



## Kepuasan Pengguna E-Wallet: Studi pada Generasi Z di Era Digital

<sup>1</sup>\*Novemy Triyandari Nugroho <sup>2</sup>Sundari

Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

e-mail: [novemy@udb.ac.id](mailto:novemy@udb.ac.id), [sundari@udb.ac.id](mailto:sundari@udb.ac.id)

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,  
Jawa Tengah 57135

Korespondensi penulis: [novemy@udb.ac.id](mailto:novemy@udb.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, ease of use, and security on e-wallet user satisfaction among Generation Z in the digital era. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. The sample consisted of 104 respondents who are active e-wallet users and belong to Generation Z in Surakarta, Indonesia. The results indicate that perceived usefulness, ease of use, and security have a positive and significant effect on user satisfaction. Among these variables, ease of use had the most dominant influence. The coefficient of determination value of 98.4% indicates that the independent variables simultaneously explain most of the variation in user satisfaction. These findings highlight the importance of user-friendly, functional, and secure features in enhancing e-wallet satisfaction among the younger generation.*

**Keywords:** *e-wallet, user satisfaction, perceived usefulness, ease of use, security.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap kepuasan pengguna e-wallet di kalangan Generasi Z pada era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 responden yang merupakan pengguna aktif e-wallet dan termasuk dalam kategori Generasi Z di Kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Di antara ketiga variabel tersebut, kemudahan penggunaan memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna. Nilai koefisien determinasi sebesar 98,4% menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan pengguna. Temuan ini menegaskan pentingnya fitur yang mudah digunakan, bermanfaat, dan aman dalam meningkatkan kepuasan pengguna e-wallet di kalangan generasi muda.

**Kata kunci:** e-wallet, kepuasan pengguna, persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, keamanan.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan melakukan transaksi. Salah satu inovasi terbesar dalam sistem pembayaran adalah munculnya *e-wallet* atau dompet digital, yang memungkinkan transaksi nontunai dilakukan secara cepat, aman, dan efisien (Tarantang, Awwaliyah, Astuti, & Munawaroh, 2019). Di tengah meningkatnya penggunaan smartphone dan akses internet, *e-wallet* menjadi solusi praktis bagi masyarakat modern, terutama Generasi Z, yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi digital.

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital-native, yang sangat bergantung pada teknologi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Generasi Z mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam memilih layanan digital seperti

*e-wallet* (Fatimah, 2025; Mashitoh & Octafian, 2025; Rahmayanti & Kencana, 2025). Hal ini sejalan dengan laporan Bank Indonesia (2021) yang mencatat peningkatan signifikan nilai transaksi elektronik mencapai Rp35,1 triliun pada akhir 2021, meningkat 58,6% dibandingkan tahun sebelumnya.

Popularitas berbagai merek *e-wallet* seperti ShopeePay, OVO, DANA, Gopay, dan LinkAja terus meningkat di Indonesia. Keberhasilan layanan tersebut tidak hanya didasarkan pada fitur teknologi, namun juga pada tingkat kepuasan pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan menjadi determinan utama dalam membentuk kepuasan (Aini, Fitri, & Parinduri, 2024; Puji Lestari, Yulianti, Muhammad Ikhfan, & Ratnasari, 2024).

*Perceived usefulness* atau persepsi kebermanfaatan merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas pengguna. Davis pertama kali memperkenalkan konsep ini dalam model Technology Acceptance Model (Davis, 1989), yang kemudian diperluas oleh banyak peneliti, termasuk (Venkatesh, Thong, & Xu, 2016) dalam memahami perilaku adopsi teknologi digital oleh konsumen.

Selain manfaat, *perceived ease of use* juga berperan penting dalam mendorong kepuasan. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha berlebih untuk dipelajari, maka mereka akan cenderung lebih puas dan loyal terhadap layanan tersebut (Aini et al., 2024; Puji Lestari et al., 2024). Kemudahan antarmuka, navigasi intuitif, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas pengguna jangka panjang.

Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa faktor keamanan juga menjadi perhatian utama dalam penggunaan *e-wallet*. *Perceived security* menyangkut keyakinan pengguna bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka aman dari ancaman penyalahgunaan atau peretasan (Jiaxin Zhang, Luximon, & Song, 2019). Kepercayaan terhadap keamanan sistem berkontribusi besar dalam membangun loyalitas pengguna (Jiaxin Zhang et al., 2019).

Tingginya kepercayaan terhadap sistem keamanan digital berbanding lurus dengan tingkat adopsi dan kepuasan pengguna. Hal ini didukung oleh temuan (Shaikh, Glavee-Geo, & Karjaluoto, 2018) yang menyatakan bahwa aspek privasi dan keamanan menjadi kriteria penting dalam keputusan penggunaan layanan finansial berbasis teknologi, khususnya di kalangan generasi muda yang melek digital.

Di Indonesia, kemunculan *e-wallet* sangat membantu dalam mendukung transaksi digital selama pandemi COVID-19. Masyarakat mulai terbiasa bertransaksi tanpa uang tunai karena pertimbangan kesehatan dan efisiensi. ShopeePay, misalnya, mengalami lonjakan transaksi

hingga 143% di minimarket sepanjang 2021 dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena ini menandakan bahwa adopsi *e-wallet* bukan hanya tren sementara, melainkan bagian dari gaya hidup baru Generasi Z (Johan, Lukviarman, & Putra, 2022).

Namun, meningkatnya penggunaan *e-wallet* perlu dibarengi dengan pemahaman mendalam mengenai apa saja faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, agar penyedia layanan dapat menyusun strategi peningkatan kualitas secara tepat sasaran. Penelitian menunjukkan bahwa platform *e-wallet* yang sukses adalah jika mampu memberikan keseimbangan antara manfaat fungsional dan kenyamanan psikologis bagi penggunanya (Nurchahyo et al., 2023).

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness)**

Persepsi kebermanfaatan adalah keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dan efektivitas aktivitasnya. Dalam konteks *e-wallet*, kebermanfaatan mencakup kemudahan melakukan pembayaran, efisiensi waktu, serta penghematan tenaga dalam bertransaksi. Penelitian (Davis, 1989) dalam model TAM menyebut bahwa *perceived usefulness* merupakan prediktor utama dalam keputusan seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Studi (Venkatesh et al., 2016) mengembangkan konsep ini lebih jauh dengan menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dapat langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap layanan digital.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tarantang et al., 2019), ditemukan bahwa kebermanfaatan *e-wallet* sangat dirasakan oleh kalangan muda yang memiliki mobilitas tinggi. Mereka menghargai fitur seperti integrasi pembayaran, pengingat tagihan, dan histori transaksi yang rapi. Generasi Z, sebagai kelompok usia yang adaptif terhadap teknologi, menganggap manfaat praktis sebagai motivasi utama untuk tetap menggunakan *e-wallet*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa efisiensi waktu dan kemudahan operasional meningkatkan retensi pengguna (Chawla & Joshi, 2019).

Lebih lanjut, Liébana-Cabanillas et al. (2021) menyebut bahwa manfaat tidak hanya dalam bentuk fungsionalitas, tetapi juga berkaitan dengan kemudahan akses terhadap promosi dan diskon eksklusif melalui platform *e-wallet*. Dengan kata lain, kebermanfaatan juga mencakup aspek ekonomi yang dirasakan pengguna. Jika pengguna merasa aplikasi memberikan nilai tambah, maka tingkat kepuasan mereka cenderung lebih tinggi. Oleh karena

itu, kebermanfaatan perlu terus ditingkatkan oleh pengembang melalui inovasi fitur dan layanan berbasis kebutuhan konsumen.

## **2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)**

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha yang berlebihan. Penelitian (Davis, 1989) menjelaskan bahwa sistem yang mudah digunakan akan mendorong niat dan kenyamanan dalam penggunaannya. Kemudahan ini mencakup navigasi yang intuitif, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, serta pengalaman pengguna (*user experience*) yang tidak membingungkan. Pengguna cenderung memilih aplikasi dengan proses yang efisien dan tidak memerlukan bimbingan teknis yang kompleks (Agustian Wardana, Purwo Saputro, Wahyuddin, & Idris Abas, 2022; Didied, Yunitasari, & Oktavina Diah Puspita, 2022).

Penelitian (Chawla & Joshi, 2019) menekankan bahwa generasi muda sangat sensitif terhadap user interface (UI) aplikasi. Jika tampilan dan struktur aplikasi tidak menarik atau sulit dipahami, maka kemungkinan pengguna untuk meninggalkan aplikasi meningkat. Oleh karena itu, pengembang e-wallet perlu menempatkan *ease of use* sebagai prioritas utama dalam pengembangan sistem. Dalam studi kasus terhadap generasi Z di India, ditemukan bahwa antarmuka yang konsisten dan sistem pembayaran yang dapat diselesaikan dalam satu langkah meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan.

Sun dan Zhang (2006) menyebut bahwa persepsi kemudahan penggunaan juga berkaitan dengan persepsi kontrol (He, Chen, & Kitkuakul, 2018; Sun & Zhang, 2006) Jika pengguna merasa mereka memiliki kontrol penuh atas sistem—misalnya dapat membatalkan transaksi atau melacak pengeluaran dengan mudah—maka mereka cenderung merasa lebih nyaman dan percaya diri. Faktor ini penting bagi generasi Z yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam mengelola keuangan mereka secara digital. (Jiaxin Zhang et al., 2019; Wilson, Keni, & Tan, 2021; Zhang, Sun, Yang, & Wang, 2018)

## **2.3 Persepsi Keamanan (Perceived Security)**

Persepsi keamanan adalah keyakinan pengguna bahwa sistem digital dapat melindungi data pribadi, transaksi finansial, dan identitas mereka dari ancaman eksternal. Dalam konteks e-wallet, keamanan menjadi krusial karena berkaitan langsung dengan data sensitif seperti nomor rekening, password, dan riwayat transaksi. Sistem yang aman harus menjamin kerahasiaan (*confidentiality*), integritas (*integrity*), dan otentikasi (*authentication*) (Litvinov et

al., 2023; Rajkumar, Prakash, & Vennila, 2021). Jika sistem tidak memenuhi ketiga aspek ini, maka pengguna akan ragu untuk melakukan transaksi melalui platform tersebut.

Persepsi keamanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan melalui rasa percaya (trust) (Apaua & Lallie, 2022; Chiu, Bool, & Chiu, 2017; Rajkumar et al., 2021). Dalam ekosistem digital, kepercayaan adalah modal sosial yang menentukan hubungan jangka panjang antara pengguna dan platform. Studi oleh (Zhang et al., 2018) di Tiongkok menunjukkan bahwa pengguna yang merasa transaksinya aman cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap platform digital. Oleh karena itu, integrasi sistem verifikasi seperti OTP, autentikasi biometrik, dan teknologi enkripsi menjadi faktor penting dalam meningkatkan persepsi keamanan.

Keamanan juga melibatkan aspek psikologis, yaitu perasaan nyaman dan tidak cemas saat menggunakan aplikasi (Apaua & Lallie, 2022). Generasi Z sangat sadar akan isu privasi dan cenderung memilih aplikasi yang transparan dalam kebijakan perlindungan data. Jika pengguna merasa bahwa data mereka bisa dimanipulasi atau digunakan untuk tujuan yang tidak jelas, maka tingkat kepuasan akan menurun meskipun aplikasi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan bukan hanya aspek teknis, tetapi juga persepsi emosional.

#### **2.4 Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)**

Kepuasan pengguna adalah evaluasi subjektif terhadap pengalaman menggunakan produk atau layanan, yang mencerminkan kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. Dalam konteks e-wallet, kepuasan muncul ketika pengguna merasa layanan tersebut bermanfaat, mudah diakses, dan aman. Kepuasan merupakan faktor penentu utama loyalitas dan retensi pengguna dalam sistem keuangan digital (Dahiya & Singh, 2024). Jika pengguna puas, mereka akan cenderung menggunakan aplikasi tersebut secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kepuasan pengguna terbentuk dari kombinasi beberapa faktor seperti manfaat, kemudahan, keamanan, serta kualitas layanan pelanggan (Tarantang et al., 2019). Kepuasan juga dipengaruhi oleh kecepatan transaksi, keakuratan data, dan efisiensi waktu. Dalam era digital yang menuntut kecepatan dan kenyamanan, pengguna tidak hanya menilai layanan dari fungsinya, tetapi juga dari keseluruhan pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan aplikasi.

Kepuasan pengguna digital juga bersifat dinamis (Han & Anderson, 2022). Artinya, meskipun pengguna awalnya puas, ketidakpastian terhadap inovasi fitur atau perubahan

kebijakan aplikasi dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, penyedia layanan e-wallet perlu terus memantau dan menyesuaikan diri dengan ekspektasi pengguna, terutama Generasi Z yang memiliki karakteristik digital-savvy dan cepat berpindah layanan jika merasa tidak puas. Monitoring berkelanjutan terhadap kebutuhan pengguna menjadi kunci untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan di tengah persaingan pasar yang ketat.

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam studi ini adalah masyarakat Generasi Z di Surakarta yang merupakan pengguna aktif e-wallet. Sampel sebanyak 104 responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner online. Instrumen penelitian dirancang berdasarkan indikator persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan, serta kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 25 melalui uji regresi linear berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

#### **Rumus Regresi Linier Berganda:**

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

#### **Keterangan:**

**Y** = Kepuasan Pengguna (variabel dependen)

**a** = Konstanta (nilai Y saat semua X bernilai 0)

**b<sub>1</sub>** = Koefisien regresi untuk variabel **X<sub>1</sub>** (besar pengaruh **X<sub>1</sub>** terhadap Y)

**b<sub>2</sub>** = Koefisien regresi untuk variabel **X<sub>2</sub>**

**b<sub>3</sub>** = Koefisien regresi untuk variabel **X<sub>3</sub>**

**X<sub>1</sub>** = Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

**X<sub>2</sub>** = Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

**X<sub>3</sub>** = Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

**e** = Error (residual/takaran kesalahan atau faktor lain yang memengaruhi Y)

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **a. Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di kalangan Generasi Z pada era digital. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda melalui software SPSS, yang melibatkan 104 responden dari kalangan

Generasi Z di Kota Surakarta sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang mengukur empat variabel: persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), persepsi keamanan (X3), dan kepuasan pengguna (Y).

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.024	.358		.066	.947
	JKP (X1)	.324	.078	.286	4.158	.000
	JKMP (X2)	.597	.075	.612	7.992	.000
	JK (X3)	.139	.062	.102	2.224	.028

a. Dependent Variable: JKPP (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,024 + 0,324X_1 + 0,597X_2 + 0,139X_3$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna. Nilai koefisien regresi tertinggi dimiliki oleh persepsi kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,597, yang berarti bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pengguna. Disusul oleh persepsi kebermanfaatan (X1) sebesar 0,324 dan persepsi keamanan (X3) sebesar 0,139.

Tabel 2 Hasil Uji t

Model		t	sig
1	(Constant)	.066	.947
	JKP (X1)	4.158	.000
	JKMP (X2)	7.992	.000
	JK (X3)	2.224	.028

a. Dependent Variable: JKPP

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna. Nilai *t hitung* untuk persepsi kebermanfaatan adalah 4,158 dengan signifikansi 0,000, untuk kemudahan penggunaan sebesar 7,992 dengan signifikansi 0,000, dan untuk keamanan sebesar 2,224 dengan signifikansi 0,028. Seluruh nilai

signifikansi berada di bawah batas 0,05, sehingga hipotesis alternatif ( $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3$ ) diterima. Artinya, persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan semuanya berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna e-wallet.

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19648.807	3	6549.602	2149.899	.000 <sup>b</sup>
	Residual	301.601	99	3.046		
	Total	19950.408	102			

a. Dependent Variable: JKPP

b. Predictors: (Constant), JK, JKP, JKMP

Uji simultan menggunakan uji  $F$  juga menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai  $F$  hitung sebesar 2149,899 dengan signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Hal ini memperkuat temuan bahwa ketiga faktor tersebut secara kolektif memengaruhi tingkat kepuasan pengguna *e-wallet*.

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 <sup>a</sup>	.985	.984	1.745

a. Predictors: (Constant), JK, JKP, JKMP

b. Dependent Variable: JKPP

Sementara itu, hasil uji koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar **0,984** menunjukkan bahwa 98,4% variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan. Sisanya sebesar 1,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Angka ini menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki daya jelaskan yang sangat tinggi terhadap variabel kepuasan pengguna.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna, diikuti oleh persepsi kebermanfaatan dan keamanan. Ini menunjukkan bahwa Generasi Z sangat menghargai aspek



praktis dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi e-wallet. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa generasi digital-native cenderung menilai teknologi berdasarkan efisiensi dan pengalaman penggunaan yang mudah serta instan.

## **b. Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna e-wallet di kalangan Generasi Z. Ketiga variabel ini terbukti secara statistik berkontribusi besar dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Temuan ini selaras dengan berbagai studi sebelumnya (Indarso, Raffael, & Salsabilla, 2024; Puji Lestari et al., 2024).

Persepsi kebermanfaatan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa bahwa aplikasi e-wallet dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam aktivitas keuangan mereka, maka tingkat kepuasannya pun meningkat. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Davis, 1989) dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menekankan bahwa *perceived usefulness* merupakan penentu utama adopsi teknologi. Studi serupa oleh (Tarantang et al., 2019) juga menemukan bahwa manfaat fungsional dari aplikasi keuangan digital sangat memengaruhi loyalitas pengguna.

Lebih lanjut, persepsi kebermanfaatan juga mencerminkan bagaimana fitur-fitur e-wallet—seperti top-up otomatis, pencatatan transaksi, dan cashback—dapat menjadi nilai tambah bagi pengguna. Hal ini diperkuat oleh temuan Liébana-Cabanillas et al. (2021) yang menyatakan bahwa nilai utilitas langsung yang dirasakan pengguna, seperti kemudahan pembayaran dan pengelolaan finansial, akan meningkatkan kemungkinan pengguna tetap setia pada platform tersebut (Indarso et al., 2024). Dengan kata lain, kebermanfaatan berperan penting dalam menciptakan kepuasan jangka panjang.

Persepsi kemudahan penggunaan adalah variabel dengan pengaruh paling dominan dalam penelitian ini, dengan nilai koefisien tertinggi di antara ketiga variabel independen. Temuan ini mencerminkan karakteristik Generasi Z yang sangat mengutamakan kecepatan dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi digital. Mereka cenderung menghindari sistem yang rumit dan tidak intuitif. Penelitian oleh (Chawla & Joshi, 2019) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa kemudahan navigasi dan antarmuka yang sederhana merupakan kunci utama keberhasilan layanan digital.

Dalam konteks teknologi keuangan, kemudahan penggunaan tidak hanya mencakup tampilan visual, tetapi juga kemampuan pengguna untuk menyelesaikan transaksi tanpa

hambatan teknis. Park et al. (2019) menegaskan bahwa aplikasi yang mampu meminimalkan beban kognitif pengguna akan meningkatkan rasa percaya diri dan kepuasan. Oleh karena itu, pengembang aplikasi e-wallet perlu terus berinovasi dalam menyederhanakan proses transaksi agar tetap sesuai dengan ekspektasi generasi muda.

Selain dua variabel di atas, persepsi keamanan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keamanan bukan faktor utama, namun tetap menjadi prasyarat penting bagi keberlangsungan penggunaan e-wallet. Studi oleh (Laukkanen, 2017) menunjukkan bahwa rasa aman dalam bertransaksi menjadi salah satu bentuk kenyamanan psikologis yang mendasari keputusan penggunaan aplikasi finansial digital (Chhabra, 2025).

Aspek keamanan dalam e-wallet mencakup proteksi data pribadi, enkripsi transaksi, serta verifikasi ganda (misalnya OTP atau autentikasi biometrik). Menurut (Flavián & Guinalú, 2006), persepsi keamanan memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan adalah fondasi dari hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan. Pengguna yang merasa aplikasinya aman akan lebih cenderung merasa puas dan tidak ragu untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Generasi Z, meskipun dikenal adaptif terhadap teknologi, juga memiliki kesadaran tinggi terhadap isu privasi digital. Penelitian oleh (Nguyen, Nguyen, Do, & Nguyen, 2019) mengungkapkan bahwa pengguna digital modern sangat memperhatikan bagaimana data mereka dikelola oleh penyedia aplikasi. Oleh karena itu, keamanan tidak hanya harus dipastikan secara teknis, tetapi juga harus dikomunikasikan secara transparan kepada pengguna agar membangun persepsi positif.

Dari sisi statistik, hasil analisis menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki daya jelaskan yang sangat kuat, dengan adjusted R<sup>2</sup> sebesar 98,4%. Ini berarti bahwa hampir seluruh variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel yang diteliti. Temuan ini memperkuat argumen bahwa manfaat, kemudahan, dan keamanan merupakan pilar utama dalam merancang layanan teknologi finansial yang memuaskan, khususnya bagi segmen pasar digital seperti Generasi Z (Le, Vo, & Venkatesh, 2022).

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman tentang perilaku konsumen digital. Hasilnya mendukung teori dan literatur sebelumnya, sekaligus memberikan arahan praktis bagi pengembang aplikasi e-wallet dan pelaku industri fintech. Strategi pengembangan produk perlu difokuskan pada peningkatan pengalaman pengguna dengan menonjolkan fitur yang bermanfaat, antarmuka yang sederhana, serta sistem

keamanan yang kuat dan transparan. Dengan demikian, kepuasan pengguna tidak hanya tercapai, tetapi juga dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna e-wallet di kalangan Generasi Z. Dari ketiga variabel yang diuji, persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien regresi sebesar 0,597, disusul oleh persepsi kebermanfaatan sebesar 0,324, dan persepsi keamanan sebesar 0,139. Hasil uji simultan melalui analisis regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 2149,899 dan signifikansi 0,000. Selain itu, nilai koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 98,4% menunjukkan bahwa model yang digunakan sangat kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna e-wallet. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat, kemudahan, dan keamanan yang dirasakan oleh pengguna, maka tingkat kepuasan mereka terhadap layanan e-wallet juga akan meningkat secara signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Wardana, Arfi, Purwo Saputro, Edy, Wahyuddin, Muhammad, & Idris Abas, Novel. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 218(Icoebs), 386–395.
- Aini, Nur, Fitri, Annisya, & Parinduri, Khairina. (2024). *Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use , User Satisfaction , and Security Against Intentional Behavior Using GoPay E-Wallet*. 12(2), 171–180.
- Apaua, Richard, & Lallie, Harjinder Singh. (2022). *Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications*. 1–36. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/2201.03052>
- Chawla, Deepak, & Joshi, Himanshu. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chhabra, Rohit. (2025). *DIGITAL BANKING AND CUSTOMER ' S FINANCIAL PERCEPTION OF THE*. (06), 1965–1974.
- Chiu, Jason Lim, Bool, Nelson C., & Chiu, Candy Lim. (2017). Challenges and factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking services in the

Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 246–278. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2017-029>

Dahiya, Monika, & Singh, Mahipal. (2024). *Examining Customer Loyalty and Retention as Drivers of Satisfaction in Internet Banking*. 428–443.

Davis, Fred D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

Didied, Neni Meidawati, Yunitasari, Fitriyas, & Oktavina Diah Puspita. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(8), 191–201. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2060>

Fatimah, Nurul. (2025). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet , Promosi Cashback , dan*. 516–531.

Flavián, Carlos, & Guinalú, Miguel. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620. <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>

Han, Saram, & Anderson, Christopher K. (2022). The dynamic customer engagement behaviors in the customer satisfaction survey. *Decision Support Systems*, 154, 113708. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.113708>

He, Yi, Chen, Qimei, & Kitkuakul, Sakawrat. (2018). Regulatory focus and technology acceptance: Perceived ease of use and usefulness as efficacy. *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1459006>

Indarso, Andhika Octa, Raffael, Raffael, & Salsabilla, Adhira Thaskia. (2024). Literature Review: Analisis Faktor Pengaruh Kepuasan Pengguna E-Wallet Generasi Milenial dan Z. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 21(1), 22. <https://doi.org/10.36080/bit.v21i1.2711>

Jiaxin Zhang, Jiaxin, Luximon, Yan, & Song, Yao. (2019). The role of consumers' perceived security, perceived control, interface design features, and conscientiousness in

- continuous use of mobile payment services. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236843>
- Johan, Arief Prima, Lukviarman, Niki, & Putra, Rahmat Eka. (2022). Continuous intention to use e-wallets in Indonesia: The impact of e-wallets features. *Innovative Marketing*, 18(4), 74–85. [https://doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.07](https://doi.org/10.21511/im.18(4).2022.07)
- Laukkanen, Tommi. (2017). Mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042–1043. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0218>
- Le, Thanh Tiep, Vo, Xuan Vinh, & Venkatesh, V. G. (2022). Role of green innovation and supply chain management in driving sustainable corporate performance. *Journal of Cleaner Production*, 374, 133875. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133875>
- Litvinov, Egor, Llumiguano, Henry, Santofimia, Maria J., del Toro, Xavier, Villanueva, Felix J., & Rocha, Pedro. (2023). Code Integrity and Confidentiality: An Active Data Approach for Active and Healthy Ageing. *Sensors*, 23(10), 1–16. <https://doi.org/10.3390/s23104794>
- Mashitoh, Imas, & Octafian, Ray. (2025). *The Trend of Payment Method Shifts Among Gen Z from Traditional to Modern*. 3(3), 181–192.
- Nguyen, Thi Phuong Linh, Nguyen, Ke Nghia, Do, Thi Dong, & Nguyen, Thi Tuyet Mai. (2019). Knowledge sharing and innovative work behavior: The case of Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(4), 619–634. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.5.001>
- Nurchahyo, Rahmat, Prabuwono, Anton Satria, Fainusa, Akmal Fatah, Wibowo, Nurhadi, Habiburrahman, Muhammad, & Hindriyandhito, Khairi. (2023). Enhancing User Satisfaction in Indonesia's e-wallet Market: A Comprehensive Analysis of Factors and Priorities. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/8864865>
- Puji Lestari, Eka, Yulianti, Irmaya, Muhammad Ikhfan, Tengku, & Ratnasari, Endah. (2024). The Effect Of Perceived Of Usefulness And Perceived Ease Of Use On Online Purchasing Behavior With E-Wallet User Satisfaction As Intervening (Study On Millennials As E-Wallet Users In Guntur District, Demak Regency). *International Journal of Economics*, 1(2), 1–15.
- Rahmayanti, Assyifa Putri, & Kencana, Woro Harkandi. (2025). Analisis Perilaku Generasi X Dan Generasi Z Dalam Pemanfaatan Penggunaan. *IKRAITH-HUMANIORA*, 9(1), 93–118.
- Rajkumar, V., Prakash, M., & Vennila, V. (2021). Secure data sharing with confidentiality, integrity and access control in cloud environment. *Computer Systems Science and Engineering*, 40(2), 779–793. <https://doi.org/10.32604/CSSE.2022.019622>
- Shaikh, Aijaz A., Glavee-Geo, Richard, & Karjaluoto, Heikki. (2018). How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption?

*International Journal of E-Business Research*, 14(2), 39–60.  
<https://doi.org/10.4018/IJEER.2018040103>

- Sun, Heshan, & Zhang, Ping. (2006). Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618–645. <https://doi.org/10.17705/1jais.00100>
- Tarantang, Jefry, Awwaliyah, Annisa, Astuti, Maulidia, & Munawaroh, Meidinah. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4(Juli), 60–75.
- Venkatesh, Viswanath, Thong, James Y. L., & Xu, Xin. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Wilson, Nicholas, Keni, Keni, & Tan, Pauline Henriette Pattyranie. (2021). The role of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward satisfaction and trust which influence computer consumers' loyalty in china. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.32106>
- Zhang, Yali, Sun, Jun, Yang, Zhaojun, & Wang, Ying. (2018). What Makes People Actually Embrace or Shun Mobile Payment: A Cross-Culture Study. *Mobile Information Systems*, 2018. <https://doi.org/10.1155/2018/7497545>