

## PENGARUH FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM TRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI E-WALLET DANA DI KOTA MEDAN

Lody Tanady<sup>1</sup>, Jesslyn Cynthia<sup>2</sup>, Fanasha<sup>3</sup>, Eka Mayastika Sinaga<sup>4</sup>, Lasma Ria Tampubolon<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,5</sup>Universitas Prima Indonesia, <sup>4</sup>STIE Bina Karya Tebing Tinggi

email: [lodytanady19@gmail.com](mailto:lodytanady19@gmail.com)<sup>1</sup>, [jesslyncynthia9@gmail.com](mailto:jesslyncynthia9@gmail.com)<sup>2</sup>, [fanasha2131@gmail.com](mailto:fanasha2131@gmail.com)<sup>3</sup>, [mayastikasinaga@gmail.com](mailto:mayastikasinaga@gmail.com)<sup>4</sup>, [lasmariatampubolon@unprimdn.ac.id](mailto:lasmariatampubolon@unprimdn.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Fenomena peningkatan penggunaan internet dan teknologi finansial menjadi latar belakang utama penelitian ini, di mana DANA hadir sebagai salah satu solusi dompet digital, namun masih terdapat kendala dalam pemahaman pengguna terhadap fitur-fitur yang tersedia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Medan yang menggunakan aplikasi DANA. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS atau analisis regresi linier berganda (d disesuaikan dengan metode akhir Anda). Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Fitur Layanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian aplikasi DANA di Kota Medan. Secara simultan, seluruh variabel independen berkontribusi dalam membentuk persepsi pengguna untuk melakukan transaksi digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin lengkap fitur yang ditawarkan, kemudahan akses yang dirasakan, serta tingginya integritas dan kepuasan pengguna, maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai sarana transaksi nontunai (*cashless*).

Kata Kunci: Fitur Layanan, Kemudahan, Kepercayaan, Kepuasan, Keputusan Pembelian.

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of Service Features, Convenience, Trust, and Satisfaction on Purchase Decisions in transactions using the DANA e-wallet application in Medan City. The phenomenon of increasing internet and financial technology usage is the main background of this study. While DANA is present as a digital wallet solution, there are still obstacles in user understanding of the available features. The research method used is a quantitative approach. The population in this study were residents in Medan City who use the DANA application. The sampling technique used was a non-probability sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents who met the criteria. The data analysis technique used in this study was Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS software or multiple linear regression analysis (adjusted to your final method). The results of the study partially indicate that the variables Service Features, Convenience, Trust, and Satisfaction have a positive and significant influence on Purchase Decisions using the DANA application in Medan City. Simultaneously, all independent variables contribute to shaping user perceptions regarding digital transactions. These findings indicate that the more comprehensive the features offered, the*

*easier it is to access, and the higher the level of user integrity and satisfaction, the more people will decide to use the DANA app for cashless transactions.*

*Keywords: Service Features, Convenience, Trust, Satisfaction, Purchasing Decisions*

## PENDAHULUAN

Kemajuan internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya dengan jumlah yang besar. Tingginya jumlah penggunaan internet yang digunakan di smartphone dengan menggunakan sistem Android dan iOS mereka. Dari teknologi informasi yang menyebabkan adanya aplikasi yang berbasis internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan penggunaan internet tahun 2018 dengan banyak pengguna mencapai 170 juta. DANA adalah aplikasi dompet digital Indonesia yang menyediakan fitur pembayaran lengkap: scan QRIS, transfer gratis antarbank, bayar tagihan (PLN, PDAM, BPJS), beli pulsa/data, investasi emas, hingga DANA Kaget. Didukung keamanan DANA Protection, fitur ini memudahkan transaksi sehari-hari secara cashless. fitur layanan DANA sudah memiliki berbagai fitur transaksi untuk memberikan kemudahan kepada konsumen, namun fitur tersebut belum memberikan nilai yang menguntungkan kepada konsumen, hal ini masih banyak terkendala dalam proses cara penggunaan aplikasi tersebut yang banyak konsumen belum memahaminya. Berikut data yang menunjukkan perkembangan jumlah nasabah Aplikasi *E-wallet* DANA dan jumlah nasabah pengguna pada tahun 2021-2025 dapat dilihat pada Tabel 1:

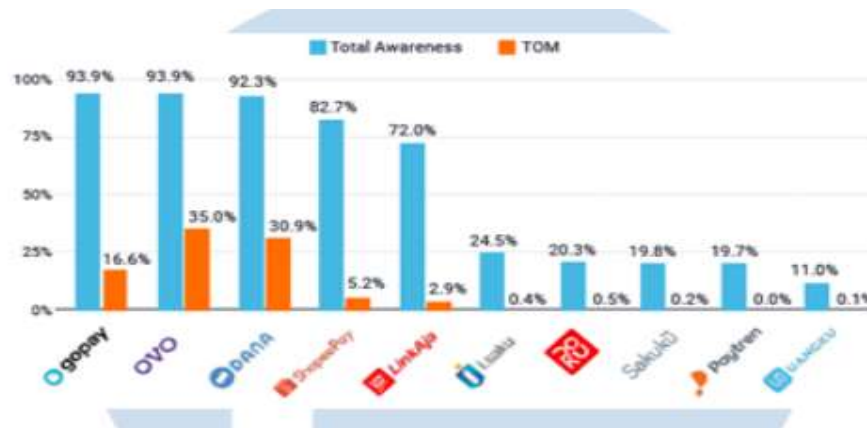
**Tabel 1 Jumlah nasabah Aplikasi *E-wallet* DANA Tahun 2021 -2025**

Tahun	Jumlah Nasabah Terdaftar	Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>E-wallet</i> DANA
2021	16.080	3.450
2022	17.490	5.492
2023	17.860	6.506
2024	18.140	7.524
2025	19.790	9.565

Sumber: Aplikasi *E-wallet* DANA, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa total jumlah nasabah Aplikasi *E-wallet* DANA mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Jumlah Aplikasi *E-wallet* DANA mencapai 5.492 nasabah pada tahun 2022, pada tahun 2023 sebanyak 6.506 nasabah, untuk tahun 2024 sebanyak 7.524 nasabah. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh Aplikasi *E-wallet* DANA, maka akan berdampak pada peningkatan nilai *market share* begitupun sebaliknya, jika strategi pemasaran buruk maka peningkatan *market share* akan mengalami penurunan.

Tingkat kepuasan pengguna aplikasi **DANA** di Indonesia berada pada kategori **puas**, meskipun masih terdapat beberapa celah antara harapan pengguna dan kinerja aplikasi di lapangan. Gambar Tingkat kepuasan nasabah dapat dilihat pada Gambar dibawah ini:



**Gambar 1 Tingkat kepuasan pengguna Aplikasi DANA**

Pada gambar 1 menampilkan grafik batang yang membandingkan tingkat "Total Awareness" (Kesadaran Total) dan "TOM" (*Top of Mind*) dari berbagai merek *e-wallet* (dompet digital) di Indonesia. Total Awareness (Batang Biru): Menunjukkan persentase responden yang mengetahui atau pernah mendengar tentang merek tersebut. TOM (Top of Mind - Batang Oranye): Menunjukkan persentase responden yang menyebutkan merek tersebut sebagai merek pertama yang terlintas di pikiran mereka ketika ditanya tentang *e-wallet*.

Poin-poin Penting dari Grafik: Pemimpin Pasar yang Dominan: Gopay, OVO, dan DANA adalah tiga pemain utama dengan tingkat kesadaran yang sangat tinggi, semuanya di atas 90%. OVO memimpin dalam kategori Top of Mind (TOM) dengan 35%, diikuti oleh DANA (30.9%). Hal ini menunjukkan bahwa OVO dan DANA adalah merek yang paling kuat menempel di benak konsumen. Gopay dan OVO memiliki tingkat Total Awareness tertinggi, yaitu sama-sama sebesar 93.9%. Ini menunjukkan jangkauan pengenalan merek yang sangat luas di masyarakat. ShopeePay dan LinkAja berada di posisi berikutnya dengan Total Awareness yang signifikan (masing-masing 82.7% dan 72.0%). Namun, TOM mereka jauh lebih rendah dibandingkan tiga besar (5.2% dan 2.9%).

Terdapat penurunan drastis dalam Total Awareness untuk merek-merek setelah LinkAja. i.saku (24.5%), Doku (20.3%), Sakuku (19.8%), Paytren (19.7%), dan UANGKU (11.0%) memiliki tingkat kesadaran yang jauh lebih rendah. Hampir semua merek di luar lima besar memiliki skor TOM yang mendekati nol (di bawah 1%), menunjukkan bahwa mereka belum berhasil menjadi merek yang pertama kali diingat oleh konsumen. Secara keseluruhan, grafik ini menggambarkan pasar *e-wallet* Indonesia yang sangat terkonsentrasi di mana beberapa merek besar (Gopay, OVO, DANA) mendominasi, sementara merek-merek lain masih berjuang untuk mendapatkan kesadaran dan posisi Top of Mind yang kuat di kalangan konsumen.

Pada saat ini *E-wallet* DANA merupakan salah satu dompet digital pendatang baru di Indonesia. Sebelum *E-wallet* DANA terdapat *E-wallet* yang lain seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan sebagainya. *E-wallet* aplikasi DANA pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 Desember 2018 yang didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri termasuk anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan kongsi bersama Ant Financial. *E-wallet* aplikasi DANA didesain untuk menjadikan transaksi nontunai dan non kartu secara digital, cepat, dan praktis

Kemudahan yang ditawarkan oleh dompet digital, seperti pembayaran tanpa kontan dan proses transaksi yang cepat, telah menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi. Ketergantungan pada kenyamanan ini, bagaimanapun, juga dapat membuka peluang untuk perilaku konsumtif yang tidak terencana (Irwandi & Asriadi, 2023). Dalam konteks kehidupan yang dinamis, kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi dapat meningkatkan tingkat impulsive buying atau pembelian tanpa perencanaan yang matang.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Fitur layanan Endriyanto, dan Indrarini (2022) menyatakan bahwa fitur layanan merupakan karakteristik suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan memiliki keunikan tersendiri yang bertujuan untuk menarik para konsumen. Shabry (2022) menyatakan bahwa fitur layanan dapat didefinisikan sebagai unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen, dimana unsur-unsur tersebut tidak berwujud karena berupa tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.

Marthauli, Mirati, dan Vidyasari (2021) menyatakan bahwa fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk. Faizah, dan Ningsih (2022) menyatakan bahwa fitur layanan ialah sarana kompetitif yang membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Abrilia (2020) menyatakan bahwa fitur layanan adalah produk yang digunakan perusahaan untuk membedakan produk fitur dari perusahaan satu dengan yang lainnya. Dengan membuktikan kepercayaan konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi baik secara online maupun offline.

Keterkaitan antara kemudahan dan kepercayaan pengguna dalam finansial teknologi dapat dilihat dari keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut dapat memberikan kontribusi positif bagi diri mereka. Kepercayaan konsumen, atau kesadaran konsumen, adalah keyakinan bahwa produk memiliki banyak kualitas dan manfaat dari berbagai kualitas tersebut. Sangat penting bagi penjual untuk memahami atribut-atribut produk yang diketahui konsumen serta atribut yang digunakan untuk mengevaluasi produk. Pengetahuan ini berguna untuk menyampaikan kepada nasabah fitur tertentu dari produk. persepsi konsumen diilustrasikan oleh atribut dan manfaat produk, serta kepercayaan konsumen terhadap produk tertentu. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen akan berbeda.

Kepuasan dipengaruhi oleh persepsi terhadap apa yang mereka terima dari produk atau layanan, dan membandingkannya dengan apa yang mereka keluarkan baik berupa waktu, uang, atau usaha ketika mereka membeli barang atau menggunakan jasa tersebut (Kantoni & Sijabat, 2023). Kepuasan adalah suatu tolak ukur antara harapan dan realitas. Tingkat kepuasan akan meningkat apabila harapan dan realitas semakin sejalan serta begitu pula sebaliknya. Jika kinerja produk tidak memenuhi harapan, merasa tidak puas atau kecewa. Jika kinerja sesuai harapan, merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi dan harapan, maka akan merasa sangat puas atau senang (Kotler & Armstrong, 2018).

Keputusan pembelian merupakan proses pemilihan konsumen terhadap satu alternatif produk dari berbagai pilihan yang tersedia berdasarkan pertimbangan rasional dan emosional (Sinaga, 2024). Proses ini mencakup lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian (Nurfauzi *et al.*, 2023). Dalam memenuhi kebutuhan tersebut konsumen akan dihadapkan dengan beberapa tahap untuk mencapai keputusan pembelinya. Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif menurut (Rahmi *et al.*, 2017).

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Menurut Steward, dkk., (2021) dalam Pavlou (2021) faktor kepercayaan dalam e-commerce adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan cara survei. Penelitian korelasional adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua

variable atau lebih. Metode penelitian merupakan suatu cara yang secara teratur untuk melaksanakan kegiatan pengumpulan, pengolahan serta analisis data secara sistematis dan objektif. Terdapat berbagai macam metode yang dapat dilakukan dalam penelitian, salah satunya pada penelitian ini menggunakan metode survei. Penelitian dengan metode survei merupakan metode untuk memperoleh gambaran tentang ciri-ciri populasi melalui penggambaran sampel (Maidiana, 2021).

Penelitian survei menggunakan beberapa pertanyaan melalui kuesioner yang dikumpulkan dari beberapa responden untuk pengambilan sampel dan dianalisis datanya. Penelitian ini dilakukan di PT Aplikasi Aplikasi *E-wallet* DANA Di Kota Medan yang terletak di Kota Medan. Waktu penelitian dan penyusunan proposal skripsi dilaksanakan dimulai sejak bulan Maret 2026 sampai dengan September 2026.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu masyarakat di kota Medan yang memiliki Aplikasi Aplikasi *E-wallet* DANA dan pernah bertransaksi minimal 1 kali dengan Aplikasi Aplikasi *E-wallet* DANA dengan jumlah populasi 1.690.

Untuk itu, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam penarikan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10%)

Populasi (N) adalah sebanyak 1.690 orang, dengan asumsi taraf kesalahan (e) sebesar 10%, maka besarnya sampel (n) adalah:

$$n = \frac{1.690}{1+1.690(0,1 \times 0,1)} = 94,41 \text{ orang} = 94 \text{ orang}$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental sampling atau Accidental Insidental tau Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya (*Independent Variable*) adalah Fitur Layanan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ) dan Kepercayaan ( $X_3$ ). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah (Y) Keputusan pembelian.

Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel terikat (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang menjelaskan yang mempengaruhi lebih dari satu variabel bebas (variabel independen). Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk memuat prediksi atau perkiraan nilai Y atas X.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model regresi linier berganda, dimana menggunakan tiga variabel bebas yaitu Fitur Layanan, Kemudahan dan Kepercayaan dengan satu variabel terikat Y, dengan permasalahan struktural sebagai berikut:

$$Y = a + X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

- A = Intercept (Konstanta)
- X<sub>1</sub> = Fitur Layanan
- X<sub>2</sub> = Kemudahan
- X<sub>3</sub> = Kepercayaan
- X<sub>4</sub> = Kepuasan
- e = error

### HASIL PENELITIAN

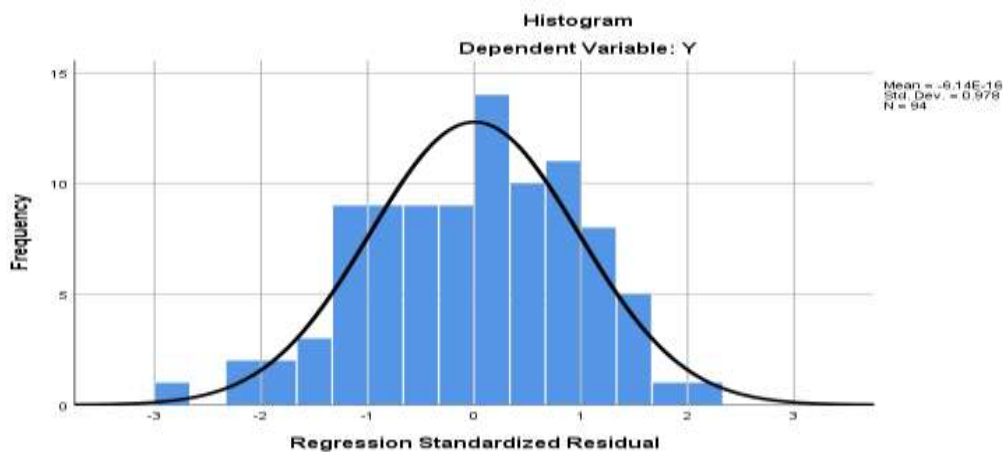
DANA merupakan dompet digital yang didesain untuk membantu transaksi non tunai dan non kartu secara digital, baik online maupun offline. Dompet digital yang satu ini banyak dipilih karena dinilai praktis dan terjamin keamanannya. DANA merupakan dompet digital yang dikembangkan oleh Perusahaan rintisan (startup) berbadan hukum yakni PT Espay Debit Indonesia Koe. Secara resmi, DANA diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital Indonesia pada 21 Maret 2018. Dengan berbasis open-platform, seperti halnya Alipay dari China, DANA digadang-gadang menjadi solusi bagi kegiatan transaksi digital non-tunai, baik secara online maupun offline. Pengujian asumsi klasik digunakan untuk mengetahui model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak. Apabila uji ini terpenuhi maka alat uji dimaksud dapat dipergunakan untuk menguji model.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah regresi telah berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat pada analisis grafik dan analisis statistik berikut ini: Pada diagram pencar hasil olah data SPSS dengan dasar pengambilan keputusan yakni jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Gambar 2:



**Gambar 2. Diagram Pencar Hasil SPSS**  
Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Gambar 2 dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.



### Gambar 3. Grafik Histogram

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Jika distribusi data residual normal, pola distribusi akan merata di sisi kiri dan sisi kanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data berdistribusi norma. Hal ini dilihat dari garis diagonal membagi dua sama rata kiri dan kanan.

Analisis statistik, yakni dengan melihat uji statistik Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Apabila hasil atau nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan nilai Asymp.sig (2-tailed) atau probabilitasnya di atas 0,05, maka data telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.59635650
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.066
		Positive	.046
		Negative	-.066
Test Statistic			.066
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Tabel 2 menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan Asy p.sig (2-tailed) sebesar 0,200 di atas 0,05 maka model yang telah diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel independent dan ini dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dengan catatan apabila  $VIF > 10$  diduga mempunyai persoalan multikolinieritas dan apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dilihat pada Tabel 3:

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF	
1	(Constant)			
	X1	.462	2.166	
	X2	.496	2.018	
	X3	.385	2.595	
	X4	.604	1.655	

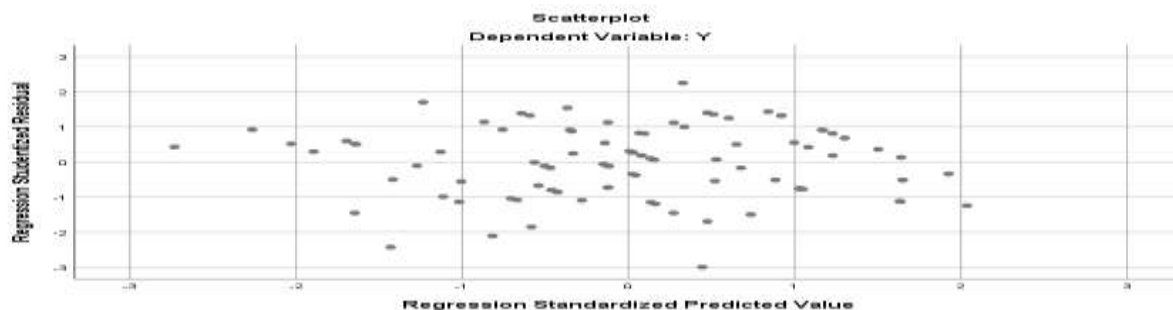
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Tabel 3 hasil variabel Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance mendekati 1. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas pada variabel yang diuji sehingga variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dalam sebuah regressi terjadi kesamaan varians residual, jika varians pengamatan tetap maka disebut homokedasitas, dan

jika berbeda disebut heteroskedastisitas, dan model yang baik tentunya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS hasil pengolahan data penelitian untuk scatter plot dengan Regression Studentized Residual dapat dilihat pada gambar 4:



**Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas**  
Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Gambar 4 terlihat titik yang menyebar yang tidak membentuk pola-pola tertentu dan tersebar baik di atas angka 0 pada sumbu Regression Studentized Residual (y) dan berdasarkan gambar tersebut maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan berdasarkan variabel independen.

### Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap variabel keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan. Berdasarkan hasil Persamaan Regresi Linear Berganda diperoleh hasil seperti Tabel 4:

**Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.452	1.520		-.955	.342
	X1	.252	.096	.212	2.609	.011
	X2	-.362	.160	-.177	-2.257	.026
	X3	.795	.108	.657	7.390	.000
	X4	.385	.122	.225	3.162	.002

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4 maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = -1,452 + 0,252 X_1 - 0,362 X_2 + 0,795 X_3 + 0,385 X_4$$

1. Nilai konstanta regresi sebesar -1,452 artinya jika fitur layanan, kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna = 0 maka keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan akan menurun sebesar -1,452 dengan memastikan variabel fitur layanan, kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna sama dengan nol.

2. Koefisien regresi  $X_1$  untuk variabel fitur layanan bernilai positif 0,252 artinya bahwa pengaruh variabel Fitur layanan searah dengan peningkatan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
3. Koefisien regresi  $X_2$  untuk variabel kemudahan bernilai positif sebesar 0,362 artinya, bahwa pengaruh variabel kemudahan searah dengan peningkatan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
4. Koefisien regresi  $X_3$  untuk variabel kepercayaan bernilai positif sebesar 0,795 artinya, bahwa pengaruh variabel kepercayaan searah dengan peningkatan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
5. Koefisien regresi  $X_4$  untuk variabel kepuasan pengguna bernilai positif sebesar 0,385 artinya, bahwa pengaruh variabel kepuasan pengguna searah dengan peningkatan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengguna mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen (Keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan) yang dapat dijelaskan oleh independen (fitur layanan, kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square, dapat dilihat pada Tabel 5:

**Tabel 5 Nilai Koefisien Determinasi (R Square)**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					Square Change	F Change
1	.854 <sup>a</sup>	.729	.716	1.632	.729	59.757

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 5 di atas nilai *adjusted R Square* adalah 0,716 artinya bahwa kemampuan variabel fitur layanan, kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna dapat menjelaskan variasi terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan adalah sebesar 71,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna dalam menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian sudah cukup kuat karena nilai yang diperoleh diatas 50%, sedangkan sisanya sebesar 28,4% dijelaskan oleh variabel independen yang tidak diteliti seperti Kemudahan dan promosi.

Uji simultan / uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat positif dan signifikansi dari variabel Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap variabel keputusan

pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan dapat dilihat pada Tabel 6:

**Tabel 6 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan / Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	636.503	4	159.126	59.757	.000 <sup>b</sup>
	Residual	236.997	89	2.663		
	Total	873.500	93			

a. Dependent Variable: Y  
 b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Tabel 6 diperoleh hasil  $F_{Hitung}$  59,757 sedangkan  $F_{Tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  dengan derajat pembilang 4 dan derajat penyebut 89 diperoleh  $F_{tabel}$  3,07 dari hasil ini diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  jadi posisi titik uji signifikansi berada pada wilayah penolakan  $H_0$  atau dapat disimpulkan  $H_1$  diterima yang artinya bahwa variabel fitur layanan, kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 7:

**Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial / Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.452	1.520		-.955	.342
	X1	.252	.096	.212	2.609	.011
	X2	-.362	.160	-.177	-2.257	.026
	X3	.795	.108	.657	7.390	.000
	X4	.385	.122	.225	3.162	.002

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (data diolah)

Pada Tabel 7 Hasil uji parsial diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai t hitung untuk variabel fitur layanan sebesar 2,609 lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,65), atau nilai sig t untuk variabel Fitur Layanan (0,011) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel fitur layanan. Dengan demikian, secara parsial Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
2. Nilai t hitung untuk variabel kemudahan sebesar -2,257 lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel (1,65), atau nilai sig t untuk variabel Kemudahan (0,026) lebih besar dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel kemudahan. Dengan demikian, secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.

3. Nilai  $t$  hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 7,390 lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel (1,65), atau nilai  $\text{sig } t$  untuk variabel kepercayaan (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$  untuk variabel kepercayaan. Dengan demikian, secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
4. Nilai  $t$  hitung untuk variabel kepuasan pengguna sebesar 3,162 lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel (1,65), atau nilai  $\text{sig } t$  untuk variabel kepuasan pengguna (0,002) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  untuk variabel kepuasan pengguna. Dengan demikian, secara parsial kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan

### **Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan**

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan menunjukkan Fitur Layanan, Kemudahan, kepercayaan dan kepuasan pengguna secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Nilai *adjusted R Square* adalah 0,716 artinya bahwa kemampuan variabel Fitur Layanan dan Kemudahan dapat menjelaskan variasi terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan adalah sebesar 71,6% sedangkan sisanya sebesar 28,4% dijelaskan oleh variabel independen yang tidak diteliti seperti produk dan promosi. Hasil riset menyimpulkan jika promosi dan fitur layanan mempunyai dampak positif dan signifikan kepada minat memakai *e-wallet* Link Saja. Nizar, dan Yusuf (2022), Secara bersama-sama variabel persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. Basalamah (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan fintech gopay. Khoir dan Soebiantoro (2022), Penelitian ini memperoleh temuan persepsi kemudahan penggunaan dan promosi bersama berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* LinkAja di kota Surabaya. Shabry (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen tokopedia di Malang Raya

### **Pengaruh fitur Layanan terhadap Keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan. Fitur Layanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan dan mendalam terhadap loyalitas. Hasil riset menyimpulkan jika promosi dan fitur layanan mempunyai dampak positif dan signifikan kepada minat memakai *e-wallet* Link Saja. Nizar, dan Yusuf (2022), Secara bersama-sama variabel persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. Basalamah (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan fintech gopay

### **Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi *E-wallet* DANA di Kota Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan secara teori dan secara nyata memberikan dampak positif dalam meningkatkan Keputusan pembelian. Hasil riset menyimpulkan jika promosi dan fitur layanan mempunyai dampak positif dan signifikan kepada minat memakai *e-wallet* Link Saja. Nizar, dan Yusuf (2022). Penelitian ini memperoleh temuan persepsi kemudahan penggunaan dan promosi bersama berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* LinkAja di kota Surabaya. Shabry (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen tokopedia di Malang Raya

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan secara teori dan secara nyata memberikan dampak positif dalam meningkatkan Keputusan pembelian. Hasil riset menyimpulkan jika promosi dan fitur layanan mempunyai dampak positif dan signifikan kepada minat memakai *e-wallet* Link Saja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan fintech gopay. Khoir dan Soebiantoro (2022), Penelitian ini memperoleh temuan persepsi kemudahan penggunaan dan promosi bersama berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* LinkAja di kota Surabaya. Shabry (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen tokopedia di Malang Raya

### **Pengaruh kepuasan pengguna terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan**

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial menunjukkan kepuasan pengguna secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan secara teori dan secara nyata kepuasan. Hasil riset menyimpulkan jika promosi dan fitur layanan mempunyai dampak positif dan signifikan kepada minat memakai *e-wallet* Link Saja. Basalamah (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan fintech gopay. Khoir dan Soebiantoro (2022), Penelitian ini memperoleh temuan persepsi kemudahan penggunaan dan promosi bersama berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* LinkAja di kota Surabaya. Shabry (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen tokopedia di Malang Raya

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
2. Secara parsial kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.
3. Secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Medan.

4. Secara parsial kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi E-Wallet DANA di Kota Medan.
5. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan menunjukkan Fitur Layanan dan Kemudahan dan kepuasan pengguna secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Dalam Transaksi Menggunakan Aplikasi E-Wallet DANA di Kota Medan.
6. Nilai *adjusted R Square* sebesar 71,6% sedangkan sisanya sebesar 28,4% dijelaskan oleh variabel independen yang tidak diteliti seperti produk dan promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aulianingrum, R., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.
- Bahri, Y. D. P. (2022). *Pengaruh E-WOM Pada Konten Media Sosial Instagram Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Ms Glow*. Universitas Pembangunan Nasional.
- Basalamah, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Structural Equation Modeling (SEM)*.
- Diansyah, et al. (2022). Perceived Usefulness dalam Adopsi Teknologi.
- Dwi, et al. (2024). Definisi Kepercayaan dalam Perilaku Konsumen.
- Endriyanto, & Indrarini. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Regresi Linier Berganda*.
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4).
- Faizah, & Ningsih. (2022). Fitur Layanan sebagai Sarana Kompetitif
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113-127.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepercayaan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwandi, & Asriadi. (2023). Pengaruh Kemudahan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif.
- Kantoni, & Sijabat. (2023). Persepsi Produk dan Layanan terhadap Kepuasan.
- Khoir, & Soebiantoro. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *Regresi Linier Berganda*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Erlangga.
- Latief, R. (2021). *Jurnalistik Sinematografi*. Jakarta: Prenada Media.
- Manunggal, et al. (2024). Kepercayaan Nasabah dan Pengetahuan Produk.
- Marthauli, Mirati, & Vidyasari. (2021). Karakteristik Produk dan Fitur.
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2018). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influence Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 756-764.
- Nguyen, H. V., et al. (2019). Organic food purchases in an emerging market. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6).

- Nizar, & Yusuf. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *Regresi Linier Berganda*.
- Nurfauzi, Y., et al. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183-188.
- Pratama, I. W. A., et al. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era 4.0*.
- Putri. (2023). Definisi dan Indikator Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Online.
- Purwianti, L., & Niawati. (2022). Analysis of e-WOM, Brand Attitude, Brand Image on Purchase Intention. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1).
- Rahmi, L. S., Cholifah, & Fattah, A. (2017). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Manajemen Benchmark*, 3(3).
- Rinta, Salas, & Sibarani. (2021). Fitur Layanan dan Transaksi Digital.
- Saputra, & Kurniadi. (2019). Tingkat Kepuasan dalam Pengembangan Sistem Informasi.
- Shabry. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Regresi Linier Berganda*.
- Sinaga, H. D. E. (2024). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Sosmed Cafe. *Senashtek*, 313-320.
- Sopiah, D., & Sangadji, E. M. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenambelas. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yunus, N. Y. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.