



**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*
DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION***

**PENGUNA *E-WALLET* DANA PADA MAHASISWA FEB
UNIVERSITAS ISLAM MALANG ANGKATAN 2020-2023**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

PUTRA ANDREYAN SYAH

NPM. 22001081392



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pengguna *e-wallet* Dana pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2020-2023, jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FEB Universitas Islam Malang, angkatan 2020-2023 yang menggunakan aplikasi Dana. Karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka ukuran sampel yang digunakan berdasarkan pendapat Malhotra dengan mengalikan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian dengan 5 dan didapatkan total 80 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap *customer satisfaction*.

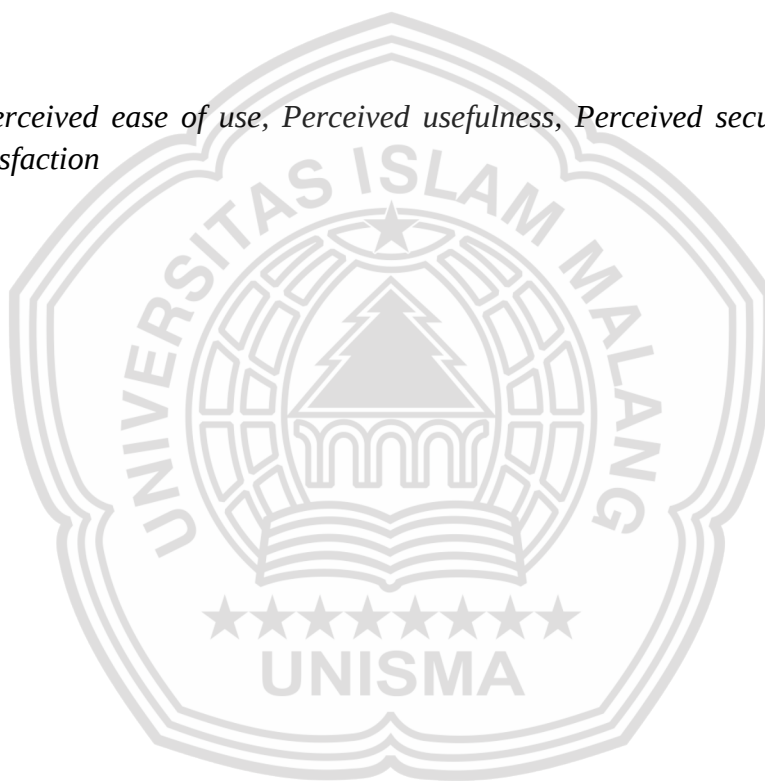
Kata Kunci: *Perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security* dan *customer satisfaction*



ABSTRACT

The research objectives to be achieved, this type of research is explanatory research using a quantitative approach. In this research, the population is students from the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2020-2023 who use the Dana application. Because the population size is not known with certainty, the sample size used was according to Malhotra's opinion by multiplying the number of indicators used in the research by 5 and a total of 80 respondents were found. The research uses multiple linear regression analysis using the SPSS 25 application. The research results show that perceived ease of use, perceived usefulness and perceived security have a simultaneous and partial effect on customer satisfaction.

Keywords: *Perceived ease of use, Perceived usefulness, Perceived security and Customer satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

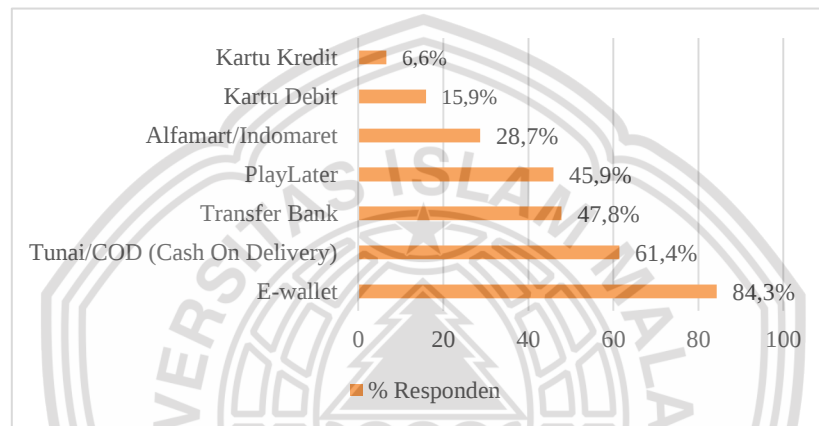
Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dan sangat canggih. Banyak teknologi terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik atau ke arah otomatisasi, khususnya di era industri digital. Transformasi digital sampai saat ini masih terus berlangsung dan membawa perubahan di segala aspek kehidupan manusia, teknologi yang dapat memberikan perubahan di kehidupan manusia salah satunya adalah *smartphone* (Oktafiani et al., 2021).

Penggunaan *smartphone* di kehidupan sehari-hari dapat membantu seseorang untuk tetap *update* dengan pekerjaan dan hubungan sosial dengan orang lain melalui internet. Laporan terbaru *We Are Social* dan *Hootsuite* menunjukkan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,16 miliar orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut mencapai 64,4% dari populasi global yang totalnya 8,01 miliar orang (Annur, 2023). Sedangkan di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara dengan 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Menurut laporan tersebut, alasan utama seseorang menggunakan internet untuk mencari informasi, pemesanan makanan dan minuman, pemesanan jasa transportasi, berbelanja, pemesanan tiket liburan dan *online payment* melalui *e-wallet* (Annur, 2023).

E-wallet atau dompet digital merupakan suatu layanan transaksi pembayaran yang berbasis digital yang memberikan kemudahan bagi

pengguna untuk melakukan transaksi secara *online* seperti *scan* QRIS. Di Indonesia sendiri ada beragam *e-wallet* yang dapat digunakan, seperti OVO, Gopay, Dana, dan lain sebagainya. Banyaknya jumlah *e-wallet* ini diikuti oleh tingginya jumlah pengguna *e-wallet* yang ada. Diperkuat oleh hasil survei yang membuktikan bahwa metode pembayaran yang sering di gunakan oleh konsumen yaitu *e-wallet* (Oktafiani et al., 2021).

Tabel 1. 1 Nilai % Metode Pembayaran yang Digunakan Konsumen

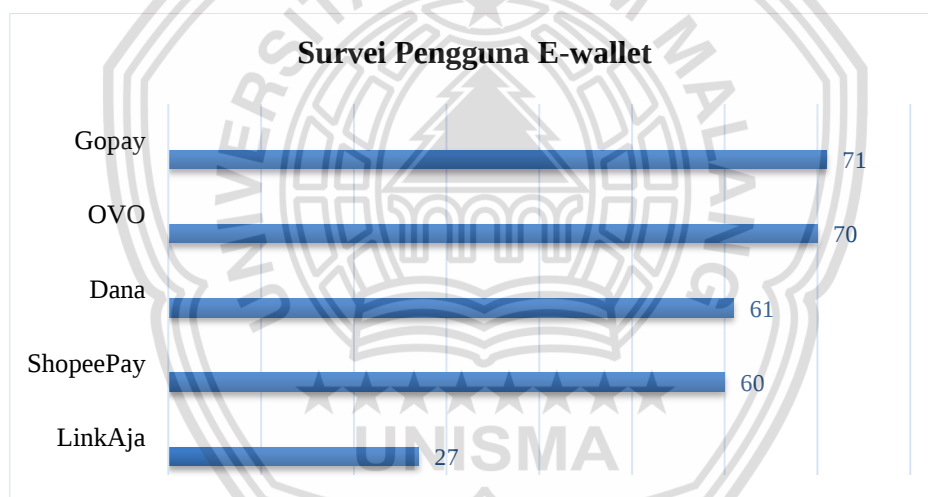


Sumber: databoks, 2023

Berdasarkan hasil survei di atas yang dilakukan pada 9.239 konsumen yang tersebar di seluruh Indonesia, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran menggunakan *e-wallet* menjadi favorit konsumen. Pasalnya, metode ini memperoleh 84,3% dari keseluruhan suara konsumen. Persentase ini meningkat pesat pada 2023 dari periode tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*) yang memperoleh 60,9% pada 2022. Kemudian, pembayaran tunai untuk layanan *cash on delivery (cod)* juga masih banyak digunakan oleh konsumen, meskipun pembayaran digital sudah beragam. Namun, sebanyak 61,4% konsumen masih menggunakan metode ini. Transfer bank atau *virtual account* menempati urutan ketiga sebagai metode pembayaran digital yang banyak digunakan konsumen, yaitu sebanyak 47,8%. Selanjutnya,

pembayaran melalui *PayLater* dengan perolehan 45,9%. Sedangkan transaksi melalui Alfamart dan Indomaret hanya sebanyak 28,7% konsumen, sementara pembayaran digital menggunakan kartu debit dan kartu kredit berada di urutan terbawah dengan perolehan suara sebanyak 15,9% dan 6,6% konsumen. Maka, dapat di simpulkan, *e-wallet* merupakan metode pembayaran paling diminati konsumen (Muhamad, 2023).

Kemudian, berdasarkan data yang diperoleh dari *databoks*, ranking *e-wallet* di Indonesia di dominasi oleh perusahaan lokal. Seperti Gopay, OVO, dan Dana.



Tabel 1. 2 Hasil Survei Pengguna *E-wallet* di Indonesia

Sumber: databoks, 2023

Menempati urutan pertama *platform e-wallet* yang paling banyak digunakan yaitu Gopay, dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO yang berada di urutan kedua dengan proporsi penggunaannya mencapai 70%. Sementara, Dana berada pada posisi ketiga yang memiliki proporsi sebesar 61%. Dan pengguna *platform dompet*

digital lain seperti ShopeePay, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit seperti terlihat pada tabel di atas (Ahdiat, 2023).

Akan tetapi, pada tahun 2023 Dana mengklaim kondisinya sangat baik dibandingkan *platform* kompetitornya. Dana terus mengalami pertumbuhan pengguna dan transaksi. Bahkan, Dana mencatat pertumbuhan signifikan jumlah penggunanya yang saat ini telah menyentuh angka 150 juta pengguna diikuti rata-rata kenaikan jumlah transaksi mencapai 137% dibandingkan tahun lalu. Pertumbuhan ini tidak luput disebabkan oleh kapabilitas Dana yang semakin optimal ditinjau dari sisi teknologi, fitur, layanan, sampai perluasan ekosistem (Saputra, 2023).

Dana juga menangkap tren menarik dimana lima fitur dalam aplikasi Dana semakin diminati pengguna, diantaranya yaitu fitur Kirim Uang Gratis tanpa biaya admin, Pembayaran dengan QR, Belanja di *E-Commerce*, Pulsa dan Data, hingga Layanan Keuangan. Peningkatan ini menjadi indikasi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dalam menggunakan aplikasi Dana (Putri, 2023).

Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) oleh perusahaan *e-wallet* khususnya Dana, diantaranya yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security*. Tantangan terbesar suatu perusahaan adalah memberi dan menjaga kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dinilai sebagai suatu kondisi yang menggambarkan terpenuhinya harapan pelanggan atas suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu Perusahaan. Jika hasil yang diperoleh pelanggan sesuai atau bahkan melampaui

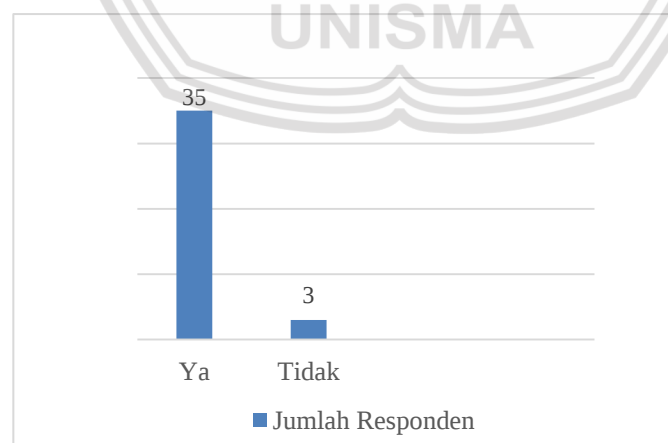
harapannya maka konsumen akan puas, sebaliknya jika harapan konsumen tidak terpenuhi maka konsumen tidak puas (Harahap, 2021).

Kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) aplikasi juga sangat penting untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Adanya kesulitan saat menggunakan aplikasi akan mempengaruhi persepsi konsumen mengenai aplikasi tersebut. Kebanyakan konsumen akan mempertimbangkan menggunakan aplikasi berdasarkan kemudahan penggunaannya. Jika konsumen telah merasakan kemudahan transaksi dalam aplikasi Dana akan memicu persepsi konsumen bahwa transaksi digital melalui aplikasi Dana lebih menguntungkan. Tidak hanya itu, konsumen juga sangat menyukai aplikasi yang mudah digunakan dan mudah dipahami karena tidak membutuhkan waktu lama untuk mempelajarinya (Oktafiani et al., 2021).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Seseorang cenderung akan menggunakan suatu sistem apabila dirinya percaya bahwa sistem tersebut berguna, begitu pula sebaliknya. Timbulnya *perceived usefulness* dikarenakan pengguna merasakan transaksi menggunakan aplikasi Dana menjadi efektif, cepat, dan mudah sehingga membuat pengguna merasa puas dalam menggunakan aplikasi Dana (Kumala et al., 2020). Faktanya, berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mileniumiati et al, (2023) yang memaparkan hasil bahwa persepsi kegunaan atau persepsi manfaat (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Selain itu, ada persepsi keamanan (*perceived security*) yang menyumbangkan peran cukup dominan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Bernardinus, 2020) yang mengemukakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi, maraknya tindak kejahatan digital (*Cyber Crime*) tidak luput menjadi tantangan bagi aplikasi dompet digital seperti Dana. Aplikasi-aplikasi semacam ini cenderung dituntut dapat memberikan jaminan keamanan bagi penggunanya. Keamanan yang dirasakan pelanggan dapat menjadi faktor seseorang merasa puas dalam menggunakan *platform* tersebut (Yohanes & Sutrisno, 2022). Akan tetapi, menurut pendapat lain mengatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Mileniumiati et al., 2023).

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan. Diketahui bahwa animo mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020-2023 terhadap penggunaan dompet digital Dana termasuk besar.



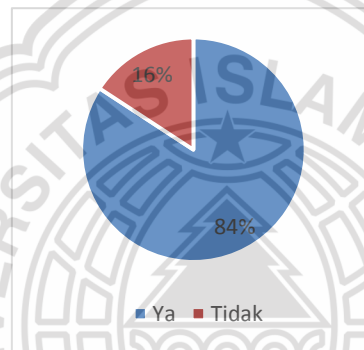
Tabel 1. 3 Hasil Pra Penelitian

Sumber: Hasil Pra Penelitian, 2024

Hasil pra penelitian yang diambil pada penelitian ini adalah 38 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020-2023, 35 diantaranya merupakan pengguna aplikasi dompet digital Dana dan sisanya sebanyak 3 orang bukan pengguna dompet digital Dana.

Tidak hanya itu, beberapa informasi diperoleh berdasarkan hasil pra penelitian sebagai berikut:

Diagram 1. 1 Hasil Pra Penelitian Variabel *Customer Satisfaction*



Informasi yang diperoleh melalui hasil pra penelitian dengan melibatkan 38 mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2020-2023 yaitu sebanyak 32 responden (84%) menyatakan dirinya merasa puas setelah menggunakan aplikasi Dana. Sedangkan sisanya sebanyak 6 responden (16%) menyatakan dirinya tidak puas.

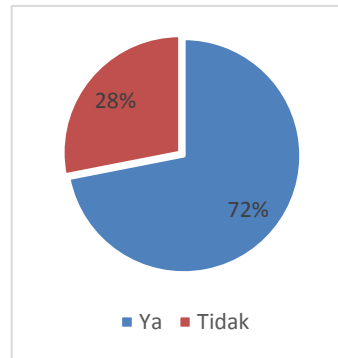
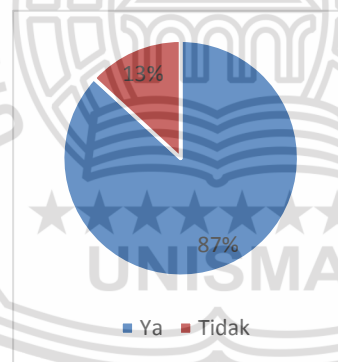


Diagram 1. 2 Hasil Pra Penelitian Variabel *Perceived Ease Of Use*

Informasi berikutnya yang diperoleh melalui pra penelitian yang telah dilakukan yaitu sebanyak 34 responden (72%) merasa puas menggunakan aplikasi Dana berdasarkan kemudahannya. Sedangkan 4 responden (28%) tidak merasa demikian.

Diagram 1. 3 Hasil Pra Penelitian Variabel *Perceived Usefulness*



Berbeda informasi untuk variabel *perceived usefulness*. Diketahui bahwa 33 responden (87%) Saya puas menggunakan aplikasi Dana berdasarkan manfaatnya. Sedangkan sisanya, 5 responden (13%) merasakan sebaliknya.

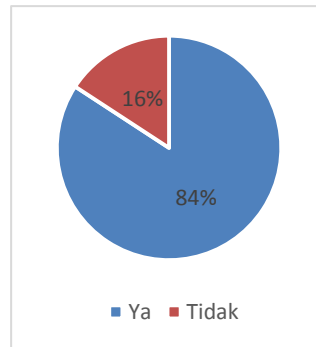


Diagram 1. 4 Hasil Pra Penelitian Variabel *Perceived Security*

Sedangkan informasi berikutnya, sebanyak 32 responden (84%) merasa keamanan yang diberikan Dana membuat mereka merasa puas menggunakan aplikasi Dana. Sedangkan sisanya, sebanyak 6 responden (16%) merasa sebaliknya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Perceived Security Terhadap Customer Satisfaction Pengguna E-Wallet Dana Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2020-2023*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana?

3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana?
4. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi dompet digital Dana.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Diharapkan dapat menjadi informasi masukan dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama khususnya untuk ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.
2. Dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik penelitian manajemen pemasaran yang berhubungan dengan variabel kepuasan pelanggan.
3. Dapat dijadikan informasi untuk Dana dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan.

Maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* berpengaruh secara simultan terhadap *customer satisfaction*.
2. *Perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.
3. *Perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.
4. *Perceived security* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sehingga terbatas pada data yang dapat diukur dan dihitung secara kuantitatif saja. Banyaknya populasi yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, sehingga peneliti hanya mampu mengambil sampel sebanyak 80 responden.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- A. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh yang baik dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Perusahaan disarankan terus meningkatkan kualitas dengan mengembangkan aplikasi yang mudah untuk dipahami dan digunakan sehingga hal ini dapat meningkatkan jumlah pengguna harian aplikasi.
- B. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh terbaik dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan manfaat-manfaat yang ditawarkan terhadap pengguna. Dengan memaksimalkan kebermanfaatan yang ditawarkan, diharapkan dapat melahirkan *perceived usefulness* di benak pengguna dan memuaskan harapannya terhadap aplikasi pembayaran.
- C. *Perceived security* memiliki pengaruh yang baik dalam meningkatkan *customer satisfaction*, pengguna cenderung menyoroti keamanan yang ditawarkan suatu aplikasi pembayaran terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Diharapkan perusahaan dapat terus menjaga kualitas layanan khususnya di bidang keamanan mengingat maraknya kasus pembobolan aplikasi pembayaran yang mencemaskan pengguna aplikasi pembayaran. Pengguna yang merasa aman dan percaya terhadap aplikasi ini cenderung akan merasa puas dan memilih untuk menggunakan aplikasi Dana secara terus menerus.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- A. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah sampel yang lebih banyak, serta mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti *perceived risk*, *promotion* dan *trust*.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, adi. (2023, July 25). *Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>
- Alfiatunnisa, E., Khairunnisa, H. Z., Hayati, S., & Listya Maulida, V. (2022). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP KEMANDIRIAN SISWA SEKOLAH DASAR KELAS 1*. 3(2), 29–36.
- Amirullah. (2013a). *Metodelogi Penelitian manajemen*. Bayu Media Publishing.
- Annur, C. M. (2023a, February 3). *Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5,16 Miliar Orang pada Januari 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023>
- Annur, C. M. (2023b, September 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,orang%20pada%20awal%20tahun%20ini>.
- Aryana, M. (2020). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL DANA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*.
- Baihaqi, A., Rachma, N., & Slamet, R. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno-Hatta Malang*. 09. www.fe.unisma.ac.id
- Bernardinus. (2020). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, SECURITY, DAN PROMOTION TERHADAP CUSTOMER SATISFATION MOBILE PAYMENT APLIKASI OVO DI KOTA PONTIANAK*. Jurnal Manajemen Update. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejmfe/article/view/49318>
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BCA*. *Journal of Economic and Business Research*, 2.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO*. *Jurnal Manajemen STEI*, 03(02).

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Dipnegoro.
- Harahap, R. (2021). *Determinan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction*. 2(2), 402–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/ja.v2i2.196>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., & Sukmana, D. J. (2020). *METODE PENELITIAN Kualitatif & Kuantitatif* (Vol. 1). Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Pustaka Ilmu.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KONSENTRASI PASAR TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2016-2020. *JURNAL ILMU MANAJAMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Security terhadap intention aplikasi Jago. *Manajemen Pemasaran*, 17.
- Mileniumiati, N., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Elektronik OVO*.
- Muhamad, nabila. (2023, June 20). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Nata, S. (2022, April 12). *Pengertian Skala Likert dan Contoh Cara Hitung Kuesionernya*. Diedit.Com. <https://www.diedit.com/skala-likert/>
- Natalia. (2021, April 6). *Customer Satisfication Adalah: Ini Pengertian dan Cara Meningkatkan*. Accurate. <https://accurate.id/bisnis-ukm/customer-satisfaction-adalah/>
- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021a). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X* (Vol. 2, Issue 2).

- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021b). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X* (Vol. 2, Issue 2).
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5.
- Putri, R. N. F. (2023, April 10). *DANA Catat Tren Pertumbuhan Positif Selama Awal Ramadan 2023*. Jawapos.Com. <https://www.jawapos.com/ekonomi/01476252/dana-catat-tren-pertumbuhan-positif-selama-awal-ramadan-2023>
- Riadi, M. (2022, September 16). *Perceived Usefulness - Pengertian, Dimensi, Aspek dan Indikator*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2022/09/perceived-usefulness.html>
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi P-ISSN*, 5.
- Saputra, F. (2023, July 19). *Punya Potensi Besar, DANA Sebut Pengguna dan Transaksinya Tumbuh pada 2023*. Keuangan.Kontan.Co.Id. [https://keuangan.kontan.co.id/news/punya-potensi-besar-dana-sebut-pengguna-dan-transaksinya-tumbuh-pada-2023#:~:text=Head%20of%20Communications%20DANA%20Indonesia,Senin%20\(17%2F7\)](https://keuangan.kontan.co.id/news/punya-potensi-besar-dana-sebut-pengguna-dan-transaksinya-tumbuh-pada-2023#:~:text=Head%20of%20Communications%20DANA%20Indonesia,Senin%20(17%2F7)).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono Judul Asli . Alfabeta.
- Suryani, D., Al, S., Fakultas, S., Dan Ilmu, E., Uin, S., & Riau, S. (2021). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK* (Vol. 1, Issue 2021). <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>
- Yohanes, R., & Sutrisno, N. (2022). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED SECURITY, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION GUNA MENINGKATKAN PANGSA PASAR. E-JURNAL MANAJEMEN TSM*, 2.