

## **PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA DI KABUPATEN KEBUMEN**

**Risma Weti Aprilia**

S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa  
[rismaweti025@gmail.com](mailto:rismaweti025@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, fitur layanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang memiliki aplikasi *e-wallet* Dana dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* Dana. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampel dengan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program *SPSS 21 for windows*. Berdasarkan metode statistika dilakukan uji regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), uji parsial, uji stimultan dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kemudahan, fitur layanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan sebesar 42,5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji t kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

**Kata Kunci:** kemudahan, fitur layanan, promosi, keputusan penggunaan.

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of convenience, service features and promotions on usage decisions. The population in this study are people in Kebumen Regency who have the Dana e-wallet application and have used or transacted through the Dana e-wallet application. This research uses purposive sampling method in taking samples with a sample of 100 respondents. This research uses quantitative methods. Data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS 21 for windows program. Based on statistical methods, multiple linear regression, validity, reliability, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test, and normality test), partial test, stimulus test and coefficient of determination test were carried out. Based on the results of the study, it can be seen that convenience, service features and promotions affect the decision to use by 42.5%. The results of this study indicate that based on the validity and reliability test all variables are declared valid and reliable. Based on the results of the t-test, convenience has no effect on usage decisions, while service and promotion features each have a positive influence on usage decisions.*

**Keywords:** convenience, service features, promotions, usage decisions.

## **PENDAHULUAN**

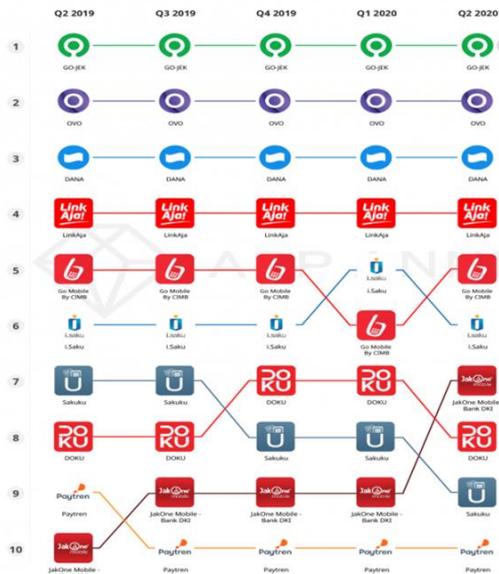
Di era globalisasi ini perkembangan teknologi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat bagi masyarakat di berbagai aspek kehidupan, diantaranya dari segi sosial, budaya, pendidikan dan juga ekonomi, yang tentunya memudahkan mereka dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Hal tersebut menjadi salah satu pemicu dan juga peluang bagi perusahaan untuk menciptakan inovasi bisnis yang kreatif dan juga sejalan dengan perkembangan zaman. Internet sudah menjadi hal yang lazim dan bahkan mulai tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Kenaikan pengguna juga tercatat dalam survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilaksanakan pada 25 Juni 2020 dan melibatkan 7.000 responden di hampir seluruh wilayah Indonesia. Dari survei tersebut juga diketahui alasan masyarakat dalam menggunakan internet.

Definisi *e-commerce* menurut David Baum (1999) adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Sedangkan menurut Laudon dalam Dinny Komalasari (2018) *e-commerce* adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan komputer. *E-payment* adalah sebuah mekanisme pembayaran yang dilakukan melalui internet untuk melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa oleh customer (Turban, E., & King, D., 2002). Di era saat ini, masyarakat Indonesia sudah tidak asing / sudah lazim melakukan transfer dana digital atau sering disebut juga dengan dompet digital (*e-wallet*) dan merupakan salah satu teknologi (*fintech*) berbentuk

aplikasi yang dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran secara online. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 *e-wallet* yang mendapat lisensi resmi. Berikut ini adalah hasil riset dari iPrice Group yang bekerjasama dengan perusahaan analisis data terpercaya App Annie mengenai *e-wallet* terpopuler di Indonesia pada kuartal 2 tahun 2019 – Kuartal 2 tahun 2020:

Gambar 1

Aplikasi *e-wallet* paling populer di Indonesia tahun 2019-2020



Sumber : (Devita, 2020)

*E-wallet* Dana menduduki peringkat ketiga sebagai *e-wallet* terpopuler di Indonesia pada kuartal 2 tahun 2019 – Kuartal 2 tahun 2020 bersaing dengan OVO dan Gopay (Gojek) diperingkat 1 dan dua yang lebih dahulu ada. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* Dana sudah dikenal dan populer digunakan dikalangan masyarakat meskipun baru beroperasi 3 tahun semenjak dirilis. Dana (Dompot Digital Indonesia) sendiri merupakan sebuah startup yang dirilis pada tanggal 5 Desember 2018 yang secara resmi diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia. Meskipun baru 3 tahun sejak dirilis, Dana mampu membuktikan kepada masyarakat dengan diperolehnya urutan ketiga sebagai aplikasi *e-wallet* populer di Indonesia, bersaing dengan Gopay, OVO dan juga LinkAja yang telah lebih dahulu ada. Dalam hal ini Dana menempati urutan ketiga dalam kategori *e-wallet* terpopuler di Indonesia tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat yang percaya dan menggunakan Dana sebagai alat pembayaran maupun transaksi yang lainnya.

Dalam menentukan variabel dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis terlebih dahulu melakukan observasi kepada 37 responden pengguna *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen. Berikut hasil observasi yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 1  
Hasil Observasi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kabupaten Kebumen

No	Alasan Keputusan Menggunakan	Jumlah	Persentase
1.	Kemudahan	22	59,5%
2.	Fitur Layanan	7	18,9%
3.	Promosi	4	10,8%
4.	Word of Mouth	3	8,1%
5.	Citra Merek ( <i>Brand Image</i> )	1	2,7%
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Menurut hasil observasi awal yang telah dilakukan peneliti kepada 37 pengguna *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen, keputusan untuk menggunakan *e-wallet* Dana dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Kemudahan, Fitur Layanan, Promosi, Word of Mouth, dan Citra Merek (*Brand Image*). Berdasarkan tabel diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam lagi mengenai faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan *e-wallet* Dana.

Dalam melakukan keputusan untuk menggunakan suatu produk/aplikasi, konsumen akan melalui beberapa tahap. Selanjutnya konsumen mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari suatu produk bagi kebutuhan mereka, hingga akhirnya konsumen akan membentuk preferensi atas produk tersebut dan berujung pada keputusan penggunaan (Kotler & Keller, 2007 : 235). Peter dan Olson (2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Sedangkan menurut Nugroho (2005), keputusan penggunaan jasa adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Jadi, keputusan penggunaan yaitu sikap yang dilakukan konsumen untuk memilih satu diantara beberapa alternative pilihan yang ada. Hal ini menunjukkan semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* Dana dibanding *e-wallet* lain yang beredar dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang ditawarkan oleh *e-wallet* Dana sendiri.

Selanjutnya faktor lain yang dapat memengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu *e-wallet* yaitu fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Selain itu, pengguna premium bisa memanfaatkan fitur ini sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan Dana dan membedakan Dana dengan aplikasi *e-wallet* yang lain. Selain faktor kemudahan dan juga fitur layanan, faktor lain yang tidak kalah penting dan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa yaitu promosi. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan membahas apakah variabel kemudahan, fitur layanan dan juga promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ulang yang penelitian tersebut akan dilakukan kepada pengguna *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen. Sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan dan

## Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen”.

Pada penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah kemudahan, fitur layanan dan promosi secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan dan manfaat penelitian. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
2. Untuk mengetahui apakah fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?
4. Untuk mengetahui apakah kemudahan, fitur layanan, dan promosi secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen?

## LANDASAN TEORI

### a. Keputusan Pembelian

Menurut Peter dan Olson (2013) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Indikator keputusan penggunaan menurut Kotler (2001 : 226) yaitu :

- a) Kemantapan pada sebuah produk
- b) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa
- c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d) Melakukan penggunaan ulang

### b. Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah pengoprasiannya.

Indikator kemudahan menurut Davis (1989) yaitu:

- a) Mempermudah transaksi pembayaran
  - b) Mempercepat transaksi pembayaran
  - c) Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi
  - d) Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran
- c. Fitur Layanan
- Menurut Schmitt (2010) fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkannya. dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.
- Indikator fitur layanan menurut Ponn (2008) yaitu:
- a) Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa.
  - b) Keberagaman layanan transaksi.
  - c) Keberagaman fitur.
  - d) Inovasi produk.

### d. Promosi

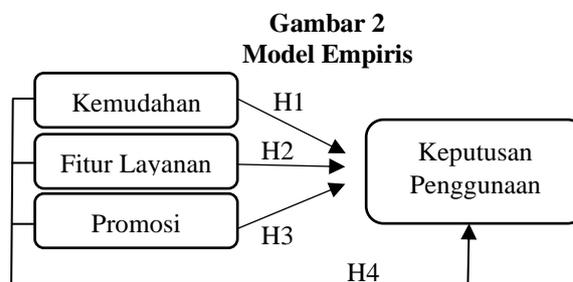
Menurut Kotler, Philip dan Armstrong (2014) kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya.

indikator menurut Kotler (2012:604) yaitu:

- a) Periklanan (*Advertising*)
- b) *Sales promotion*
- c) *Public relations and publicity*
- d) *Personal selling*
- e) *Direct selling*

## Model Empiris

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah dipaparkan diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Berdasarkan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen.
- H2 : Terdapat pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kabupaten Kebumen.

- H3 : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet Dana di Kabupaten Kebumen.
- H4 : Terdapat pengaruh kemudahan, fitur layanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet Dana di Kabupaten Kebumen.

## METODE

### Objek dan subjek penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel kemudahan, fitur layanan dan promosi sebagai variabel bebas dan keputusan penggunaan sebagai variabel terikat. Sedangkan subyek penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang memiliki aplikasi Dana dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi Dana.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan cara pengumpulan data dengan sumber dari buku pustaka, internet dan jurnal atau artikel yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 2. Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2009), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang berusia 20 tahun. Sedangkan sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Kebumen yang berusia 20 tahun, memiliki aplikasi *e-wallet* Dana dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* Dana yang diambil dengan teknik *purposive sampling*.

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan berdasarkan pandangan dan pemikiran secara teoritis yang disajikan dalam bentuk keterangan dan penjelasan yang sifatnya *non statistic*.

### Analisis Statistika

Analisis statistik digunakan untuk menganalisis data dari hasil jawaban kuisisioner dengan menggunakan metode-metode statistik. Dalam perhitungan pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows versi 21*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2009:49). Menentukan (Ghozali,2009:49) dengan rumus  $df = n - 2$ . Keterangan:

$df =$  degree of freedom

$n =$  sampel  $df = 100 - 2 = 98$ , diperoleh  $r$  tabel = 0,1966

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir	R hitung	Sig.	Keterangan
Keputusan penggunaan	1	0,7622	0,000	Valid
	2	0,722	0,000	Valid
	3	0,833	0,000	Valid
	4	0,720	0,000	Valid
Kemudahan	1	0,657	0,000	Valid
	2	0,696	0,000	Valid
	3	0,618	0,000	Valid
	4	0,746	0,000	Valid
Fitur layanan	1	0,681	0,000	Valid
	2	0,644	0,000	Valid
	3	0,737	0,000	Valid
	4	0,751	0,000	Valid
Promosi	1	0,761	0,000	Valid
	2	0,731	0,000	Valid
	3	0,716	0,000	Valid
	4	0,748	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan ketentuan, jika Alpha Cronbach > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel. Jika Alpha Cronbach < 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Keputusan penggunaan	0,607	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Kemudahan	0,661	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Fitur layanan	0,720	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Promosi	0,756	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi linear yang sempurna antar beberapa atau semua variabel bebas.

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kemudahan	0,614	1,629
Fitur layanan	0,613	1,630
Promosi	0,716	1,396

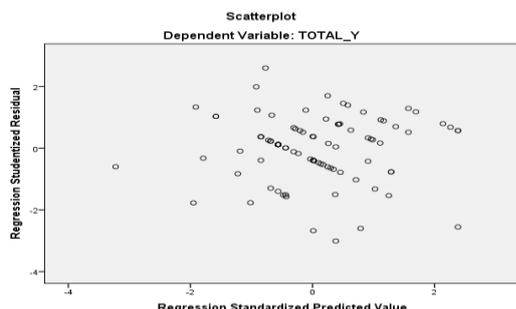
Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas, dapat dilihat pada kolom Colinearity Statistics yang menunjukkan nilai tolerance dari variabel brand image, harga, dan promosi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas, sehingga model ini dapat dipakai.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

**Gambar 3**  
**Uji Heterokedastisitas**



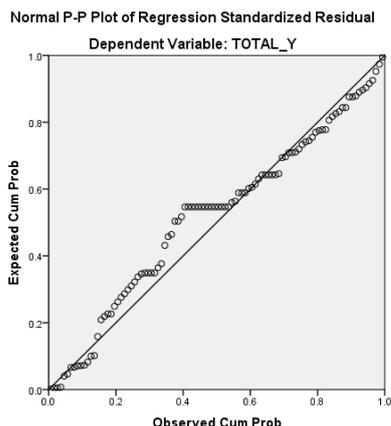
Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Gambar diatas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

**Gambar 4**  
**Uji Normalitas**



Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas substruktural 1, terjadi titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal dan berada tidak jauh dari garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian ini dinyatakan memiliki distribusi normal dan model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat asumsi normalitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1.568	1.281		1.224 .224
TOTAL_X1	.143	.104	.134	1.373 .173
TOTAL_X2	.384	.101	.370	3.800 .000
TOTAL_X3	.329	.100	.297	3.300 .001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,568 + 0,143X_1 + 0,384X_2 + 0,329X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 1,568  
Menunjukkan bahwa dalam penelitian ini jika tidak terdapat perubahan pada variabel kemudahan, fitur layanan, dan promosi maka nilai keputusan penggunaan yaitu 1,568.
2. Kemudahan (X1) = 0,143  
Koefisien regresi untuk variabel kemudahan sebesar 0,143 yang artinya setiap kenaikan atau bertambahnya nilai pada variabel kemudahan, akan menyebabkan perubahan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,143 apabila variabel independen lain nilainya tetap.
3. Fitur Layanan (X2) = 0,384  
Koefisien regresi untuk variabel fitur layanan sebesar 0,384 yang artinya setiap kenaikan atau bertambahnya nilai pada variabel kemudahan, akan menyebabkan perubahan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,384 apabila variabel independen lain nilainya tetap.
4. Promosi (X3) = 0,329  
Koefisien regresi untuk variabel kemudahan sebesar 0,329 yang artinya setiap kenaikan atau bertambahnya nilai pada variabel kemudahan, akan menyebabkan perubahan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,329 apabila variabel independen lain nilainya tetap.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini pada dasarnya untuk menunjukan seberapa jauh berpengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Kriteria pengujian uji t dalam penelitian ini adalah jika thitung > dari t tabel dan signifikan > dari 0,05, maka tidak dapat pengaruh signifikan atau hipotesis (Ha) ditolak. jika thitung < dari t tabel dan signifikan > dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan atau hipotesis (Ha) diterima. Berikut hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	T	Sig.
(Constant)	1.224	.224
TOTAL_X1	1.373	.173
TOTAL_X2	3.800	.000
TOTAL_X3	3.300	.001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Tabel 6**  
**Uji Hipotesis (Uji t)**

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berikut hasil uji parsial (uji t) tabel diatas dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan (df= n-k) = 100 - 3 = 97, dan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98472.

- a. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan  
Nilai t hitung variabel kemudahan sebesar 1,373 < t tabel sebesar 1,98472. (1,373 < 1,98472.). Dilihat dari nilai signifikansi, variabel kemudahan memiliki nilai sebesar 0,224 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan (Y).
- b. Pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan  
Nilai t hitung variabel fitur layanan sebesar 3,800 > t tabel sebesar 1,98472 (3,800 > 1,98472). Dilihat dari nilai signifikansi, variabel fitur layanan memiliki nilai sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa fitur layanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan (Y).
- c. Pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan  
Nilai t hitung variabel promosi sebesar 3,300 > t tabel sebesar 1,98472 (3,300 > 1,98472). Dilihat dari nilai signifikansi, variabel promosi memiliki nilai sebesar 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan (Y).

#### Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dengan signifikansi 5% (0,05).

**Tabel 7**  
**Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	133.924	3	44.641	25.347	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	169.076	96	1.761		
Total	303.000	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X1, TOTAL\_X2

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa F hitung adalah 25,347 > F tabel sebesar 3,09 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa variabel kemudahan, fitur layanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dengan variabel dependen sehingga dapat diketahui yang paling mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 <sup>a</sup>	.442	.425	1.32711

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Hasil uji determinasi diatas menunjukkan bahwa nilai angka *Adjusted R Square* sebesar 0,425. Hal ini berarti 0,425 atau 42,5% variasi dari keputusan penggunaan bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu kemudahan, fitur layanan dan promosi sedangkan sisanya (100% - 42,5% = 57,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

#### PENUTUP

##### Simpulan

1. Variabel kemudahan mempunyai hasil t hitung sebesar 1,373 < t tabel sebesar 1,98472 (1,373 < 1,98472), dan nilai signifikansi sebesar 0,224 > 0,05, maka hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
2. Variabel fitur layanan mempunyai hasil t hitung sebesar 3,800 > t tabel sebesar 1,98472 (3,800 > 1,98472) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.
3. Variabel promosi mempunyai hasil t hitung sebesar 3,300 > t tabel sebesar 1,98472 (3,300 > 1,98472) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05, yang artinya hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.
4. Variabel kemudahan, fitur layanan dan promosi menunjukkan F hitung sebesar 25,347 > F tabel 3,09 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa variabel kemudahan, fitur layanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

#### Saran

##### Implikasi Praktis

1. Kepada pihak e-wallet Dana
  - a) Bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dilihat dari

pernyataan indikator kemudahan pada penelitian yang diajukan kepada responden, yang menyatakan bahwa e-wallet Dana menawarkan layanan yang cepat dan memberikan keuntungan setelah menyelesaikan transaksi. Namun banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Yang artinya responden pengguna e-wallet Dana tidak merasa transaksi melalui e-wallet Dana mudah dan cepat ataupun mendapatkan keuntungan setelah bertransaksi, yang artinya tidak merasakan poin kemudahan sehingga hal ini bisa menjadi masukan bagi e-wallet Dana untuk dapat memberikan program yang lebih baik lagi agar konsumen tetap menggunakan e-wallet Dana.

- b) Fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet Dana. Hal ini dapat dijelaskan bahwa, ketika e-wallet mampu menawarkan keberagaman dari fitur layanan, kemudahan akses informasi mengenai produk maupun jasa, keberagaman transaksi dan juga senantiasa berinovasi dalam produk/layanan yang ditawarkan maka konsumen akan semakin tertarik untuk menggunakan e-wallet tersebut. Artinya semakin tinggi/semakin baik fitur layanan yang ditawarkan akan semakin tinggi tingkat keputusan penggunaan yang dilakukan oleh konsumen pengguna e-wallet Dana di Kabupaten Kebumen. Oleh karenanya pihak e-wallet Dana dapat mempertahankan atau terus meningkatkan fitur layanan pada aplikasi e-wallet Dana.
- c) Promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet Dana. Hal ini dapat dijelaskan bahwa, ketika perusahaan berhasil membangun citra yang baik, mengenalkan produk maupun perusahaannya kepada konsumen melalui berbagai iklan dan program promosi yang lain dengan baik, maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan semakin tinggi/semakin baik promosi yang dilakukan oleh e-wallet Dana maka akan semakin tinggi tingkat keputusan penggunaan yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karenanya pihak e-wallet Dana harus dapat terus meningkatkan kualitas maupun intensitas promosi yang dilakukan agar dapat meningkatkan pula jumlah konsumen yang memutuskan menggunakan e-wallet Dana.

#### **Implikasi Teoritis**

1. Karena variabel diluar penelitian yang mempengaruhi keputusan penggunaan sebesar 57,5 % maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain. Hal ini dimaksudkan agar pada penelitian selanjutnya bisa lebih baik.

2. Populasi dalam penelitian ini terbatas hanya konsumen pengguna e-wallet Dana di Kabupaten Kebumen. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan populasi konsumen pengguna e-wallet Dana secara umum dan keseluruhan/lebih luas lagi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ananta, Yanurisa. 2019. Strategi DANA Jegal OVO & GoPay di Pembayaran Digital. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190227150716-37-57935/strategi-dana-jegal-ovo-gopay-di-pembayaran-digital>. Diakses tanggal 9 November 2021

Aulia Puspa Giriani, Susanti. Tahun 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* Vol. 6 No. 2, Tahun 2021, Halaman 27-37. ISSN:2541-0180.

Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.

Dimas Jarot Bayu. 2020. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia capai 1967juta. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>. Diakses tanggal 24 Oktober

Dinny Komalasari, Iin Seprina. Tahun 2018. Penerapan E-Commerce Pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Betrik*, Vol. 09, No.01, April 2018, Halaman 57-62.

Fitriani Latief, Dirwan. Tahun 2020. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Volume 3 Nomor I – April 2020*, Halaman 16-30.

Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset

Humas APJII. 2021. Buletin APJII edisi 74. <https://blog.apjii.or.id/>. Diakses tanggal 13 Oktober 2021.

Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Yogyakarta: Andi.

Kotler P, Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks  
Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I Cetakan 13 Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler Philip dan Armstrong Gary. 2014:176. Tahap Keputusan Pembelian. Lima Tahapan Keputusan Pembelian. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2001). Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan, dan pengendalian. In C. Hasibuan (Ed.), Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan, dan pengendalian (Edisi Ke L). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, Kenneth. C, dan Laudon Jane. 2004. Sistem Informasi Manajemen (Management Information Systems, Managing The Digital Firm). Terjemahan Philipus Erwin. Edisi Delapan. Yogyakarta : Andi.
- Meutia, 2020. Apa sih keunggulan DANA dibandingkan e-wallet lainnya?. <https://moneyduck.com/id/forums/5472-apa-sih-keunggulan-dana-dibandingkan-e-wallet-lainnya/#consultation-start> . Diakses tanggal 24 Oktober
- Nasution, Fahmi Natigor. 2004. Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect).Usu Digital Library. Hlm.5
- Nazir,M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Novia Alistriwahyuni. Tahun 2019. Pengaruh Promosi Penjualani, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 07 No 02 Tahun 2019, Halaman 473 – 478. ISSN:2337 - 6078.
- Nugroho, AW; Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. Diponegoro Journal of Management, 2(3), 1–9.
- Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Poon, W. C. 2008. User Adoption of E – banking Services : The Malaysian Perspective. Journal of Business and Industrial Marketing. Vol. 23. No.1. Hal 59 – 69.
- Pramelani, Safrezi Fitra. Tahun 2020. Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan E-wallet. Jurnal Bisnis & Kewirausahaan Volume 16, Issue 3, 2020, Halaman 208-213 (Online). ISSN:2580-5614.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta : PT. Index.
- Schmitt, B. (2010). Experience Marketing : Concepts , Frameworks and Consumer Insights By Bernd Schmitt. Foundations and Trends in Marketing, (2), 55–112. <https://doi.org/10.1561/1700000027>
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setyo Ferry Wibiwo,dkk.,Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money card,Jurnal Riset
- Simamora. (2004). Manajemen Sumber daya Manusia, Edisi III.STIE YPKN. Yogyakarta.
- Stepanie, Conney. 2020. E-Wallet Dana Sudah Pakai Standar QRIS di Merchant. <https://tekno.kompas.com/read/2020/01/28/17460097/e-wallet-dana-sudah-pakai-standar-qr-is-di-merchant->. Diakses tanggal 9 November 2021
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Prinsip – Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta : Penerbit Andi. hlm.21
- Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Turban, Efraim; King, David; Lee, Jae; Warkentin, Merrill; Michael, H. Chung. (2014). Electronic Commerce 2002:A Managerial Perspective. Internarional Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Umar, Husein. 2014. Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers
- Veronika Hardi. Tahun 2021. Pengaruh Kinerja Layanan Dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan

Penggunaan Dompert Digital Ovo (Survey Pada Masyarakat Surabaya). *Commercium*, Volume 03 Nomor 03 Tahun 2021, 180-191.

Vivin Dian Devita. 2020. E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>. Diakses tanggal 26 Oktober 2021

Wiwik Widiyanti. Tahun 2020. Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 7 No. 1 April 2020, Halaman 54-63. ISSN: 2550-0139.