri
NIM : C1B020091
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Alamat : Perumahan Griya Curug Blok D/22 Kec. Legok,
Kab. Tangerang
No HP : 081398431225
Email : adistasalsabila10@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Penulisan skripsi berjudul "**Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA**" adalah karya ilmiah saya sendiri
2. Originalitasnya berdasarkan izin, sumber data primer, sumber data sekunder yang diperoleh dari awal proses hingga terbentuk dalam suatu karya ilmiah skripsi, dan tidak mengatasnamakan dari pihak lain atau hasil penjiplakan (Plagiarism) karya orang lain (Terlampir turutin).
3. Penulisan hasil studi skripsi ini mencantumkan sumber penelitian sekunder atas nama buku, disertai tesis, artikel, jurnal, pengarang atau peneliti terdahulu pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terjadi ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia dikonfirmasi dan menerima keputusan akademik serta sanksi hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk gelar akademik, profesi atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Jambi, April 2024

Yang membuat pernyataan



Adista Salsabila Putri
C1B020091

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Prodi, menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Adista Salsabila Putri

Nomor Mahasiswa : C1B020091

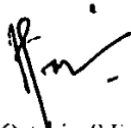
Jurusan : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan skripsi pada tanggal seperti tertera di bawah ini.

Jambi, MARET 2024

PEMBIMBING I



Dr. Ade Octavia, S.E., M.M
NIP : 197410231999032004

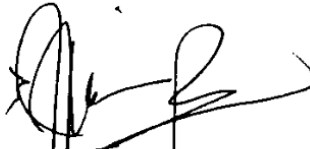
PEMBIMBING II



Sylvia Kartika Wulan B., S.E., M.Si
NIP : 198107012005012006

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Muhsaini, S.E., M.M
NIP 197706172006042001

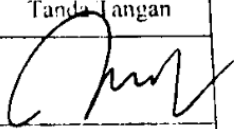
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Komprehensif dan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada.

Hari : Senin
Tanggal : 29 April 2024
Jam : 08.30 – 10.00
Tempat : Ruang Ujian Skripsi 3 FEB-UNJA

PANITIA PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Andang Fazri, ST, MM	
Penguji Utama	Suswita Roza, SE, MM	
Sekretaris Penguji	Husni Hasbullah, SE, MSc	
Anggota Penguji	Dr. Ade Octavia, SE, MM	
Anggota Penguji	Sylvia Kartika Wulan B, SE, Msi	

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen


Prof. Dr. Junaidi, SE, M.Si
196706021992031003


Dr. Zulfina Adriani, SE, M.Sc
NIP.196702151993032004

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, kerjasama, dan sumbangan pikirannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Helmi, SH, MH selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Ibu Prof. Dr. Shofia Amin, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Musnaini, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Zulfina Adriani, SE, M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Ibu Dr. Ade Octavia, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Ibu Sylvia Kartika Wulan B, SE., M,Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Ibu Dr. Musnaini, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA).
8. Bapak Dr. Andang Fazri, ST., MM dan Ibu Suswita Roza, SE., MM sebagai Ketua Penguji dan Penguji Utama yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi.
9. Bapak Husni Hasbullah, SE, M.Sc sebagai Sekretaris Penguji yang telah membantu dan memberikan arahan pada proses seminar proposal dan ujian sidang skripsi.

10. Bapak/Ibu dosen dan staff prodi Manajemen atas segala ilmu dan bantuan yang diberikan.
11. Kedua orang tua yang tercinta, Ayahanda Edi Sudibyo (Alm) dan Ibunda Sumanti atas jasa, dukungan, semangat, pengorbanan, limpahan cinta kasih sayang dan hasil didikan serta doanya.
12. Kakak laki-laki terhebat, Adityo Gerry Saputra yang selalu mendoakan serta pengorbanannya, baik dari segi moril atau materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah berkenan bekerjasama dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.
14. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih dan selamat kepada diri sendiri yang telah berjuang dalam proses penyusunan skripsi hingga akhir.

Demikian ucapan terima kasih dari penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan serta dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jambi, 2024

Penulis

Adista Salsabila Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA. Manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dan keamanan bagi pengguna DANA dalam bertransaksi dan diharapkan penelitian ini dapat membantu pihak DANA dalam meningkatkan kualitas fitur layanan aplikasi DANA yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna DANA. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui kuesioner dan studi pustaka. Instrumen penelitian terdiri dari pengukuran skor persepsi, uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pengguna DANA baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan pada kesimpulan, penulis menyarankan beberapa hal seperti mempertahankan dan meningkatkan faktor kemudahan dan keamanan pada fitur layanan Aplikasi DANA sehingga pengguna DANA tetap merasa tertarik, aman dan nyaman dalam bertransaksi serta mempertahankan kepercayaan pelanggan yang telah diperoleh.

Kata kunci: Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan Pelanggan, Fitur Layanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of ease of service features, security of service features and customer trust on user satisfaction of the DANA application. The benefits in this research are expected to provide convenience and security for DANA users in transacting and it is hoped that this research can help DANA in improving the quality of DANA application service features that affect DANA user satisfaction. This research was conducted with an associative quantitative approach. The data source of this study consists of primary data and secondary data. Data collection techniques in this study were carried out through questionnaires and literature studies. The research instrument consists of measuring perception scores, validity tests and reliability tests. The data analysis techniques used in this study are classical assumption test and multiple regression analysis. The results showed that there was a positive and significant influence on the variables of ease of service features, security of service features and customer trust in DANA user satisfaction both partially and simultaneously. Based on the conclusion, the author suggests several things such as maintaining and improving the convenience and security factor in the DANA App service features so that DANA users still feel interested, safe and comfortable in transacting and maintaining customer trust that has been obtained.

Keywords: *Ease Of Use, Security, Customer Trust, Service Features, Customer Satisfaction.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Pemasaran Jasa	10
2.1.3. Bauran Pemasaran	12
2.1.4. Kemudahan.....	13
2.1.5. Keamanan.....	13
2.1.6. Kepercayaan Pelanggan.....	14
2.1.7. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Berpikir	22
2.4. Hipotesis.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1. Metode Penelitian	23
3.2. Jenis dan Sumber Data	23
3.2.1. Data Primer.....	23
3.2.2. Data Sekunder	23

3.3. Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1. Kuesioner.....	23
3.3.2. Studi Pustaka	24
3.4. Populasi dan Sampel	24
3.4.1. Populasi	24
3.4.2. Sampel.....	24
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	25
3.6.1. Pengukuran Skor Persepsi	27
3.6.2. Uji Validitas	28
3.6.3. Uji Reliabilitas.....	29
3.7. Teknik Analisis Data	29
3.7.1. Uji Asumsi Klasik	29
3.7.2. Analisis Regresi Berganda	29
3.8. Pengujian Hipotesis	30
BAB IV	31
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	31
4.1. Gambaran Perusahaan	31
4.2. Aktivitas Perusahaan	32
BAB V	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
5.1. Deskripsi Responden.....	33
5.2. Instrumen Penelitian.....	36
5.2.1. Pengukuran Skor Persepsi	36
5.2.2. Uji Validitas	38
5.2.3. Uji Reliabilitas.....	40
5.3. Teknik Analisis Data	40
5.3.1. Uji Asumsi Klasik	40
5.3.2. Analisis Regresi Berganda	43
5.4. Pengujian Hipotesis.....	44
5.4.1. Uji T	44
5.4.2. Uji F.....	45
5.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
BAB VI.....	51
PENUTUP.....	51

6.1. Kesimpulan.....	51
6.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	35
Tabel 5.6 Distribusi Jumlah Responden Pada Item Pernyataan Kuesioner	36
Tabel 5.7 Skor Persepsi Variabel Kemudahan Fitur Layanan.....	37
Tabel 5.8 Skor Persepsi Variabel Keamanan Fitur Layanan.....	37
Tabel 5.9 Skor Persepsi Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	38
Tabel 5.10 Skor Persepsi Variabel Kepuasan Pelanggan	38
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 5.12 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 5.13 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 5.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 5.15 Hasil Uji Heterokedastisitas	42
Tabel 5.16 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	43
Tabel 5.17 Hasil Uji T Parsial.....	44
Tabel 5.18 Hasil Uji F Simultan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Metode pembayaran paling populer di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Merek Dompot Digital yang Digunakan September 2022.....	2
Gambar 5.13 Hasil Kurva Uji Normalitas Probability.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Zaman yang modern beriringan dengan kemajuan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut adanya sistem pembayaran yang efektif dalam pelaksanaan kegiatan transaksi. Sistem keuangan akan didominasi dengan adanya transaksi yang memanfaatkan media elektronik. Aktivitas perdagangan elektronik akan meningkatkan kebutuhan akan transaksi dengan media elektronik. Terdapat beberapa aktivitas bisnis yang memanfaatkan media elektronik, salah satunya adalah aplikasi dompet digital yang telah berkembang di Indonesia dan dikenal dengan istilah Electronic Wallet atau E-Wallet.

Mekanisme pembayaran alternatif yang dikenal sebagai e-wallet, atau dompet elektronik, adalah jenis Fintech (Teknologi Keuangan) yang memanfaatkan media online (Nawawi, 2020). Agar lebih banyak tersedia, E-Wallet merupakan suatu layanan dompet elektronik yang bertindak sebagai saluran untuk transaksi pengguna. Transaksi E-Wallet termasuk mengirim uang ke teman dan kenalan, serta melakukan pembelian dengan menetapkan jumlah maksimum uang yang dapat disimpan dalam aplikasi.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, E-Wallet atau dompet digital adalah layanan elektronik yang berfungsi sebagai penyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, menampung dana, dan juga untuk melakukan pembayaran (BI, 2016).

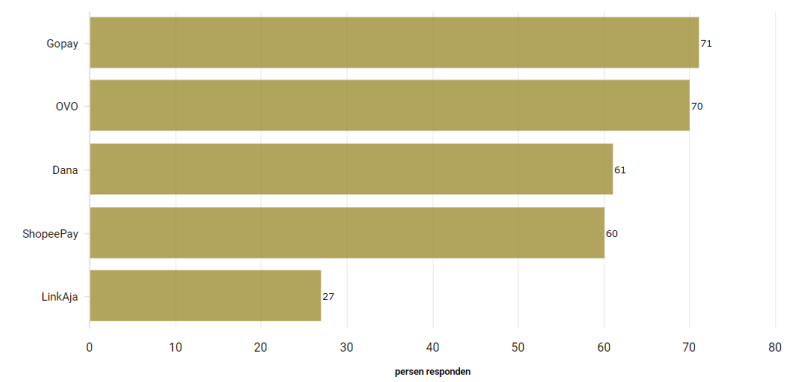
Gambar 1.1. Metode pembayaran paling populer di Indonesia.



Sumber: Goodstats

Menurut riset Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation oleh East Ventures (EV), e-wallet menyumbang 81% dari seluruh metode pembayaran di Indonesia per tahun 2023. Di Indonesia, aplikasi pembayaran seperti ShopeePay, Go-pay, OVO, DANA, Linkaja, DOKU dan I.saku yang dapat membantu transaksi konsumen masih terus berkembang. Diikuti oleh Virtual Account dengan presentase sebesar 60%, selanjutnya metode transfer bank dan cash/COD (cash on delivery) masing-masing mencapai 55%. Metode paylater mencapai 32% dan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) menapai 31% di tahun 2022 (East Ventures, 2023)

Gambar 1.2. Merek Dompet Digital yang Digunakan Responden September 2022.



Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat Gopay menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan, digunakan oleh 71% pengguna. Gopay dan OVO adalah pesaing dengan masing-masing 70% pengguna. Dana, dengan 61% pengguna, berada di posisi ketiga dan berhadapan dengan Shopeepay, yang memiliki 60% pengguna. LinkAja berada di posisi terakhir, dengan persentase pengguna 27% (databoks, 2023)

Menggunakan kecanggihan teknis, Indonesia merupakan negara yang bebas dari kerumitan transaksi keuangan dan metode pembayaran. Semua transaksi dan pembayaran dilakukan tanpa uang tunai dan tanpa perlu kartu menggunakan aplikasi "dompet digital" yang dapat ditemukan di smartphone apa pun. Berbagai merek E-wallet yang tersedia di Indonesia memiliki keunggulan yang menjadi ciri khas masing-masing. Salah satu E-wallet yang memiliki keunggulan tersendiri yang berbeda dengan merek E-wallet lainnya yaitu Aplikasi DANA. Aktivitas perusahaan Aplikasi DANA menjadi salah satu nilai unggul seperti terdapat aktivitas pemberdayaan perempuan, edukasi untuk literasi digital, keberlanjutan lingkungan dan bantuan kemanusiaan.

DANA hadir melalui dompet digital yang mereka buat untuk memungkinkan hal ini. DANA, perusahaan berdiri pada tahun 2018, menyediakan layanan yang memungkinkan memudahkan masyarakat Indonesia dalam melakukan pembayaran secara digital serta transaksi non-tunai dan non-kartu. DANA merupakan perusahaan startup di bidang financial technology yang diartikan sebagai bisnis teknologi yang mengembangkan teknologi untuk sektor keuangan.

Aplikasi DANA merupakan platform pembayaran elektronik yang dikembangkan oleh Elang Sejahtera Mandiri bekerja sama dengan anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan Ant Financial. (Abrilia et al, 2020). DANA dapat digunakan untuk transaksi nontunai di berbagai merchant rekanan, antara lain pembelian kredit, pembayaran tagihan, pembayaran cicilan, transaksi scan barcode, dan e-commerce. DANA juga menawarkan kemampuan untuk mengirim dan menarik saldo tunai melalui rekening bank, dan top-up sederhana karena dapat dilakukan melalui transfer dari berbagai bank serta alfamart dan pegadaian. DANA juga memiliki perbedaan antara pengguna premium dan

tidak premium. Pengguna premium mendapat keuntungan gratis transfer ke berbagai bank lain sebanyak 10 kali dalam setiap bulan dengan minimal nominal transfer sebesar Rp 50.000. Sedangkan pengguna yang tidak premium tidak terdapat fitur transfer ke sesama pengguna DANA dan transfer antar bank (Johan, 2023).

Fitur layanan dari program ini diperlukan untuk memenuhi beragam kebutuhan penggunanya, memungkinkan transaksi diselesaikan dengan tetap menjaga keamanan tinggi saat menggunakan aplikasi. Fitur layanan adalah keluaran produk perusahaan untuk membedakan item fitur mereka dengan yang lainnya. Berbagai elemen layanan perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan klien sehingga mereka puas (Hamidah et al, 2013).

Setiap pelaku bisnis berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kesenangan konsumen, selain menjadi vital bagi keberadaan perusahaan, dapat memberikan keunggulan dibandingkan pesaing. Konsumen yang menunjukkan rasa senang terhadap produk layanan cenderung akan melakukan pembelian ulang dan menggunakannya kembali ketika kebutuhan konsumen yang sama muncul di masa depan (Sri Lestari et al, 2021). Menurut Kotler dan Keller (2016) rasa senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan dan mengukur kinerja dan hasil dari suatu produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan disebut sebagai kepuasan.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor kemudahan adalah salah satunya. Davis (1989) dalam (Meileny & Wijaksana, 2020) menyatakan *perceived ease of use* adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemudahan akses teknologi tanpa memerlukan usaha apa pun. Salah satu variabel yang mempengaruhi minat dalam melakukan transaksi pada aplikasi ini adalah kemudahan penggunaannya. DANA menawarkan *user interface* yang sangat *user-friendly*, bahkan untuk pengguna pemula, karena ada tutorial untuk pendaftaran dan transaksi awal. Hal ini terlihat pada prosedur mutasi top-up, yang dapat diselesaikan tanpa mengunjungi bank, ATM, atau *merchant* yang telah berkolaborasi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, hal ini sangat memudahkan penggunanya dalam melakukan pembayaran transaksi non tunai (*cashless*). Semakin banyak elemen yang mempengaruhi, semakin besar jumlah transaksi yang dilakukan oleh pengguna melalui e-wallet, terutama selama norma baru, yang tidak diragukan lagi

akan meningkatkan perekonomian Indonesia karena akses yang lebih mudah untuk bertransaksi online. (Cahyono & Adha, 2022)

Terdapat juga masalah keamanan yang dapat mempengaruhi kesediaan pelanggan untuk menggunakan DANA. Rasa aman konsumen mengarah pada kerahasiaan dan tidak bocornya data pribadi yang telah diberikan agar tidak terlihat, tidak dapat disimpan, dan dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab atas tindakannya. Mempertimbangkan faktor keamanan diperlukan ketika menggunakan e-wallet karena jaminan keamanan yang diberikan akan meningkatkan kepercayaan pada pengguna e-wallet, meningkatkan minat dalam melakukan transaksi atau pembayaran melalui e-wallet. Karena kode keamanan diperlukan saat masuk ke dalam aplikasi dan bertransaksi, maka perlindungan keamanan diberikan untuk mencegah data pribadi pengguna dieksploitasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Darmawan & Putra, 2022).

Dalam bisnis, kepercayaan sangat penting. Transaksi bisnis akan terjadi jika kedua belah pihak yang terlibat saling percaya. Kepercayaan harus dibangun dan dibuktikan sejak awal bisnis. Definisi kepercayaan menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Meileny & Wijaksana, 2020) sebagai kemampuan organisasi untuk membentuk hubungan dan menciptakan kerjasama pada mitra bisnisnya. Unsur-unsur interpersonal seperti integritas, kebaikan, dan kejujuran juga mempengaruhi tingkat kepercayaan. Terdapat empat indikator kepercayaan pelanggan antara lain, *benevolence, ability, integrity, dan willingness to depend*. Almalis (2017) dalam (Artina, 2021) mendefinisikan Kepercayaan adalah apa yang diyakini, dan memiliki hubungan antara dua pihak yang dituntut untuk memahami dan yang aman dalam asumsi dan hal-hal yang dianggap vital dalam mendorong transaksi. Ketika seseorang berada dalam tahap pengambilan keputusan, mereka akan lebih memilih untuk membuat keputusan berdasarkan pilihan dan bimbingan yang diberikan oleh keluarga atau individu yang mereka percayai.

Transaksi yang dilakukan oleh konsumen adalah salah satu tolok ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat perkembangan e-wallet di antara populasi umum. Kualitas layanan yang diberikan merupakan salah satu elemen yang dapat mempengaruhi pemanfaatan suatu teknologi. Aplikasi DANA menawarkan fitur

yang sangat sederhana yang dapat membantu pengguna menjadi lebih mudah beradaptasi dengan dinamika ekonomi cashless dan mahir dalam pengelolaan transaksi. Fitur saldo digital antara lain kirim uang, tarik saldo, transfer antar bank, pembelian tiket transportasi, isi ulang pulsa/data, bayar air, listrik, BPJS kesehatan, Telkom, tv kabel, lazada, voucher digital tickets.id, cicilan, asuransi, zakat, *parker*, *e-commerce*, pembelian voucher game dan lain sebagainya. Terdapat juga faktor keamanan yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam melakukan transaksi melalui e-wallet DANA.

Hasil penelitian Sri Lestari dan Khairunnisa Tri Indriana (2021) menyatakan setuju Variabel Kemudahan dan Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Dana. Selanjutnya, Hasil penelitian Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto (2020) menyatakan berpengaruh positif variabel Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. Nyimas Artina (2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan secara positif dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan tingkat kepuasan pelanggan E-Money di Kota Palembang. Afidah Hissi Heryanti (2023) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, dalam penelitian ini ingin diketahui bagaimana pengaruh kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kemudahan fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA?
2. Apakah keamanan fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA?
4. Apakah kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.
2. Untuk menganalisis pengaruh keamanan fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.
4. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendatangkan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan tujuan penelitian yang akan dipenuhi.

Berikut ini adalah manfaat penelitian:

1. Penulis dapat mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh kemudahan dan keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi dana sebagai alat pembayaran digital.
2. Agar dapat memberikan kemudahan dan keamanan bagi penggunanya dalam bertransaksi aplikasi menggunakan aplikasi dana sebagai alat pembayaran digital
3. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pihak DANA dalam meningkatkan kualitas fitur layanan aplikasi DANA yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna DANA.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Istilah pemasaran berasal dari istilah pasar. Pasar yang dimaksud di sini tidak konkret, melainkan ditujukan pada tingkat abstrak. Pakar pemasaran telah mendefinisikan pemasaran dalam berbagai cara. Kotler dan Keller (2015) dalam (Manggarani et al., 2021) memberikan sebuah definisi singkat pemasaran sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Definisi pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang memungkinkan individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menyediakan, dan memperdagangkan barang-barang yang bermanfaat. Definisi pemasaran di atas didasarkan pada konsep inti, yaitu kebutuhan, keinginan, dan tuntutan; produk, nilai yang berkaitan dengan biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; dan hubungan pasar, pemasar, dan pemasaran.

Menurut (Ariyanto et al., 2023) Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang mempunyai nilai kepada pihak lain. Manajemen pemasaran menyangkut sebuah produk yaitu barang dan jasa agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Manajemen pemasaran mempunyai tujuan agar perusahaan dapat menghasilkan laba sebanyak banyaknya, yaitu dengan cara memenuhi atau melayani konsumen dengan cara menyediakan produk (barang dan jasa) yang mereka butuhkan dan inginkan.

Menurut (Nurmalina, 2015) filosofi di balik pemasaran adalah pemasaran merupakan dasar untuk mencapai tujuan dan target jangka panjang dari sebuah perusahaan atau organisasi. Ini adalah pola pikir yang harus dimiliki pelaku bisnis atau organisasi untuk tumbuh dan berkembang. Ini termasuk pendapat tentang "bagaimana perusahaan mampu menentukan apa yang diinginkan dan dibutuhkan

konsumen yang terus berkembang”. Peningkatan loyalitas konsumen (*created customers*) terjadi disebabkan karena suatu perusahaan atau organisasi mampu menciptakan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Memiliki konsumen yang setia dalam jangka panjang akan memudahkan dalam mencapai tujuan perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang.

Pemasaran adalah cara pelaku usaha menentukan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu definisi pemasaran yang baik dan ringkas adalah dengan memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan. Pemasaran didefinisikan oleh American Marketing Association sebagai serangkaian proses dalam menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan nilai kepada pelanggan, juga mengelola hubungan bersama pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan pemangku kepentingan. Proses pertukaran ini menuntut usaha yang lebih banyak. Terjadinya manajemen pemasaran disebabkan karena terdapat setidaknya satu pihak yang mampu memikirkan cara untuk mencapai hasil yang ditargetkan pihak lain. Oleh karena itu, manajemen pemasaran dikatakan sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, memberikan, dan mengembangkan nilai pelanggan yang unggul (Firmansyah, 2019).

2.1.2. Pemasaran Jasa

Menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) Definisi pemasaran jasa dapat dibedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

Kunci utama dalam memberikan pelayanan yang pada akhirnya akan membentuk tingkat kepuasan pelanggan dalam pemasaran jasa terdapat pada interaksi yang terjadi antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang berada di garda terdepan menentukan keberhasilan perusahaan dalam memberikan

pelayanannya kepada konsumen. Jika pelanggan senang dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan, mereka akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut lagi. Jika pelanggan puas dengan layanan. Totalitas dan loyalitas dalam bekerja dapat menciptakan pelayanan terbaik untuk konsumen. Perusahaan dihadapkan pada kendala dalam memberikan layanannya sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh konsumen (Firmansyah, 2019).

Pemasaran jasa tidak dapat dikonseptualisasikan tanpa terlebih dahulu memahami apa yang dikenal sebagai objek pemasaran, yaitu pengembangan konseptual layanan sebagai pasokan atau objek yang akan dipasarkan. Diperlukan pendekatan baru untuk pemasaran jasa yang tidak sesuai dengan paradigma manajemen bauran pemasaran tradisional. Paradigma konvensional menimbulkan terlalu banyak tantangan bagi perusahaan jasa untuk mendekati pelanggan mereka dengan cara yang menjamin kepuasan mereka (Grönroos, 2020).

Kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan. Pendekatan yang digunakan memiliki dampak besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya, mencapai pangsa pasar yang besar, dan meningkatkan laba. Strategi perusahaan untuk bertahan dan sukses dalam persaingan dipengaruhi oleh pendekatan terhadap kualitas layanan suatu produk. Kemajuan peradaban dan gaya hidup masyarakat masa kini telah memikat dunia usaha untuk terus bergerak maju. Persaingan bisnis menjadi semakin sengit di era globalisasi saat ini. Secara umum, persaingan merupakan suatu hal yang baik. Agar dapat bersaing pada persaingan bisnis, setiap perusahaan harus termotivasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk (Solimun and Fernandes, 2018).

Dalam pemasaran terdapat istilah 4P sebagai bauran pemasaran (marketing mix), maka dalam pemasaran jasa umumnya terdapat 7P bauran pemasaran. Dalam bisnis, jika perusahaan tidak mampu mengidentifikasi target pasar dengan baik maka perusahaan tidak akan dapat menentukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Manfaat memiliki pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep ini sangat penting bagi perusahaan (Fitria Halim, 2021).

2.1.3. Bauran Pemasaran

Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sekelompok elemen pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus mencapai tujuan yang ditargetkan. Dimensi Bauran Pemasaran 7P menurut Kotler dalam (Dewi et al., 2021):

1. Produk (Product)

Philip Kotler menyatakan “A product is a thing that can be offered to a market to satisfy a want or need”. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan perusahaan ke pasar untuk menarik perhatian, membeli, menggunakan, atau mengonsumsi, dan memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.

2. Harga (Price)

Menurut Kotler, harga didefinisikan sebagai jumlah dari semua nilai yang ditawarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan.

3. Promosi (Promotion)

Promosi terdiri dari upaya perusahaan yang bertujuan mempengaruhi calon pelanggan dan berpotensi untuk melakukan pembelian produk yang tersedia saat ini atau di masa depan.

4. Saluran Distribusi (Place)

Mendistribusikan atau mengirimkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen didefinisikan sebagai pemahaman saluran distribusi.

5. Proses (Process)

Dalam perusahaan jasa, proses merupakan faktor penting yang terkait erat dengan kinerja suatu perusahaan. Proses kegiatan terdiri dari unsur-unsur prosedur, tugas, rencana kerja, mekanisme dan juga kegiatan.

6. Petugas Penyedia Jasa (People)

Nirwana menyatakan ”partisipasi orang atau petugas penyedia layanan adalah dasar dari keberadaan. Petugas penyedia jasa diharapkan mampu mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam bentuk barang atau jasa”.

7. Fasilitas Pendukung secara Fisik (Physical Evidence)

Realisasi layanan dapat dilihat dalam hubungan antara janji-janji yang telah disampaikan oleh pemberi atau penyedia layanan dan pelanggan. Fasilitas pendukung fisik (bukti fisik) merupakan bagian integral dari penyampaian layanan kepada pelanggan.

2.1.4. Kemudahan

Jogiyanto (2007) dalam (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) mendefinisikan tingkat kemudahan penggunaan ditentukan oleh orang yang percaya bahwa sistem informasi akan mudah digunakan tanpa usaha apapun.

Nasution (2004) dalam (Andryanto, 2016) menjelaskan bahwa teknologi yang mudah digunakan, dipahami, dan dioperasikan dianggap mudah digunakan merupakan karakteristik dari kemudahan. (Hinati, 2019) menyatakan bahwa tingkat kenyamanan ditentukan oleh seberapa mudah suatu pekerjaan dapat diselesaikan melalui penggunaan sistem atau teknologi. Kemudahan penggunaan adalah tingkat harapan pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan suatu sistem. Hal ini dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi tanpa melakukan usaha yang besar. Dengan menggunakan aplikasi DANA, memudahkan konsumen dalam menyimpan uang dan melakukan transaksi. Membayar dan menyimpan uang dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan ponsel dan koneksi internet melalui aplikasi DANA.

Kemudahan atau usability merupakan cara untuk menentukan sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif, dan untuk meningkatkan kepuasan pengguna saat menggunakan produk (Nidhom, 2019).

2.1.5. Keamanan

Menurut Garfinkel dan Lipford dalam (Gunawan, 2020) menjelaskan keamanan data melibatkan perlindungan dan jaminan tiga aspek penting di dunia maya: kerahasiaan data, integritas data, dan ketersediaan data. (Ramadhan et al., 2016) menjelaskan bahwa terdapat jaminan perlindungan dari kesalahan,

kerusakan, dan pencurian bagi mereka yang menggunakan teknologi informasi melalui keamanan dalam transaksi e-money.

Kebijakan, prosedur, dan langkah-langkah teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian, dan kerusakan fisik pada sistem informasi disebut sebagai keamanan sistem informasi (Suryadharma & n Budyastuti, 2019).

(Waspada, 2012) menjelaskan terdapat beberapa parameter untuk mengukur keamanan sebagai berikut:

1. Pengguna merasa yakin dan aman saat memberikan informasi.
2. Pengguna merasa yakin mendapatkan perlindungan informasi yang diberikan.
3. Pengguna merasa yakin dan percaya terjaminnya transaksi keamanan.

2.1.6. Kepercayaan Pelanggan

Pengertian kepercayaan pelanggan menurut Sumarwan dalam Sangadji & Sopiah (2013) dalam (Utami et al., 2019) menyatakan bahwa "kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen percaya ada kemungkinan hubungan antara objek dan atribut yang relevan, yang dikenal sebagai hubungan objek-atribut".

Menurut Sugara (2017) dalam (Himawati & Firdaus, 2021) memperoleh segala sesuatu yang diinginkan dapat dicapai melalui dukungan kepercayaan sebagai bentuk dukungan konsumen. Menurut pengertian dari Keller dan Kotler (2012: 1 25) dalam (Arif, 2020) kepercayaan adalah suatu komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan dikaitkan dengan keyakinan, yaitu sesuatu didasarkan atas sugesti, otoritas, intuisi, pengalaman, dan bukti-bukti yang ada. Kepercayaan ditandai dengan keinginan untuk bergantung pada penjual tepercaya.

Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan, kepercayaan, dan pengetahuan yang dimiliki konsumen dalam kaitannya dengan berbagai atribut dan manfaat dari suatu objek atau produk. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki suatu objek. Sementara manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada pelanggan (Riadi, 2021)

Menurut (Priansa, 2017), penerimaan yang didasarkan pada harapan perilaku yang baik dari orang lain adalah bidang psikologis yang berkaitan dengan kepercayaan. Menurut McKnight (2002) dalam (Priansa, 2017), terdapat aspek-aspek kepercayaan konsumen antara lain:

a. Trusting belief

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang merasa percaya dan yakin terhadap orang lain pada suatu kondisi tertentu. Trusting belief didasarkan atas tiga elemen yaitu:

1. Benevolence (niat baik), yaitu kesediaan penjual dalam melayani kepentingan pelanggan.
2. Integrity (integritas), yaitu seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap kejujuran penjual dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah disepakati.
3. Competence (Kompetensi), yaitu tingkat kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

b. Trusting Intention

Trusting Intention adalah sejauh mana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu kondisi tertentu dengan sengaja. Terdapat dua elemen yang membangun Trusting intention yaitu:

1. Willingness to Depend, adalah kesediaan pelanggan untuk bergantung pada penjual dengan menerima berbagai risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin akan terjadi.
2. Subjective Probability of Depending, adalah kesediaan subyektif pelanggan dalam memberikan informasi pribadi kepada penjual dan melakukan transaksi.

2.1.7. Kepuasan Pelanggan

Menurut Umar (2005:65) dalam (Bolang et al., 2015) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dimiliki konsumen setelah membandingkan apa yang diterimanya dengan apa yang dia harapkan. Pelanggan yang senang dengan nilai atau layanan yang diberikan oleh produk atau layanan cenderung tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

Menurut (Mujiharjo, 2006) pola perilaku akan dipengaruhi oleh kepuasan dan ketidakpuasan nasabah terhadap produk dan kualitas layanan bank. Pelanggan dapat menunjukkan hal ini sebelum, selama, atau setelah proses pembelian/konsumsi produk atau layanan. Ketika pelanggan benar-benar puas. Kemudian dia akan menunjukkan kemungkinannya untuk membeli produk yang sama lagi, dan dia akan cenderung merujuk produk tersebut kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas dengan suatu produk dapat mengembalikannya atau mengajukan keluhan kepada perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan memiliki hasil (*output*) berupa keluhan atau loyalitas pelanggan. Pengembangan kepuasan pelanggan yang optimal akan mendorong berkembangnya loyalitas di benak pelanggan yang puas.

Terdapat indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) dalam (Marlina & Bimo, 2018) adalah:

1. Kualitas layanan yang memenuhi atau melampaui harapan.
2. Tingkat kepuasan dibandingkan dengan yang sebanding.
3. Tidak ada keluhan resmi yang diajukan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Wendy Suhendry (2021)	Minat Penggunaan E-Wallet DANA di Kota Pontianak.	Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, social influence and promotion Variabel Dependen: Minat penggunaan e-wallet DANA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, social influence and promotion terhadap variabel minat penggunaan. Selanjutnya, terdapat juga pengaruh secara parsial yaitu variabel Perceived usefulness, perceived security, dan promotion terhadap minat penggunaan e-wallet DANA.
2.	Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya	Variabel Independen : Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Variabel Dependen : Minat Menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada variabel Kemudahan terhadap Minat menggunakan e-wallet e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya. Fitur layanan juga menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya. Selanjutnya, secara simultan Kemudahan dan fitur layanan

				berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya.
3.	Sri Lestari dan Khairunnisa Tri Indriana (2021)	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadapkepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA)	Variabel Independen : Kemudahan dan Keamanan Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan	1. Sebesar 38% setuju pada pernyataan “Aplikasi DANA mudah digunakan diberbagai situasi” dan sebesar 51% menyatakan setuju dalam variabel kemudahan dengan pernyataan “Tampilan aplikasi DANA jelas dan mudah digunakan”. 2. Sebesar 46% setuju pada pernyataan “Akun pada aplikasi DANA sulit untuk diretas oleh pihak yang tidak berwenang” dan sebesar 56% setuju dalam variabel keamanan dengan pernyataan “Fasilitas keamanan untuk melindungi informasi akun pengguna”. 3. Sebesar 35% setuju pada pernyataan “Saya akan selalu menyimpan uang pada aplikasi DANA karena saya merasa puas” dan yang memiliki persentase tertinggi dalam variabel kepuasan

				konsumen yaitu menyatakan setuju sebesar 59% dengan pernyataan “Fitur pada aplikasi DANA sesuai dengan harapan saya sehingga saya merasa puas”.
4.	Nyimas Artina (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang	Variabel Independen : Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Kepercayaan Fitur Layanan Variabel Dependen : Tingkat Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan tingkat kepuasan pelanggan E-Money di Kota Palembang.
5.	Afidah Hissi Heryanti (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment)	Variabel Independen: Kualitas Layanan Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Kualitas dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Sumber: Data dikumpulkan dari berbagai sumber penelitian, 2023

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Berikut perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang:

Tabel 2.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang

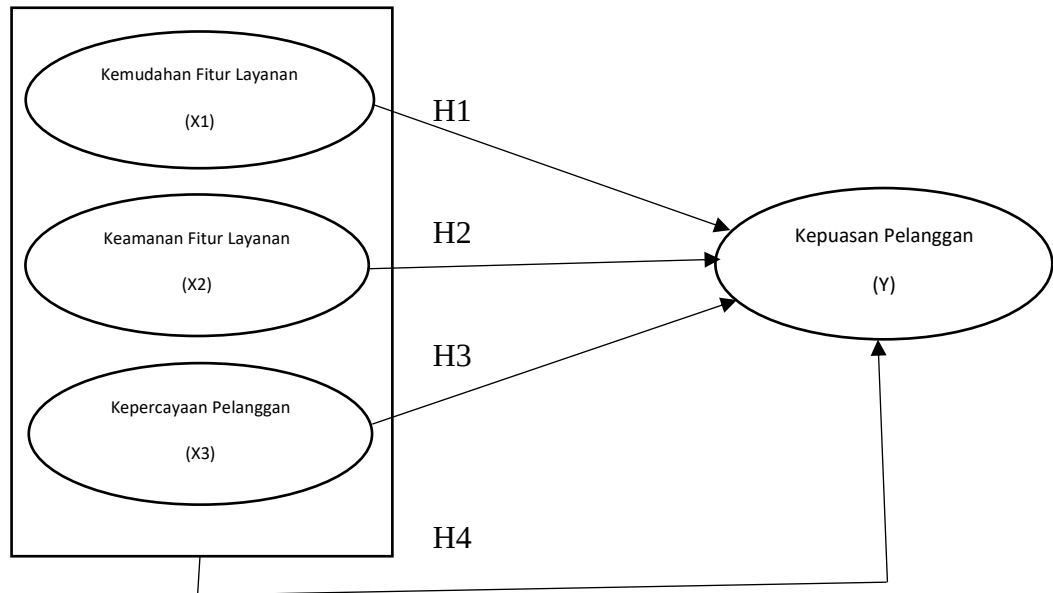
No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Wendy Suhendry (2021)	Minat Penggunaan E-Wallet DANA di Kota Pontianak.	Variabel Independen: -perceived ease of use -perceived security Metode: - Uji Validitas - Uji Reliabilitas - Regresi Linier Berganda - Uji F - Uji T Objek Penelitian: Aplikasi DANA	Variabel Dependen: Minat Penggunaan Metode: Koefisien Determinasi Lokasi Penelitian: Pontianak Waktu Penelitian: 2021
2	Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya	Variabel Independen : Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Metode: - Uji Validitas - Uji Reliabilitas - Uji Asumsi Klasik - Regresi Linier Berganda - Uji T Parsial Objek Penelitian: Aplikasi DANA	Variabel Dependen: Minat Menggunakan E-wallet Metode: - Analisis Determinasi Lokasi Penelitian: Surabaya Waktu Penelitian: 2020
3	Sri Lestari dan Khairunnisa Tri Indriana (2021)	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadapkepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA)	Variabel Independen : Kemudahan dan Keamanan Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan Metode: - Uji Normalitas - Uji Multikolinearitas - Uji Heterokedastisitas - Uji T	Metode: - Uji Autokorelasi - Analisis Regresi Sederhana - Analisis korelasi - Koefisien Determinasi Waktu Penelitian: 2021

			Objek Penelitian: Aplikasi DANA	
4	Nyimas Artina (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang	Variabel Independen : -Persepsi Kemudahan -Kepercayaan -Fitur Layanan Variabel Dependen: Tingkat Kepuasan Pelanggan Metode: - Uji Asumsi Klasik - Analisis Regresi Berganda - Uji F - Uji T	Variabel Independen: Persepsi Manfaat Metode: Koefisien Determinasi Objek Penelitian: E-money (Gopay, Doku, Linkaja dsn Ovo) Lokasi Penelitian: Kota Palembang Waktu Penelitian: 2021
5	Afidah Hissi Heryanti (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment)	Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan Metode: - Uji Validitas - Uji Normalitas - Analisis Regresi Berganda - Uji F - Uji T Objek Penelitian: Aplikasi DANA	Variabel Independen: Kualitas Layanan Metode: Koefisien Determinasi Waktu Penelitian: 2023

Sumber: Data dikumpulkan dari berbagai sumber penelitian, 2023

2.3. Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan variabel yang telah diuraikan, maka didapatkan konseptual dalam penelitian sebagai berikut:



2.4. Hipotesis

Hipotesis sebagai praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan jalan penelitian. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 = Kemudahan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

H2 = Keamanan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

H3 = Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

H4 = Kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Oleh karena itu, dalam penelitian ini minimal harus terdapat dua variabel yang akan dihubungkan.

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari skala kuesioner yang disebarkan kepada responden yang kemudian akan diolah dengan menggunakan software SPSS. Kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah kuesioner yang berupa pernyataan-pernyataan.

3.2.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data ini diambil dari Studi Pustaka.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui responden atau kuesioner yang disebarkan melalui google form. Dalam kuesioner yang dibagikan menggunakan metode pengukuran skala likert. Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

- a. Sangat Setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor 1

3.3.2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mempelajari dan mengkaji literatur-literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Sugiyono (2001: 55) menyatakan bahwa populasi adalah sekelompok besar benda atau orang dengan kuantitas dan serangkaian karakteristik tertentu yang diselidiki dan disimpulkan oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah menggunakan Aplikasi DANA sebagai alat pembayaran digital setidaknya satu kali pada 2 tahun terakhir yang berdomisili di Kota Jambi maupun Luar Kota Jambi. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui dengan pasti.

3.4.2. Sampel

Teknik yang digunakan untuk penarikan sampel pada penelitian ini yaitu Teknik Purposive Sampling. Teknik Purposive Sampling menurut Sugiyono (2018:138) merupakan pengambilan sampel dengan pertimbangan spesifik sesuai dengan kriteria yang dituju untuk memilih jumlah sampel yang akan dianalisis.

Adapun pertimbangan kriteria sampel yang dipilih menjadi responden adalah konsumen yang pernah menggunakan Aplikasi DANA sebagai Alat Pembayaran Digital. Rumus Lemeshow merupakan rumus yang digunakan dalam penelitian ini.

Perhitungan yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Melalui perhitungan rumus lemeshow tersebut, maka didapatkan nilai sampel (n) sebesar 96,04. Untuk mempermudah perhitungan sampel, maka jumlah sampel untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.5. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul yang dipilih peneliti yaitu Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA maka peneliti mengelompokkan variabel yang akan digunakan menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kemudahan Fitur Layanan (X1), Keamanan Fitur Layanan (X2) dan Kepercayaan Pelanggan (X3) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu, Kepuasan Pelanggan (Y).

Berikut adalah tabel Operasionalisasi Variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel penelitian	Definisi	Indikator
Kemudahan	Kemudahan atau usability merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan pengguna menjadi lebih puas saat menggunakan peroduk tersebut (Nidhom, 2019).	1. Mudah dipelajari 2. Mudah dipahami 3. Tidak membutuhkan usaha yang besar 4. Mudah digunakan
Keamanan	Keamanan sistem informasi bisa diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi (Suryadharma & Budyastuti, 2019).	1. Transaksi menggunakan DANA memberikan rasa aman. 2. Jaminan kerahasiaan data. 3. Memberikan kenyamanan saat bertransaksi.

Kepercayaan Pelanggan	Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen (Riadi, 2021)	1. Benevolence (niat baik) 2. Integrity (integritas) 3. Competence (Kompetensi)
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan (Nuralam, 2017)	1. Konfirmasi Harapan (confirmation of expectation) 2. Minat Pembelian Ulang 3. Kesiediaan untuk Merekomendasikan (willingness to recommended)

Sumber: Data dikumpulkan dari berbagai sumber penelitian, 2023.

3.6.1. Pengukuran Skor Persepsi

Dalam menentukan kepuasan pelanggan pada variabel yang akan diuji maka terdapat proses menganalisa jawaban responden. Adapun proses analisa jawaban responden sebagai berikut:

1. Hitung total skor setiap variabel = jumlah skor dari keseluruhan indikator variabel.
2. Hitung skor setiap variabel = rata-rata dari total skor.
3. Rentang kriteria penilaian skor aktual digunakan dalam menjawab deskripsi masing-masing variabel penelitian. Rentang kriteria penilaian skor aktual didapatkan melalui hasil perhitungan seluruh jawaban responden. Selain itu, jumlah skor ideal didapatkan dari nilai tertinggi pada kuesioner dikalikan dengan jumlah pernyataan kuesioner kemudian dikalikan dengan jumlah responden. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Rumus indeks \%} = \frac{\text{jumlah skor aktual}}{\text{jumlah skor ideal}} \times 100\%$$

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor persepsi berdasarkan interval:

Tabel 3.2. Kriteria Interpretasi Skor Persepsi

SKOR	KRITERIA
0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju
20% - 39,99%	Tidak Setuju
40% - 59,99%	Netral
60% - 79,99%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

3.6.2. Uji Validitas

Diperlukan pengukuran untuk melihat valid atau tidaknya suatu data kuesioner pada suatu penelitian dengan menggunakan Uji Validitas. Uji validitas pada setiap item pertanyaan harus dilakukan dengan membandingkan tabel r di mana $df = n-2$ dengan sig. 0,05 (5%). Dinyatakan asli jika t menghitung $> r$ dari tabel dan sig 0,05, dan sebaliknya.

3.6.3. Uji Reliabilitas

Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dapat diartikan sebagai reliabilitas. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda. Uji Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach pada SPSS. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, yaitu jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal untuk menentukan apakah data pada variabel dependen normal atau tidak.

3.7.1.2 Uji Multikolinieritas

Nilai korelasi antara variabel independen digunakan untuk mendeteksi apakah variabel multikolinear. Jika koefisien korelasi antara variabel independen melebihi 0,80, variabel independen adalah multikolinear. Tidak ada multikolinearitas antara variabel independen jika koefisien korelasinya kurang dari 0,80.

3.7.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah ada perbedaan varians dari residu dalam model regresi. Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai varians dalam model yang tidak cocok atau berubah secara sistematis ketika nilai variabel independen berubah.

3.7.2. Analisis Regresi Berganda

Tujuan dari analisis ini adalah untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen akan berubah jika dua atau lebih variabel independen

disesuaikan sebagai faktor prediktor (naik dan turun nilai). Dalam penelitian ini, persamaan regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Kemudahan (X1), Keamanan (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan rumus analisis regresi linier berganti sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad \dots$$

Keterangan:

- Y : Kepuasan konsumen
- a : Konstanta
- X₁ : Kemudahan
- X₂ : Keamanan
- X₃ : Kepercayaan
- b₁ : Koefisien regresi variabel kemudahan
- b₂ : Koefisien regresi variabel keamanan
- b₃ : Koefisien regresi variabel kepercayaan
- e : Tingkat error

3.8. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian, baik uji simultan F dan uji parsial t digunakan untuk menguji hipotesis. F count dan F table dapat digunakan untuk menghitung F uji simultan pada tabel ANOVA, dan nilai signifikan (Sig) yang ditemukan adalah 5% (0,05), apakah variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen bila digabungkan. Sedangkan uji t parsial dapat dihitung dengan menggunakan data SPSS yang diolah, nilai signifikan (Sig) yang diperoleh dalam tabel Koefisien adalah 5% (0,05) dengan membandingkan nilai t tabel dan t hitung.

BAB IV

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1. Gambaran Perusahaan

Aplikasi DANA adalah platform pembayaran elektronik yang dibuat oleh Elang Sejahtera Mandiri dalam kemitraan dengan anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan Ant Financial. Pada tanggal 5 Desember 2018, DANA terdaftar di Bank Indonesia dengan nomor 20/17/20/DSSK/Srt/B. DANA memiliki sekitar 800 karyawan.

Visi dan Misi DANA adalah menghubungkan seluruh elemen ekosistem ekonomi digital, mulai dari pemerintah, mitra, dan pengguna untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

Kantor pusat DANA berlokasi di Capital Place Lantai 18, Jl. Gatot Subroto No. Kav 18, RT.6/RW.1, Kuningan Bar, Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12710.

DANA berfokus untuk menciptakan pengalaman pengguna yang sederhana dan bermanfaat. Selain kemudahan bertransaksi, keamanan transaksi adalah karakteristik utama DANA. DANA kini berupaya menjadikan produk-produknya paling aman dan terpercaya di pangsa pasar. (Nadhifah, 2018). DANA memiliki slogan yaitu, “Apapun transaksinya selalu ada DANA #GantiDompot”. Dengan fitur layanan yang diberikan, DANA diklaim dapat melakukan transaksi digital dengan cepat, praktis, dan aman. Pemasaran DANA dibangun di atas tiga pilar: *trusted* (DANA menjamin keamanan dalam transaksi pengguna), *friendly* (platform DANA terbuka untuk menghubungkan pengguna dengan pelaku usaha), dan *accessible* (akses mudah ke pembayaran tanpa uang tunai) (Fitriyanti, 2023).

4.2. Aktivitas Perusahaan

DANA mempromosikan pembangunan sosial sebagai sarana untuk mencapai perubahan. Perkembangan sosial ini melibatkan kegiatan-kegiatan berikut:

1. Pemberdayaan Perempuan.

Perempuan dipercaya menjadi sosok pembuat perubahan. DANA berkomitmen untuk terus mendorong pertumbuhan ekonomi perempuan di Indonesia.

2. Edukasi untuk Literasi Digital

Literasi keuangan melalui program edukatif merupakan wujud dari upaya DANA dalam menjadi solusi layanan keuangan di Indonesia. DANA Academy merupakan salah satu program perusahaan dalam menunjang sumber daya manusia yang unggul.

3. Keberlanjutan Lingkungan

DANA Lestari merupakan program berkelanjutan sebagai aksi nyata kontribusi DANA pada lingkungan hidup.

4. Bantuan Kemanusiaan

Fitur DANA Donasi menjadi saluran bantuan DANA peduli sebagai platform untuk berbagi.

Berikut beberapa penghargaan yang diraih DANA pada tahun 2023 dan 2022:

1. Pr Excellence Award 2023 – Digital Pr Program: Sisberdaya
2. Hr Excellence Award 2023 - Excellence In Women Empowerment
3. Hr Excellence Award 2023 – Excellence In Workspace Flexibility
4. Hr Excellence Award 2023 – Excellence In Employer Branding (Gold)
5. Hr Excellence Award 2023 – Excellence In Hr Communication Strategy
6. Top Publisher Award 2022 – Top 20 SEA Headquartered Applications
7. Bank Indonesia Award 2022 – PJP QRIS dengan Performa Terbaik
8. Selular Award 2022 – Best Mobile Payment

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat domisili Jambi dan Luar Jambi yang merupakan pengguna Aplikasi DANA. Data yang diperoleh pada penelitian ini menjadi data statistik.

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan data distribusi responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 5.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent
Valid	LAKI-LAKI	37	37,0
	PEREMPUAN	63	63,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 5.1 diketahui terdapat responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 37 orang atau (37%) dan responden perempuan berjumlah 63 orang atau (63%). Ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Berikut merupakan data distribusi responden berdasarkan usia:

Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

USIA			
		Frequency	Percent
Valid	17-20 Tahun	13,0	13,0
	21-25 Tahun	77,0	77,0
	> 25 Tahun	10,0	10,0
	Total	100,0	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 5.2 menunjukkan responden yang berusia 17-20 tahun berjumlah 13 orang atau (13%). Responden yang berusia 21-25 tahun berjumlah 77 orang atau (77%) dan responden yang berusia lebih dari 25 tahun berjumlah 10 orang atau (10%). Ini menunjukkan mayoritas responden berusia 21-25 tahun.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

Berikut merupakan data distribusi responden berdasarkan domisili:

Tabel 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

DOMISILI			
		Frequency	Percent
Valid	JAMBI	49	49,0
	LUAR JAMBI	51	51,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 5.3 diketahui terdapat responden berdomisili di Kota Jambi berjumlah 49 orang atau (49%) dan responden yang berdomisili di luar Kota Jambi berjumlah 51 orang atau (51%). Ini menunjukkan mayoritas responden merupakan yang berdomisili di luar Kota Jambi.

4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan data distribusi responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN			
		Frequency	Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	60	60,0
	Wiraswasta	17	17,0
	Pegawai Negeri	3	3,0
	Lainnya	20	20,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 5.4 diketahui terdapat responden yang merupakan pelajar/mahasiswa berjumlah 60 orang atau (60%). Terdapat responden wiraswasta berjumlah 17 orang atau (17%). Responden pegawai negeri diketahui berjumlah 3 orang atau (3%) dan responden yang memilih lainnya berjumlah 20 orang atau (20%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa.

5. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi DANA

Berikut merupakan data distribusi responden berdasarkan frekuensi penggunaan Aplikasi DANA:

Tabel 5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi DANA

FREKUENSI PENGGUNAAN			
		Frequency	Percent
Valid	1 - 3 kali	33	33,0
	4 - 7 kali	24	24,0
	> 7 kali	43	43,0
	Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan data tabel 5.5 menunjukkan responden yang menggunakan Aplikasi DANA sebanyak 1-3 kali berjumlah 33 orang atau (33%). Responden yang menggunakan Aplikasi DANA sebanyak 4-7 kali berjumlah 24 orang atau (24%) dan responden yang menggunakan Aplikasi DANA lebih dari 7 kali berjumlah 43 orang atau (43%). Hal ini menunjukkan mayoritas responden pada penelitian ini yang menggunakan Aplikasi DANA lebih dari 7 kali.

5.2. Instrumen Penelitian

5.2.1. Pengukuran Skor Persepsi

Tabel 5.6 Distribusi Jumlah Responden Pada Item Pernyataan Kuesioner

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	JUMLAH RESPONDEN				
		SS	S	N	TS	STS
KEMUDAHAN X1	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipelajari	40	50	9	0	1
	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipahami	46	41	12	1	0
	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah digunakan	42	49	9	0	0
	Saya tidak kesulitan bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	49	38	12	1	0
KEAMANAN X2	Aplikasi DANA memberikan jaminan kerahasiaan data	19	35	35	9	2
	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	22	42	27	9	0
	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	33	47	18	2	0
	DANA merupakan dompet digital yang aman untuk menyimpan uang	19	38	32	10	1
KEPERCAYAAN X3	Saya percaya Aplikasi DANA akan selalu memberikan kualitas fitur layanan yang baik kepada konsumen	25	45	28	1	1
	Kualitas fitur layanan Aplikasi DANA dapat dipercaya	21	55	19	5	0
	Kualitas fitur layanan Aplikasi DANA telah sesuai dengan harapan konsumen	25	44	26	5	0
	Aplikasi DANA mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen	22	37	31	8	2
KEPUASAN Y	Saya merasa puas dengan tingkat kemudahan fitur layanan yang diberikan Aplikasi DANA	29	48	21	0	2
	Saya merasa puas dengan tingkat keamanan fitur layanan yang diberikan Aplikasi DANA	23	44	25	8	0
	Saya merasa puas dan akan kembali menggunakan Aplikasi DANA	22	46	29	3	0
	Saya akan merekomendasikan Aplikasi DANA kepada orang lain	30	36	26	7	1

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

1. Skor Persepsi Variabel Kemudahan Fitur Layanan

Berdasarkan tabulasi data 100 responden pada aspek variabel yang diukur yaitu kemudahan fitur layanan dengan total 4 item pernyataan didapatkan penilaian sebagai berikut:

Tabel 5.7 Skor Persepsi Variabel Kemudahan Fitur Layanan

JUMLAH	428	432	433	435
SKOR MAX (N)	500	500	500	500
%	85,6	86,4	86,6	87
RATA-RATA	86,4			

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Tabel 5.7 menunjukkan bahwa skor rata-rata persepsi variabel kemudahan fitur layanan sebesar 86,4 %. Berdasarkan kriteria interpretasi skala likert, hasil ini termasuk ke dalam kategori “sangat setuju”.

2. Skor Persepsi Variabel Keamanan Fitur Layanan

Berdasarkan tabulasi data 100 responden pada aspek variabel yang diukur yaitu keamanan fitur layanan dengan total 4 item pernyataan didapatkan penilaian sebagai berikut:

Tabel 5.8 Skor Persepsi Variabel Keamanan Fitur Layanan

JUMLAH	360	377	411	364
SKOR MAX (N)	500	500	500	500
%	72	75,4	82,2	72,8
RATA-RATA	75,6			

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Tabel 5.8 menunjukkan bahwa skor rata-rata persepsi variabel keamanan fitur layanan sebesar 75,6%. Berdasarkan kriteria interpretasi skala likert, hasil ini termasuk ke dalam kategori “setuju”.

3. Skor Persepsi Variabel Kepercayaan Pelanggan

Berdasarkan tabulasi data 100 responden pada aspek variabel yang diukur yaitu kepercayaan pelanggan dengan total 4 item pernyataan didapatkan penilaian sebagai berikut:

Tabel 5.9 Skor Persepsi Variabel Kepercayaan Pelanggan

JUMLAH	392	392	389	369
SKOR MAX (N)	500	500	500	500
%	78,4	78,4	77,8	73,8
RATA-RATA	77,1			

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Tabel 5.9 menunjukkan bahwa skor rata-rata persepsi variabel kepercayaan pelanggan sebesar 77,1%. Berdasarkan kriteria interpretasi skala likert, hal ini termasuk ke dalam kategori “setuju”.

4. Skor Persepsi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabulasi data 100 responden pada aspek variabel yang diukur yaitu kepuasan pelanggan dengan total 4 item pernyataan didapatkan penilaian sebagai berikut:

Tabel 5.10 Skor Persepsi Variabel Kepuasan Pelanggan

JUMLAH	402	382	387	387
SKOR MAX (N)	500	500	500	500
%	80,4	76,4	77,4	77,4
RATA-RATA	77,9			

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa skor rata-rata persepsi variabel kepuasan pelanggan sebesar 77,9%. Berdasarkan kriteria interpretasi skala likert, hal ini termasuk ke dalam kategori “setuju”.

5.2.2. Uji Validitas

Signifikansi pada Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Rumus degree of freedom (df) diketahui adalah $df = n - k$. Dalam hal ini keterangan n merupakan jumlah sampel dan k merupakan konstanta. Besar df pada penelitian ini yaitu $(df) = n - 3$ atau $(df) = 100 - 3 = 97$. Jadi, didiapatkan hasil $df = 97$. Dengan menggunakan alpha 0,05 maka diketahui rtabel yaitu 0,1975.

Berikut adalah Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian:

Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas

VARIABEL	ITEM PERNYATAAN	TOTAL CORRELATION	KET.
KEMUDAHAN X1	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipelajari	0,857	VALID
	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipahami	0,836	VALID
	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah digunakan	0,873	VALID
	Saya tidak kesulitan bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	0,734	VALID
KEAMANAN X2	Aplikasi DANA memberikan jaminan kerahasiaan data	0,847	VALID
	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	0,902	VALID
	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA	0,832	VALID
	DANA merupakan dompet digital yang aman untuk menyimpan uang	0,872	VALID
KEPERCAYAAN X3	Saya percaya Aplikasi DANA akan selalu memberikan kualitas fitur layanan yang baik kepada konsumen	0,764	VALID
	Kualitas fitur layanan Aplikasi DANA dapat dipercaya	0,849	VALID
	Kualitas fitur layanan Aplikasi DANA telah sesuai dengan harapan konsumen	0,841	VALID
	Aplikasi DANA mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen	0,811	VALID
KEPUASAN Y	Saya merasa puas dengan tingkat kemudahan fitur layanan yang diberikan Aplikasi DANA	0,797	VALID
	Saya merasa puas dengan tingkat kemudahan fitur layanan yang diberikan Aplikasi DANA	0,854	VALID
	Saya merasa puas dengan tingkat keamanan fitur layanan yang diberikan Aplikasi DANA	0,895	VALID
	Saya merasa puas dan akan kembali menggunakan Aplikasi DANA	0,865	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Hasil uji validitas pada tabel 5.11 menunjukkan bahwa r hitung masing-masing item pernyataan pada tiap variabel lebih besar dari rtabel (0,1975) dan menunjukkan nilai positif. Dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa

setiap pernyataan pada variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan dan kepuasan dinyatakan valid.

5.2.3. Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach Alpha menjadi acuan dalam uji reliabilitas untuk menunjukkan konsistensi responden dalam mengisi item pernyataan penelitian. Item pernyataan responden pada penelitian ini dinyatakan reliabel jika hasil cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 5.12 Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	NILAI ALPHA	KETERANGAN
KEMUDAHAN X1	0,840	0,60	RELIABEL
KEAMANAN X2	0,884	0,60	RELIABEL
KEPERCAYAAN X3	0,828	0,60	RELIABEL
KEPUASAN Y	0,873	0,60	RELIABEL

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Hasil uji reliabilitas pada tabel 5.12 menunjukkan bahwa cronbach alpha masing-masing variabel lebih besar dari nilai alpha (0,60). Dengan hasil tersebut, variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan dan kepuasan dinyatakan reliabel.

5.3. Teknik Analisis Data

5.3.1. Uji Asumsi Klasik

5.3.1.1 Uji Normalitas

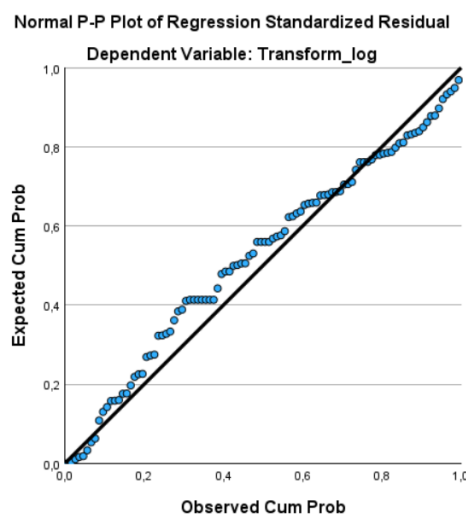
Uji normalitas membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal untuk menentukan apakah data pada variabel dependen normal atau tidak. Pada uji dapat dilihat pada uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan probability plots.

Tabel 5.13 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters	Mean	0,0038218
	Std. Deviation	0,04594162
Most Extreme Differences	Absolute	0,078
	Positive	0,038
	Negative	-0,078
Test Statistic		0,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,158

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Gambar 5.13 Hasil Kurva Uji Normalitas Probability



Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,158 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas pada model regresi.

5.3.1.2. Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi

gejala multikolinearitas dalam model regresi. Selanjutnya jika nilai VIF < 10,00 dapat diartikan tidak adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 5.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Contrast)	0,440	1,342		0,328	0,744		
	KEMUDAHAN	0,213	0,088	0,172	2,427	0,017	0,682	1,466
	KEAMANAN	0,203	0,087	0,221	2,340	0,021	0,385	2,597
	KEPERCAYAAN	0,550	0,088	0,544	6,261	<0,001	0,456	2,194
a. Dependen Variable: KEPUASAN								

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 5.14 menunjukkan bahwa nilai Tolerance pada variabel ketiga variabel independen lebih besar dari 0,10. Selanjutnya, nilai VIF pada ketiga variabel independen menunjukkan lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan dengan dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini.

5.3.1.2 Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah ada perbedaan varians dari residu dalam model regresi. Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai varians dalam model yang tidak cocok atau berubah secara sistematis ketika nilai variabel independen berubah. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 5.15 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Contrast)	2,573	0,816		3,151	0,002		
	KEMUDAHAN	-0,025	0,053	-0,057	-0,467	0,642	0,682	1,466
	KEAMANAN	0,014	0,053	0,042	0,258	0,797	0,385	2,597
	KEPERCAYAAN	-0,073	0,053	-0,205	-1,369	0,174	0,456	2,194
a. Dependen Variable: RES2								

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan output pada tabel 5.15 diperoleh nilai signifikansi pada variabel kemudahan (X1) sebesar $0,642 > 0,05$. Pada variabel keamanan (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,797 > 0,05$ dan nilai signifikansi pada variabel kepercayaan (X3) sebesar $0,174 > 0,05$. Ketiga nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada data penelitian ini.

5.3.2. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini, persamaan regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Kemudahan (X1), Keamanan (X2) dan Kepercayaan Pelanggan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan rumus analisis regresi linier berganti sebagai berikut:

Tabel 5.16 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Contrast)	0,440	1,342		0,328	0,744		
	KEMUDAHAN	0,213	0,088	0,172	2,427	0,017	0,682	1,466
	KEAMANAN	0,203	0,087	0,221	2,340	0,021	0,385	2,597
	KEPERCAYAAN	0,550	0,088	0,544	6,261	<0,001	0,456	2,194

a. Dependen Variable: KEPUASAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 5.16 diperoleh nilai konstanta sebesar 0,440. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (X1) sebesar 0,213. Variabel keamanan (X2) memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,203 dan nilai koefisien variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,550. Penelitian ini menggunakan rumus analisis regresi linier berganti sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,440 + 0,213 + 0,203 + 0,550$$

Maka persamaan regresi berganda diatas sebagai berikut:

1. Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,440 yang menunjukkan adanya pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Jika

variabel kemudahan (X1), keamanan (X2) dan kepercayaan (X3) bernilai 0 maka, nilai kepuasan pengguna Aplikasi DANA adalah 0,440.

2. Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan (X1) bernilai positif sebesar 0,213 maka terdapat pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Ini menunjukkan jika nilai variabel independen lainnya diasumsikan tetap dan variabel kemudahan X1 mengalami kenaikan 1 maka kepuasan pengguna Aplikasi DANA naik sebesar 0,213.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel keamanan (X2) bernilai positif sebesar 0,203 maka terdapat pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Ini menunjukkan jika nilai variabel independen lainnya diasumsikan tetap dan variabel keamanan (X2) mengalami kenaikan 1 maka kepuasan pengguna Aplikasi DANA naik sebesar 0,203.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel kepercayaan (X3) bernilai positif sebesar 0,550 maka terdapat pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Ini menunjukkan jika nilai variabel independen lainnya diasumsikan tetap dan variabel kepercayaan (X3) mengalami kenaikan 1 maka kepuasan pengguna Aplikasi DANA naik sebesar 0,550.

5.4. Pengujian Hipotesis

5.4.1. Uji T

Uji t parsial dapat dihitung dengan menggunakan data SPSS yang diolah, nilai signifikan (Sig) yang diperoleh dalam tabel Koefisien adalah 5% (0,05) dengan membandingkan nilai t tabel dan t hitung.

Tabel 5.17 Hasil Uji T parsial

Coefficients								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Contrast)	0,440	1,342		0,328	0,744		
	KEMUDAHAN	0,213	0,088	0,172	2,427	0,017	0,682	1,466
	KEAMANAN	0,203	0,087	0,221	2,340	0,021	0,385	2,597
	KEPERCAYAAN	0,550	0,088	0,544	6,261	<0,001	0,456	2,194
a. Dependen Variable: KEPUASAN								

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan rumus t tabel diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$t (0,05/2 ; 98 - 3 - 1)$$

$$t (0,025 ; 94)$$

Hasil dari perhitungan di atas adalah 94 sehingga diperoleh angka t tabel sebesar 1,98552. Penjelasan dari perhitungan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

Nilai t hitung pada variabel kemudahan (X1) sebesar $2,427 > 1,985$ dan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,017 < 0,05$. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

2. Pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

Nilai t hitung pada variabel keamanan (X3) sebesar $2,340 > 1,985$ dan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,021 < 0,05$. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA

Nilai t hitung pada variabel kepercayaan (X3) sebesar $6,261 > 1,985$ dan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

5.4.2. Uji F

F hitung dan F tabel dapat digunakan untuk menghitung F uji simultan pada tabel ANOVA, dan nilai signifikan (Sig) yang ditemukan adalah 5% (0,05), apakah variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen bila digabungkan. Pada uji dilakukan untuk mengetahui ketiga variabel independen yaitu kemudahan, keamanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 5.18 Hasil Uji F Simultan

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	479,12	3	159,707	65,556	< 0,001b
	Residual	229,003	94	2,436		
	Total	708,122	97			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan rumus F tabel diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = F (k ; n - k)$$

$$F (3 ; 98 - 3)$$

$$F (3 ; 95)$$

Hasil dari perhitungan di atas adalah 95 sehingga diperoleh angka F tabel sebesar 2,70. Berdasarkan hasil Uji F pada tabel 5.18 diperoleh nilai F hitung sebesar 65,556 > 2,70 dan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

5.5. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

1. Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA

Kemudahan atau usability merupakan cara untuk menentukan sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif, dan untuk meningkatkan kepuasan pengguna saat menggunakan produk.

Berdasarkan hasil dari uji T dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Variabel kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA. Hasil ini mendukung penelitian Sri Lestari dan

Khairunnisa Tri Indriana (2021) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudahan fitur layanan pada aplikasi DANA merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Hal ini merujuk pada indikator variabel kemudahan fitur layanan yaitu mudah dipelajari yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipelajari. Indikator selanjutnya yaitu mudah dipahami yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipahami. Indikator lainnya yaitu tidak membutuhkan usaha yang besar dan mudah digunakan, ini dapat diartikan bahwa pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah digunakan dan tidak merasa kesulitan saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.

Berdasarkan keterkaitan dengan masing-masing indikator tersebut, dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi tanpa melakukan usaha yang besar. Dengan menggunakan aplikasi DANA, memudahkan konsumen dalam menyimpan uang dan melakukan transaksi. Membayar dan menyimpan uang dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan ponsel dan koneksi internet melalui aplikasi DANA.

DANA menawarkan *user interface* yang sangat *user-friendly*, bahkan untuk pengguna pemula, karena ada tutorial untuk pendaftaran dan transaksi awal. Hal ini terlihat pada prosedur mutasi top-up, yang dapat diselesaikan tanpa mengunjungi bank, ATM, atau *merchant* yang telah berkolaborasi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, hal ini sangat memudahkan penggunaanya dalam melakukan pembayaran transaksi non tunai (*cashless*). Semakin banyak elemen yang mempengaruhi, semakin besar jumlah transaksi yang dilakukan oleh pengguna melalui e-wallet, terutama selama norma baru, yang tidak diragukan lagi akan meningkatkan perekonomian Indonesia karena akses yang lebih mudah untuk bertransaksi online.

2. Pengaruh Keamanan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA

Mempertimbangkan faktor keamanan diperlukan ketika menggunakan e-wallet karena jaminan keamanan yang diberikan akan meningkatkan kepercayaan pada pengguna e-wallet, meningkatkan minat dalam melakukan transaksi atau pembayaran melalui e-wallet. Karena kode keamanan diperlukan saat masuk ke dalam aplikasi dan bertransaksi, maka perlindungan keamanan diberikan untuk mencegah data pribadi pengguna dieksploitasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil dari Uji T dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA. Hasil ini mendukung penelitian Sri Lestari dan Khairunnisa Tri Indriana (2021).

Keamanan fitur layanan pada aplikasi DANA merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Merujuk pada indikator variabel keamanan fitur layanan yaitu transaksi menggunakan DANA memberikan rasa aman yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa pengguna Aplikasi DANA merasa aman saat bertransaksi dan menyimpan uang pada Aplikasi DANA. Indikator selanjutnya yaitu jaminan kerahasiaan data yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa Aplikasi DANA memberikan jaminan kerahasiaan data. Indikator lainnya yaitu memberikan kenyamanan saat bertransaksi yang dapat diartikan bahwa pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa Aplikasi DANA memberikan kenyamanan saat bertransaksi.

Hal ini dapat diartikan semakin meningkatnya keamanan pada Aplikasi DANA maka semakin meningkat juga kepuasan penggunaanya dalam bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.

DANA menawarkan fitur passkey yaitu dengan verifikasi dapat dilakukan melalui wajah, sidik jari atau pola. Fitur ini juga memudahkan pengguna DANA dalam login akun lebih terasa praktis. Keamanan fitur ditawarkan agar pengguna DANA dapat melakukan transaksi dengan rasa aman dan nyaman.

3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA

Kepercayaan adalah apa yang diyakini, dan memiliki hubungan antara dua pihak yang dituntut untuk memahami dan yang aman dalam asumsi dan hal-hal yang dianggap vital dalam mendorong transaksi. Ketika seseorang berada dalam tahap pengambilan keputusan, mereka akan lebih memilih untuk membuat keputusan berdasarkan pilihan dan bimbingan yang diberikan oleh keluarga atau individu yang mereka percayai.

Berdasarkan hasil Uji T dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA. Hasil ini mendukung penelitian Nyimas Artina (2021) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Merujuk pada indikator variabel kepercayaan pelanggan yaitu benevolence (niat baik) yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju bahwa Aplikasi DANA selalu memberikan kualitas fitur layanan yang baik pada penggunanya. Indikator selanjutnya yaitu integritas yang berarti bahwa pengguna Aplikasi DANA setuju kualitas fitur layanan DANA dapat dipercaya dan telah sesuai dengan harapan penggunanya. Indikator lainnya yaitu kompetensi yang berarti pengguna Aplikasi DANA setuju DANA mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi penggunanya.

Hal ini dapat diartikan semakin meningkatnya kepercayaan pada Aplikasi DANA maka semakin meningkat juga kepuasan penggunanya dalam bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA. Rasa percaya pengguna dalam melakukan transaksi pada aplikasi DANA dapat meningkatkan kenyamanan bahkan kepuasan bagi penggunanya.

4. Pengaruh Kemudahan fitur layanan, Keamanan fitur layanan dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA

Berdasarkan hasil Uji F dapat disimpulkan H4 diterima. Ini menunjukkan bahwa kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

Kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Merujuk pada indikator variabel kepuasan pelanggan yaitu konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*) yang dapat diartikan bahwa pengguna Aplikasi Dana merasa puas dengan tingkat kemudahan fitur layanan dan keamanan fitur layanan yang diberikan oleh Aplikasi DANA. Indikator kepuasan pelanggan selanjutnya yaitu minat pembelian ulang yang dapat diinterpretasikan bahwa pengguna Aplikasi DANA merasa puas dan akan kembali bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA. Indikator lainnya pada variabel kepuasan pelanggan yaitu kesediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommended*) yang berarti bahwa pengguna Aplikasi DANA setuju untuk merekomendasikan Aplikasi DANA kepada orang lain.

Beberapa keunggulan pada kemudahan fitur layanan DANA seperti *user interface* yang sangat *user-friendly*, gratis transfer antar-bank, pembelian kredit, pembayaran tagihan, pembayaran cicilan, transaksi scan barcode, e-commerce dan tarik tunai dikombinasikan dengan keamanan fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA seperti fitur passkey yaitu dengan verifikasi dapat dilakukan melalui wajah, sidik jari atau pola yang dikembangkan untuk memudahkan pengguna DANA dalam login akun. Berdasarkan keunggulan fitur-fitur kemudahan dan keamanan layanan Aplikasi DANA membuat pengguna Aplikasi DANA semakin percaya dan merasa aman serta nyaman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.

Hal ini dapat diartikan semakin meningkatnya kemudahan, keamanan dan kepercayaan pada Aplikasi DANA maka semakin meningkat juga kepuasan penggunaannya dalam bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian dengan judul Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, Keamanan Fitur Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA yang berarti bahwa kenaikan kemudahan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.
2. Variabel keamanan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA yang berarti bahwa kenaikan keamanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.
3. Variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi yang berarti bahwa kenaikan keamanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.
4. Variabel kemudahan fitur layanan, keamanan fitur layanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA yang berarti bahwa kenaikan kemudahan, keamanan dan kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.
5. Variabel kepercayaan pelanggan menjadi variabel independen yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi DANA.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Perusahaan Aplikasi DANA harus mempertahankan faktor kemudahan pada fitur layanan aplikasi agar tetap mudah dipelajari, mudah dipahami dan digunakan sehingga pengguna DANA tetap tertarik bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.
2. Perusahaan Aplikasi DANA harus mempertahankan dan meningkatkan faktor keamanan pada fitur layanan aplikasi agar pengguna DANA selalu merasa aman, nyaman dan terjamin saat bertransaksi dan menyimpan uang pada aplikasi DANA.
3. Perusahaan Aplikasi DANA harus mempertahankan faktor kepercayaan pelanggan yang telah diperoleh agar pengguna DANA tetap percaya menggunakan aplikasi DANA dan pihak DANA dapat memberikan kualitas fitur sesuai harapan penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris Yang Dilakukan Pada Olx.Co.Id Di Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arif, M. S. Z. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian*. Jurnal Ilmu Manajemen (Jim), 8(2).
- Ariyanto, A., Bangun, R., & Indilah, M. R. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Artina, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang, 11(1).
- Bi. (2016, November 9). *Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/Pbi/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. Bank Indonesia.
- Bolang, V. R., Massie, J. D. D., & Soegoto, A. S. (2015). *Peran Pelayanan Teller Dan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Bri Unit Karombasan Cabang Manado*. Emba (Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi), 3(3).
- Cahyono, Y. T., & Adha, A. H. (2022). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Aplikasi Dana Di Masa Pandemi Covid-19*. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk), 1.
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). *Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya*

- Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif*. Relasi Jurnal Ekonomi , 18(1), 26–45.
- Databoks. (2023, July 25). *Survei Pengguna Dompet Digital: Gopay Dan Ovo Bersaing Ketat*. Katadata.Co.Id.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7p Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. Jip (Jurnal Industri Dan Perkotaan) , 17(2).
- East Ventures. (2023, April 6). *East Ventures Meluncurkan East Ventures - Digital Competitiveness Index 2023*. East Ventures.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* . Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)* (Qiara Media, Ed.; Cetakan 1, 2019). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Fitria Halim. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrionthos, Ed.; Cetakan 1, 2021). Yayasan Kita Menulis.
- Fitriyanti, E. D. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana*. Universitas Islam Malang .
- Gunawan, I. (2020). *Keamanan Data: Teori Dan Implementasi*. Google Publisher.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan Di Jabodetabek*. Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 04(03).
- Hinati, H. (2019). *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Johan, A. E. (2023). *Pengaruh User Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Wallet Dana Menggunakan*

- Metode Delone % Mclean*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Manggarani, C. A., Badrudin, R., Si, M., Pintor, S., & Patirol, S. (2021). *Buku Teks Manajemen Pemasaran*.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). *Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank*. Jurnal Ilmiah Inovator, Edisi Maret 2018.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. Jurnal Ecodemica, 4(2).
- Mujiharjo, B. (2006). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Bank Bri Demak)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia , 5(2).
- Nadhifah, A. (2018, September 13). *Berkenalan Dengan Dana, Startup Yang Hadirkan Masa Depan Pembayaran Digital Di Indonesia*berkenalan Dengan Dana, Startup Yang Hadirkan Masa Depan Pembayaran Digital Di Indonesiaairkan Masa Depan Pembayaran Digital Di Indonesia. Techinasia.
- Nawawi, H. H. (2020). *Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Nidhom, A. (2019). *Interaksi Komputer Dan Manusia*. In Ahlimedia Book.
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Ub Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 13, 1–15.

- Riadi, M. (2021, January 8). *Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator Dan Strategi)*. Kajianpustaka.Com.
- Rifa, O. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Suka-Press Uin Sunan Kalijaga.
- Rita Nurmalina. (2015). *Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi* (M. C. Cahadiyat & D. A. Lestari, Eds.; Cetakan Kedua, 2015).
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo*. Journal Image, Volume 10, Number 1, 53–62.
- Suryadharma, & N Budyastuti, T. 2019. (2019). *Sistem Informasi Manajemen*. In *Uwais Inspirasi Indonesia*.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*. Conference On Islamic Management Accounting And Economics, 2, 170–178.
- Waspada, I. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*. .

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan, saya Adista Salsabila Putri mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Keamanan Fitur Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana”. Sehubungan dengan hal tersebut, besar harapan saya terhadap kesediaan Saudara/I meluangkan waktunya untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Nama :
Usia : (17-20)
(21-25)
(>25)
Jenis Kelamin :
Domisili : (Jambi)
(Luar Jambi)
Pekerjaan : (Pelajar/Mahasiswa)
(Wiraswasta)
(Pegawai Negeri)
(Lainnya)
Frekuensi penggunaan DANA dalam 1 bulan : (1 – 3 kali)
(4 – 7 kali)
(> 7 kali)

Petunjuk Pengisian

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Pernyataan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kemudahan Fitur Layanan (X1)					
1	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipelajari.					
2	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah dipahami.					
3	Fitur-fitur layanan yang tersedia pada Aplikasi DANA mudah digunakan.					
4	Saya tidak kesulitan bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.					
	Keamanan Fitur Layanan (X2)					
5	Aplikasi DANA memberi jaminan kerahasiaan data.					
6	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.					
7	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan Aplikasi DANA.					

8	DANA merupakan dompet digital yang aman untuk menyimpan uang.					
	Kepercayaan Pelanggan (X3)					
	Kebaikan (benevolence)					
9	Saya percaya Aplikasi DANA akan selalu memberikan kualitas fitur layanan yang baik kepada konsumen					
	Integritas (integrity)					
10	Kualitas fitur layanan DANA dapat dipercaya.					
12	Kualitas fitur layanan yang diberikan DANA telah sesuai dengan harapan konsumen.					
	Kompetensi (competence)					
13	Aplikasi DANA mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen.					
	Kepuasan Pelanggan (Y)					
	Konfirmasi Harapan (confirmation of expectation)					
14	Saya merasa puas dengan tingkat kemudahan fitur layanan yang diberikan oleh Aplikasi DANA.					

15	Saya merasa puas dengan tingkat keamanan fitur layanan yang diberikan oleh Aplikasi DANA.					
	Minat Pembelian Ulang					
16	Saya merasa puas dan akan kembali menggunakan Aplikasi DANA.					
	Kesediaan untuk Merekomendasikan (willigness to recommended)					
17	Saya akan merekomendasikan Aplikasi DANA kepada orang lain					

DATA RESPONDEN

No.	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Pekerjaan	Frekuensi Penggunaan Aplikasi DANA
1	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	irt	1 - 3 kali
2	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
3	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
4	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Wiraswasta	4 - 7 kali
5	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Karyawan	> 7 kali
6	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
7	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
8	17 - 20 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
9	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
10	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
11	17 - 20 Tahun	Perempuan	Jambi	Wiraswasta	1 - 3 kali
12	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
13	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
14	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
15	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
16	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
17	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
18	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
19	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Fresh Graduate	> 7 kali
20	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
21	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pegawai Negeri	1 - 3 kali
22	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Wiraswasta	1 - 3 kali
23	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	4 - 7 kali
24	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
25	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
26	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
27	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
28	17 - 20 Tahun	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
29	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
30	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
31	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
32	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pegawai Swasta	> 7 kali
33	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
34	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
35	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
36	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
37	17 - 20 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
38	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
39	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
40	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
41	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
42	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
43	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali

44	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
45	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Wiraswasta	1 - 3 kali
46	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
47	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Supervisor	> 7 kali
48	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
49	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
50	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
51	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
52	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
53	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	PHL	> 7 kali
54	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
55	17 - 20 Tahun	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
56	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pegawai Negeri	4 - 7 kali
57	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Wiraswasta	4 - 7 kali
58	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
59	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
60	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
61	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Front office	1 - 3 kali
62	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
63	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
64	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pegawai swasta	> 7 kali
65	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
66	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Pegawai Negeri	> 7 kali
67	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
68	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
69	17 - 20 Tahun	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
70	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
71	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
72	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Karyawan	1 - 3 kali
73	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
74	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
75	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
76	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Karyawan	> 7 kali
77	> 25 Tahun	Perempuan	Jambi	Karyawan Swasta	> 7 kali
78	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
79	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
80	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
81	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Karyawan swasta	4 - 7 kali
82	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Buruh	4 - 7 kali
83	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Buruh pabrik	1 - 3 kali
84	> 25 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Ibu rumah tangga	1 - 3 kali
85	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	1 - 3 kali
86	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
87	21 - 25 Tahu	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
88	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Karyawanswasta	1 - 3 kali
89	> 25 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Karyawan Swasta	4 - 7 kali
90	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali
91	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	> 7 kali

92	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 kali
93	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	4 - 7 kali
94	> 25 Tahun	Laki-laki	Luar Jambi	Buruh	1 - 3 kali
95	17 - 20 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pelajar/Mahasiswa	4 - 7 kali
96	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Buruh	> 7 kali
97	> 25 Tahun	Perempuan	Luar Jambi	Pekerja Swasta	> 7 kali
98	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Luar Jambi	Wiraswasta	1 - 3 kali
99	21 - 25 Tahu	Perempuan	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali
100	21 - 25 Tahu	Laki-laki	Jambi	Pelajar/Mahasiswa	> 7 kali

TABULASI DATA KUESIONER

1. Variabel Kemudahan (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL X1
1	4	3	4	4	15
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	3	3	4	4	14
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	4	4	5	18
9	4	5	5	5	19
10	5	5	5	5	20
11	3	3	3	3	12
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16
14	5	5	4	5	19
15	4	4	4	4	16
16	4	3	4	4	15
17	4	4	4	4	16
18	4	4	5	5	18
19	4	4	4	5	17
20	5	5	4	5	19
21	4	3	3	3	13
22	3	3	4	4	14
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	4	19
30	3	5	4	3	15
31	4	4	4	3	15
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	5	17
34	4	5	5	5	19
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	2	17
37	3	5	4	4	16
38	4	4	4	3	15
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20

41	3	4	4	5	16
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	3	15
46	4	4	5	5	18
47	5	5	5	3	18
48	4	4	4	4	16
49	4	3	5	5	17
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	5	17
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	5	20
55	4	3	4	3	14
56	5	5	5	5	20
57	4	3	3	3	13
58	4	5	4	5	18
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	4	3	5	5	17
64	4	4	4	4	16
65	3	4	4	3	14
66	3	4	3	3	13
67	4	4	4	5	17
68	4	4	4	4	16
69	3	4	3	4	14
70	4	4	4	4	16
71	5	4	5	5	19
72	5	5	5	5	20
73	4	5	5	5	19
74	5	5	5	5	20
75	4	3	3	5	15
76	5	5	5	5	20
77	4	5	4	4	17
78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	4	4	3	3	14
81	5	5	4	4	18
82	5	5	5	5	20
83	5	5	4	4	18
84	5	5	5	5	20
85	1	2	3	4	10

86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	4	19
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	5	4	4	17
95	5	4	4	4	17
96	4	3	3	5	15
97	5	5	5	5	20
98	4	4	4	4	16
99	4	5	4	5	18
100	4	4	5	4	17

2. Variabel Keamanan (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	3	3	4	4	14
2	3	4	5	4	16
3	4	4	5	4	17
4	5	5	4	5	19
5	3	3	3	3	12
6	4	4	5	4	17
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	5	18
9	4	5	5	3	17
10	2	2	4	2	10
11	3	3	3	3	12
12	5	5	5	5	20
13	2	3	3	2	10
14	3	3	4	3	13
15	3	3	4	3	13
16	3	3	3	2	11
17	4	4	4	3	15
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	3	3	4	3	13
22	2	2	2	2	8
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	5	4	17

26	3	3	4	3	13
27	2	3	4	2	11
28	2	2	4	4	12
29	5	5	5	5	20
30	3	3	3	3	12
31	2	2	3	2	9
32	3	3	3	3	12
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	4	17
35	4	4	4	4	16
36	2	5	5	2	14
37	4	4	4	4	16
38	2	2	3	2	9
39	3	4	4	4	15
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	3	4	5	3	15
43	3	3	4	3	13
44	4	4	4	4	16
45	3	3	3	3	12
46	3	3	4	3	13
47	4	4	5	4	17
48	4	4	4	4	16
49	3	3	4	4	14
50	4	4	4	4	16
51	4	4	5	4	17
52	4	4	4	3	15
53	4	4	4	5	17
54	5	5	5	5	20
55	3	3	3	4	13
56	5	5	5	5	20
57	3	3	3	3	12
58	4	4	4	3	15
59	4	4	4	3	15
60	3	3	3	2	11
61	3	3	3	3	12
62	5	5	5	5	20
63	3	3	4	3	13
64	4	4	4	4	16
65	3	3	4	4	14
66	4	3	5	5	17
67	4	5	4	4	17
68	3	4	4	3	14
69	3	4	4	3	14
70	4	4	4	4	16

71	5	5	5	4	19
72	3	4	5	3	15
73	5	5	5	4	19
74	3	4	4	4	15
75	3	2	4	3	12
76	4	4	5	4	17
77	5	4	5	4	18
78	4	2	3	3	12
79	5	5	5	5	20
80	4	3	3	3	13
81	3	4	4	4	15
82	3	4	4	3	14
83	4	4	4	4	16
84	1	5	5	5	16
85	1	2	3	4	10
86	2	2	2	1	7
87	4	5	5	5	19
88	4	4	4	4	16
89	3	4	4	3	14
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	3	4	4	4	15
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	3	3	4	3	13
96	5	3	3	3	14
97	4	5	5	4	18
98	3	3	3	2	11
99	4	4	4	3	15
100	3	4	5	3	15

3. Variabel Kepercayaan (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	4	4	3	4	15
2	4	4	4	3	15
3	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	17
5	3	4	4	2	13
6	4	4	5	5	18
7	4	4	4	3	15
8	5	5	5	4	19
9	3	3	3	4	13
10	4	2	2	2	10

11	5	4	4	2	15
12	4	4	4	4	16
13	3	2	3	3	11
14	5	5	5	4	19
15	3	3	3	3	12
16	3	3	4	4	14
17	4	4	3	3	14
18	4	5	5	5	19
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	3	4	3	4	14
22	3	3	3	3	12
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	3	17
26	4	4	4	2	14
27	2	2	4	2	10
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	3	3	3	2	11
31	3	2	3	2	10
32	3	4	2	3	12
33	3	3	3	3	12
34	4	5	4	4	17
35	4	4	5	5	18
36	3	4	3	3	13
37	4	5	4	5	18
38	4	4	3	3	14
39	5	4	4	4	17
40	5	5	5	5	20
41	3	3	3	3	12
42	5	5	4	3	17
43	4	3	3	3	13
44	4	5	4	4	17
45	4	3	3	3	13
46	4	4	5	3	16
47	5	4	5	5	19
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	4	4	5	5	18
51	4	4	3	3	14
52	4	4	4	4	16
53	3	3	3	4	13
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16

56	5	5	5	5	20
57	3	4	4	4	15
58	4	5	5	4	18
59	5	4	5	5	19
60	3	3	3	3	12
61	4	3	3	3	13
62	5	5	5	5	20
63	3	4	3	4	14
64	3	4	4	3	14
65	4	4	4	3	15
66	5	4	4	5	18
67	5	5	5	5	20
68	4	4	4	4	16
69	4	4	3	4	15
70	4	4	4	4	16
71	5	4	5	4	18
72	3	3	5	4	15
73	4	4	4	3	15
74	4	4	5	5	18
75	3	4	3	3	13
76	3	3	4	4	14
77	3	4	5	5	17
78	3	4	4	3	14
79	5	5	5	5	20
80	3	4	3	3	13
81	3	3	4	3	13
82	4	4	4	3	15
83	4	4	4	4	16
84	5	3	2	3	13
85	1	4	2	5	12
86	3	2	2	1	8
87	5	5	5	5	20
88	4	5	4	4	17
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	5	4	4	4	17
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	5	5	4	5	19
95	3	3	4	3	13
96	4	3	3	3	13
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	1	13
99	4	4	4	4	16
100	4	4	3	2	13

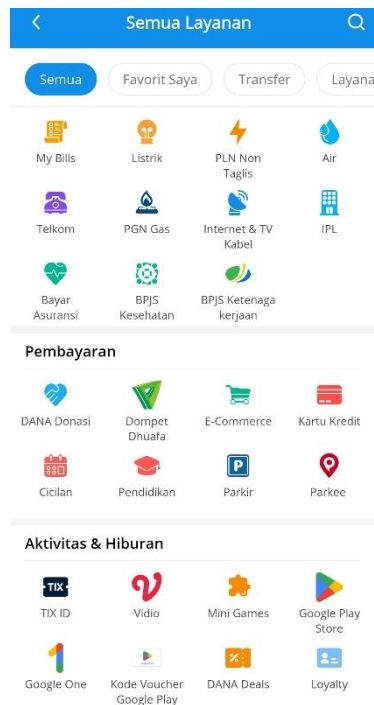
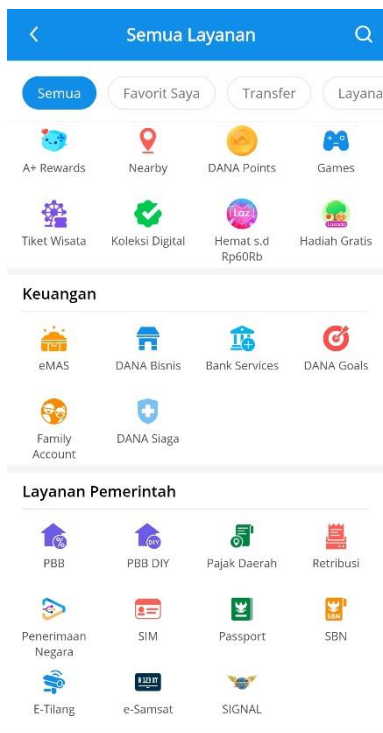
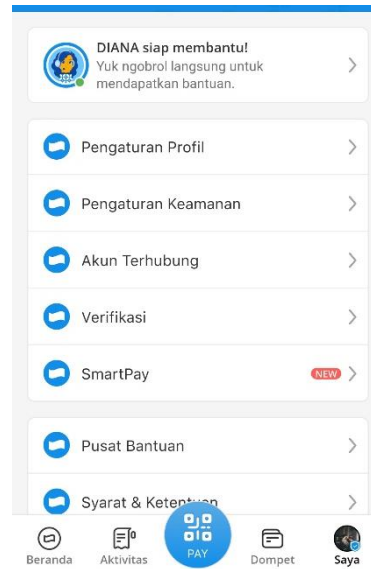
4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	4	3	3	4	14
2	3	3	5	5	16
3	5	5	5	5	20
4	4	5	4	3	16
5	3	3	3	3	12
6	5	4	5	5	19
7	3	4	4	4	15
8	4	4	5	5	18
9	4	2	3	2	11
10	5	2	4	2	13
11	3	3	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	4	3	3	3	13
14	4	4	4	5	17
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	4	3	4	15
18	5	5	4	3	17
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	5	19
21	3	3	3	3	12
22	3	3	3	3	12
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	4	5	18
26	5	3	4	4	16
27	4	3	3	2	12
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	3	3	3	13
31	3	2	3	3	11
32	4	3	3	3	13
33	3	3	3	3	12
34	4	5	4	5	18
35	5	4	4	5	18
36	5	2	3	2	12
37	4	4	3	2	13
38	4	4	3	3	14
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	3	3	3	4	13
42	4	4	4	5	17

43	4	4	4	4	16
44	4	4	3	3	14
45	4	3	4	4	15
46	4	3	4	3	14
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	16
49	3	3	4	4	14
50	5	5	5	5	20
51	5	4	4	3	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	5	17
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	5	5	5	5	20
57	3	3	3	3	12
58	5	4	5	4	18
59	5	5	5	5	20
60	3	3	3	3	12
61	3	3	3	3	12
62	5	5	5	5	20
63	3	4	4	5	16
64	4	4	4	4	16
65	3	2	3	3	11
66	4	5	4	5	18
67	4	4	3	4	15
68	4	3	4	4	15
69	4	4	3	4	15
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	4	19
72	4	4	4	2	14
73	4	4	4	3	15
74	4	3	4	4	15
75	4	5	2	3	14
76	4	4	4	4	16
77	5	4	5	5	19
78	3	2	3	3	11
79	5	5	5	5	20
80	3	3	3	3	12
81	3	4	4	5	16
82	4	3	4	4	15
83	4	4	4	4	16
84	3	3	3	3	12
85	1	3	2	2	8
86	1	2	2	1	6
87	5	5	5	5	20

88	5	5	4	4	18
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	4	4	4	17
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	4	4	4	3	15
96	3	4	3	4	14
97	4	4	4	4	16
98	4	2	3	3	12
99	4	4	4	5	17
100	3	4	5	4	16

TAMPILAN APLIKASI DANA



CURRICULUM VITAE

BIODATA MAHASISWA



Nama : Adista Salsabila Putri

Tempat Lahir : Tangerang

Tanggal Lahir : 10 Mei 2002

Alamat : Perumahan Griya Curug Blok D/22 Desa Rancagong, Kec.
Legok, Kab. Tangerang

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pengalaman/Kegiatan

- MBKM Online Short Course Digital Marketing – Universitas Trisakti
- MBKM Online Pertukaran Pelajar 1 Semester - Universitas Pembangunan Jaya
- Program Wajib Magang - Kantor BPKAD Kota Jambi

Riwayat Pendidikan

- SDN Unggulan Mongisidi 1 Makassar
- SMP Dirghantara, Tangerang
- SMKN 12 Kabupaten Tangerang