

PENGARUH KEPERCAYAAN, LITERASI KEUANGAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA DALAM TRANSAKSI KEUANGAN (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MULAWARMAN)

M. Mikfha Hatari¹, Tuti Wediawati²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis, Mikfha123456@gmail.com, Universitas Mulawarman

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis, tutiwediawati@gmail.com, Universitas Mulawarman

ABSTRACT

This research aims to determine the interest in using the Dana digital wallet application for financial transactions among students at Mulawarman University. This type of research uses explanatory research with a quantitative approach. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires. The sampling technique was nonprobability sampling through purposive sampling with a total of 100 respondents. Data analysis techniques used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) program. The results showed that two variables had a significant partial effect on the interest in using the Dana digital wallet, namely trust and financial literacy, while the service feature variable had an insignificant partial effect on the interest in using the Dana digital wallet. The final result found that the variables of trust, financial literacy, and service features had a significant simultaneous effect on the interest in using Dana.

Keywords: Dana, Usage Interest, Trust, Financial Literacy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan aplikasi dompet digital Dana dalam transaksi keuangan pada mahasiswa Universitas Mulawarman. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanasi (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* melalui metode *purposive sampling* dengan total responden 100 orang. Teknik analisa data menggunakan program SPSS (*Statistical Package for The Social Science*). Hasil penelitian menunjukkan 2 variabel memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat Penggunaan dompet digital Dana yakni kepercayaan dan literasi keuangan sedangkan variabel fitur layanan memiliki pengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan dompet digital Dana. Hasil terakhir yang ditemukan adalah variabel kepercayaan, literasi keuangan dan fitur layanan yang memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan Dana.

Kata Kunci : Dana, Minat Penggunaan, Kepercayaan, Literasi Keuangan

1. PENDAHULUAN

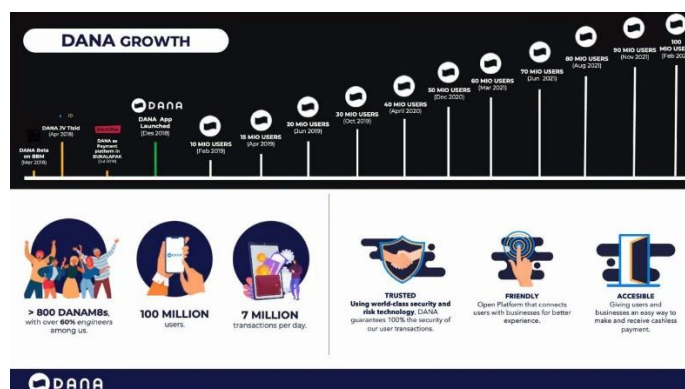
Saat ini dunia industri telah berevolusi menjadi industri 4.0, revolusi industri generasi 4.0 melibatkan antara otomatisasi dan sistem cerdas pada industri. Revolusi industri mengubah gaya hidup masyarakat atau konsumen karena efektifitas yang diberikannya contoh pada bidang transportasi hadirnya aplikasi digital seperti Gojek dan Grab, dan pada bidang jual beli seperti Lazada, Tokopedia dan Shopee (Prajanto & Pratiwi, 2019).

Hampir semua jenis indsutri yang ada di dunia tersentuh oleh transformasi digital atau TI (Teknologi Informasi) termasuk pada industri keuangan. Pada industri keuangan dapat ditemukan berbagai bentuk financial technology (fintech) bisnis berlatar teknologi kreatif dan inovatif mulai bermunculan menciptakan sebuah sistem transaksi elektronik atau disebut fintech sebuah sistem transaksi elektronik yang bekakangan ini ramai digunakan oleh masyarakat pengguna teknologi dan media. (Nadia, 2020) Financial technology adalah kepanjangan dari fintech atau dalam Bahasa Indonesia adalah teknologi keuangan. Financial technology adalah sebuah terobosan dalam industri keuangan dan teknologi yang membantu menghubungkan antara sektor finansial kepada pengguna. Fintech memiliki potensi yang tinggi untuk menjadi salah satu solusi masalah di era saat ini, dimana masyarakat lebih tergantung terhadap penggunaan teknologi hal ini pun menjadi pengaruh meningkatnya industri Fintech. (Suharyati & Sofyan, 2019) Fintech memiliki segmen yang beragam salah satunya segmen pembayaran yaitu dompet digital.

Dompot digital (e-wallet) merupakan alat pembayaran digital yang dapat menyimpan, memproses, dan menerima dalam rupa informasi digital, tanpa mengubah atau mengurangi dari nilai mata uang yang dikelolanya. Dompot digital hadir dengan menambahkan lebih banyak manfaat dan efisiensi dengan teknologi terkini yang dapat digunakan oleh semua kalangan. (Megadewandanu, 2016) Munculnya alternatif pembayaran yang dilakukan secara non tunai mulai mengganti fungsi pembayaran secara tunai hal ini didukung oleh kebutuhan masyarakat yang menginginkan proses transaksi keuangan yang memiliki keamanan, efektifitas, cepat dan praktis. (Turnip, 2022).

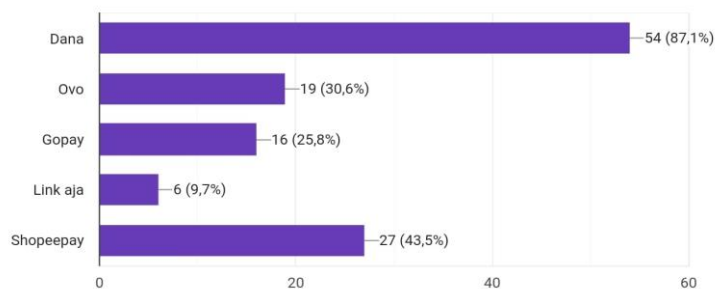
Selain atas kelebihan dan manfaat yang diberikan oleh Dompot digital (e-wallet) jumlah pengguna internet yang terus meningkat dan pandemi covid juga berperan dalam meningkatnya penggunaan dan popularitas Dompot digital di Indonesia, pengguna internet di Indonesia tahun 2023 per januari telah mencapai 213 juta orang setara dengan 77% jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 276,4 juta orang dan atas dampak pandemic Covid 19 yang merebak di Indonesia sekitar 44% pengguna baru meningkat drastis menggunakan Dompot digital di tahun 2020, dalam kurun waktu tiga sampai 5 tahun sebelumnya pengguna Dompotdigital hanya sekitar 10 persen (Aji Cakti, 2021). Menurut Tempo.co nilai transaksi bulanan Dompot digital tembus hingga 35.1 Triliun, tumbuh 58.6% dalam satu tahun terakhir Dari banyaknya dompot digital yang tersedia di Indonesia ada empat aplikasi dompot digital terbesar dengan pengguna aktif bulanan terbanyak yaitu Gopay sebagai Dompot digital nomor satu, Ovo, Dana diposisi ke tiga dan Linkaja. (Devita, 2020).

Diantara empat aplikasi dompot digital terbesar di Indonesia Dana bisa dibilang adalah pendatang baru, aplikasi Dana lahir pada 5 Desember 2018 yang didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri yang merupakan anak usaha PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek) dan berbagi bersama Ant Financial. Dana memungkinkan pengguna untuk melakukan banyak jenis transaksi: pembayaran pada toko online (e-commerce), pembayaran pada toko offline dan pembayaran tiket elektronik atas beragamnya keunggulan yang diberikan Dana mengakibatkan meluasnya pemakai Dana pada lapisan masyarakat. (Pratiwi & Nuryana, 2021)



Gambar 1. Fitur dan Jumlah Pengguna Dana di Setiap Tahun
Sumber : Teknogav (2022)

Dan menurut data dari Head of Communications DANA Indonesia Sharon Issabella, Dana menulis peningkatan positif pada 2023 yang mana kini jumlah pemakai telah menyentuh 150 juta, Sementara itu, peningkatan jumlah rata rata transaksi mencapai 137% dibandingkan tahun lalu. (Destya, 2023) Atas pengguna Dana yang terus meningkat setiap tahunnya, peneliti tertarik untuk melihat fenomena peningkatan ini di kalangan anak muda khususnya pada Mahasiswa Universitas Mulawarman dan data menunjukkan



Gambar 2. Data Pengguna Dana pada mahasiswa Universitas Mulawarman
Sumber : Prasurvei (2023)

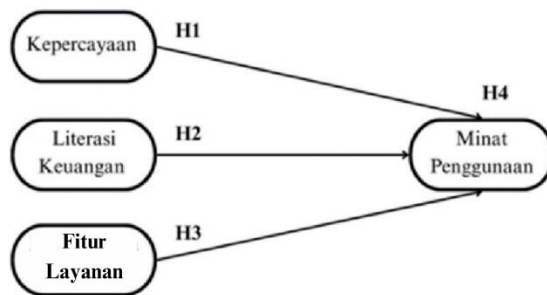
Bahwa dari 62 responden yang mengisi pra survei, Dana menjadi dompet digital terbanyak digunakan sejumlah 54 (87,1) pengguna dan disusul Shopeepay sebanyak 27 (43,5) pengguna. Ini menunjukkan minat anak muda khususnya pada Mahasiswa Universitas Mulawarman terhadap Dana cukup positif. Dompet digital Dana dan mahasiswa Universitas Mulawarman adalah objek pada penelitian ini. Menurut Momentum Works ada dua jenis Dompet digital yaitu aplikasi independent seperti Ovo, Dana, Linkaja dan aplikasi yang tertanam di ekosistem seperti Gopay dan Shopeepay adalah aplikasi Dompet digital yang tertanam di ekosistem, memiliki keuntungan yang lebih baik karena memiliki peluang yang lebih besar dalam mendapatkan pengguna baru dan volume transaksi yang tinggi karena dipengaruhi aplikasi induknya, contohnya Gopay 70% transaksi Gopay yang bernilai US\$6,3 berasal dari pembayaran transaksi Gojek (Cnbc, 2019). Sedangkan Dana adalah Aplikasi Dompet digital independent yang tidak terikat dengan ekosistem manapun, Dana juga bisa dikatakan aplikasi Dompet digital pendatang baru yang muncul pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan pesaingnya Gopay dan Ovo namun Dana mampu konsisten berada di 3 besar top Dompet digital terbesar di Indonesia bahkan pada Q4 2019 Dana sempat menggeser Ovo yang berada di peringkat ke dua dalam jumlah unduhan walaupun hal itu terjadi hanya di satu kuartal saja (Devita, 2020). Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan Dana.

Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dapat diartikan sebagai kepercayaan pengguna bahwa transaksi pembayaran digital akan diproses sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna teknologi. Kepercayaan menurut Refha Febriana Setiawan (2020) adalah keyakinan yang mampu membuat seseorang untuk secara sukarela menjadi pengguna pelayanan setelah memperhatikan sifat karakter pelayanan tersebut. Saat suatu penyedia layanan bisa memberikan rasa percaya kepada penggunanya dan memberikan efisiensi dan manfaat ketika dipakai dalam keseharian pengguna, ada kemungkinan layanan tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Pada penelitian yang dilakukan oleh Gustiana & Agustina (2023) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan Dana. Sedangkan pada penelitian lain yang dilakukan Habibi & Zaky (2014) Kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan mobile banking syariah dan penelitian yang dilakukan oleh Shomad & Esario (2012) yang mana menunjukkan Kepercayaan tidak memberikan pengaruh terhadap Minat Penggunaan E-Commerce. Perbedaan ini mungkin bisa disebabkan karena pengguna E-Commerce telah mengetahui betul cara kerja penjualan dan pengiriman barang sehingga rasa cemas yang ditimbulkan akan sangat sedikit.

Selain faktor Kepercayaan, ada faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Dana yaitu Literasi Keuangan, karena pengelolaan keuangan dan bagaimana cara penggunaan dompet digital yang baik memerlukan literasi keuangan yang baik pula. Menurut Latifiana (2017) Literasi Keuangan merupakan skill atau kemampuan individu yang melibatkan pengetahuan seseorang dan pengalaman untuk mengelola keuangan pribadinya bertujuan agar terjadinya kesejahteraan. Pengaruh Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan juga dibuktikan oleh penelitian Roska (2021) dimana Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan dompet digital pada Mahasiswa akuntansi se-Bali. Namun pada penelitian milik Viana et al., (2022) menunjukkan Literasi Keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap berinvestasi Generasi Z. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian ini dipengaruhi karena responden pada penelitian ini belum memiliki pekerjaan atau penghasilan sendiri, adapun penghasilan yang diperoleh saat ini dipergunakan untuk pemenuhan kebutuhan pokok dan belum memahami tentang prosedur dan sistem berinvestasi di pasar modal.

Selain faktor Kepercayaan dan Literasi Keuangan ada faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi Minat Penggunaan Dana yaitu Fitur Layanan, Fitur Layanan akan menjadi pertimbangan seseorang dalam menggunakan dompet digital karena Fitur Layanan adalah bentuk pelayanan yang dapat menjadi pembeda sebuah layanan dari layanan lainnya menurut Salma (2023) Fitur Layanan dapat menjadi solusi efektif untuk sebuah perusahaan penyedia layanan agar terus menjadi yang terdepan dari para pesaingnya dengan mengadaptasi fitur-fitur menarik dan terbaru. Dana. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al., (2015) menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card pada pengguna jasa commuteline di Jakarta. Namun penelitian yang dilakukan oleh Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani (2020) ditemukan bahwa Fitur Layanan tidak memberikan pengaruh terhadap Minat Penggunaan E-Money. Adanya perbedaan lokasi, hasil, populasi dan objek pada dua penelitian mengenai Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan.

Atas fenomena dan perbedaan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian "Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital Dana Dalam Transaksi Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman)"



Gambar 3. Model Penelitian
 Sumber : Data Penelitian (2024)

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keteguhan individu kepada hal yang diketahui sehingga menumbuhkan pemikiran negatif dan positif pada sebuah objek . (sumadi et al., 2022) Kepercayaan adalah sebuah keteguhan dari suatu pihak kepada pihak lainnya pada hubungan antara dua pihak atas keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan bertanggung jawab atas semua kewajiban sesuai yang diharapkan. kepercayaan diartikan seperti kesediaan individu untuk bergantung kepada rekan bisnisnya, karena rekan bisnis tersebut dianggap mempunyai kredibilitas dan integritas. Kepercayaan adalah keyakinan pelanggan atas sekumpulan janji yang ditawarkan perusahaan untuk pelanggan bisa percaya dan menambahkan keuntungan satu sama lain mengacu pada perusahaan. Adapun indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:

1. **Kehandalan**
 Adalah kekonsistenan oleh seangkaian pengukuran. Keandalan dimaksudkan untuk menilai kekonsistennan suatu perusahaan dalam mengelola usaha dari dulu sampai hingga saat ini.
2. **Kejujuran**
 Adalah cara sebuah perusahaan mempromosikan produk atau jasa sesuai dengan informasi yang di pasarkan oleh perusahaan kepada konsumennya secara transparan.
3. **Kepedulian**
 Adalah usaha perusahaan untuk melayani dengan baik konsumennya, senantiasas menerima berbagai keluhan yang dimiliki konsumen dan terus membuat konsumen merasa diprioritaskan

2.1.1. Literasi Keuangan

Individu yang mempunyai pemahaman yang cukup mengenai keuangan akan terbantu jika individu tersebut terjebak didalam situasi yang mengharuskannya menentukan jenis produk keuangan yang terbaik agar memaksimalkan hasil investasinya. Sedikitnya pemahaman individu pada keuangan akan memunculkan beberapa persoalan keuangan seperti, terjadinya pemborosan dalam konsumsi kebutuhan akibat perkembangan perekonomian, terhambatnya akses ke pasar keuangan untuk melakukan investasi. Adapun indikator literasi keuangan antara lain:

1. *Behaviour*
 Adalah kondisi dimana individu bertindak sebagai dirinya sendiri pada saat merencanakan keuangan miliknya selaras dengan kebutuhan dari berbagai macam produk yang diperlihatkan lembaga keuangan.
2. *Skills*
 Keahlian dalam menterjemahkan pengetahuan keuangan ke dalam praktik aplikasi keuangan.
3. *Knowledge*
 Hal yang diperlukan seseorang dalam meningkatkan literasi keuangan dirinya adalah pengetahuan keuangan. Pengetahuan keuangan adalah bagaimana seseorang bisa mengelola keuangan dan mengetahui teknik penggunaan aplikasi keuangan agar meningkatkan pemahaman dan apresiasi kepada keuangan.
4. *Attitude*
 Sikap adalah salah satu hal yang berkontribusi secara strategis untuk sebuah kesuksesan ataupun kegagalan seseorang. Sikap adalah mental dan tingkat dari kesiapan. Cakupan dari sikap adalah mental dan tingkat kesiapan (seberapa siap seseorang) mengatur respon atas semua objek dan situasi yang berhubungan dengan keuangan melalui pengalaman keuangan (Financial experiences).

2.1.2. Fitur Layanan

Fitur adalah perwujudan karakteristik yang menambah fungsi dasar sebuah layanan. Fitur dapat menjadi alasan seseorang untuk mersedialah memilih sebuah layanan, maka bagi perusahaan fitur sangatlah penting dalam mendefinisikan produk mereka dengan layanan pesaing. Ada beberapa hal yang dapat menjadi indikator ketersediaan fitur (feature availability) yaitu, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, inovasi produk dan kemudahan mengakses informasi mengenai jasa dan produk. (Wibowo et al., 2015). menurut Tjiptono (1997) fitur adalah bagian bagian pokok yang terdapat dalam sebuah jasa atau produk yang ditawarkan pada sebuah paket layanan dan produk Adapun indikator fitur layanan adalah:

1. Akses informasi
Tentang produk atau layanan mudah didapatkan. Fungsi layanan perlu memberikan rasa kemudahan kepada pengguna bertujuan untuk informasi.
2. Keberagaman Fitur
Fitur yang beragam, atas fungsinya yang banyak diperlukan juga serangkaian fitur yang memiliki kuantitas dan kualitas
3. Inovasi Produk
Inovasi produk dan penambahan fitur sebagai bentuk usaha dalam meningkatkan minat pengguna.

2.1.3. Minat Penggunaan

Minat adalah sebuah pertimbangan perbuatan yang bila mana terjadi waktu dan kesempatan yang cocok akan dilaksanakan dalam wujud Tindakan. Minat didefinisikan ketertarikan dan rasa suka kepada suatu kegiatan atau hal, tanpa ada suruhan dari luar. Minat dasarnya adalah penerimaan pada hubungan antara diri sendiri kepada hal di luar diri (eksternal). Adapun indikator minat penggunaan antara lain:

1. *Repurchase intentions*
adalah konsumen memiliki niat untuk melakukan pembayaran dan memanfaatkan fitur Dana lain nya secara berulang.
2. *Positive word-of mouth communication*
adalah konsumen memberikan rekomendasi dan reputasi positif mengenai Dana kepada konsumen yang lain.
3. *Service quality*
adalah konsumen telah merasa dan menilai kualitas pelayanan yang dimiliki aplikasi Dana telah baik.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pada Kepercayaan, Literasi Keuangan dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan dompet digital Dana pada Mahasiswa Universitas Mulawarman. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mulawarman dan sampel pada penelitian ini adalah pengguna dompet digital Dana. Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner, penyebaran kuesioner dilakukan secara daring dan luring. secara daring menggunakan media social seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. dan secara luring dengan cara menemui dan mewawancarai secara langsung. Metode yang digunakan untuk penentuan sampel adalah purposive sampling dan didapatkan responden sebanyak 100 responden. Alat ataupun uji yang digunakan dalam menguji instrumen penelitian yaitu uji validitas, uji realibilitas, dan teknik analisis regresi linear berganda..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan sebagai sesi pembuktian atas apa yang ditemukan peneliti pada saat penelitian dan melihat secara keseluruhan hasil penemuan dengan apa yang telah dirumuskan pada hipotesis yang dimiliki peneliti. Penelitian penelitian terdahulu akan dipakai guna melihat apakah hasil penelitian penelitian terdahulu tersebut menolak atau mendukung dengan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini.

4.1 Hipotesis 1 Kepercayaan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Penggunaan (Y) dompet digital Dana dalam transaksi keuangan

Kepercayaan mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,007 yang mana lebih kecil dari $<0,05$ dan nilai Thitung yang didapatkan senilai 2.739 lebih tinggi dari Ttabel yaitu 1.661. berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan hasil temuan lapangan pengguna merasa hal yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap Dana adalah karena pengguna merasa Dana konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik, dan pengguna merasa puas atas keamanan yang diberikan oleh layanan dompet digital Dana baik keamanan

data pribadi maupun keamanan finansial. Pada indikator kejujuran responden merasa puas atas apa yang diberikan oleh Dana sebagai contoh adanya kesamaan atas apa yang dipromosikan dan yang diberikan kepada penggunaannya saat meng-klaim promosi yang diberikan oleh Dana.

4.2 Hipotesis 2 Literasi Keuangan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Penggunaan (Y) dompet digital Dana dalam transaksi keuangan

Literasi Keuangan mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari $<0,05$ dan nilai Thitung yang didapatkan sebesar 6.607 lebih tinggi dari Ttabel yaitu 1.661. berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan hasil temuan lapangan seseorang yang memiliki Literasi Keuangan yang baik akan memiliki pemahaman konsep keuangan yang baik pula mengenai risiko dan manfaat dalam pengoperasian atau penggunaan Dana. Hal lain yang juga mendorong Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan adalah orang yang memiliki Literasi Keuangan yang baik akan memiliki kesadaran tentang manfaat finansial sehingga menambah minat penggunaan seseorang selain itu individu yang lebih sering bersentuhan atau akrab dengan konsep pengelolaan keuangan lebih mampu melihat nilai tambah, efisiensi dan kemudahan yang diberikan oleh Dana.

4.3 Hipotesis 3 Fitur Layanan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Penggunaan (Y) dompet digital Dana dalam transaksi keuangan

Fitur Layanan mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,681 yang mana lebih besar dari $>0,05$ dan nilai Thitung yang didapatkan sebesar 0.413 lebih kecil dari Ttabel yaitu 1.661. berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan hasil temuan lapangan responden berpendapat bahwa mereka masih kesulitan dalam memanfaatkan dan menggunakan fitur layanan yang ada pada Dana selain itu fitur layanan yang ada pada Dana telah tersedia pada dompet digital lainnya, dan setiap dompet digital telah memiliki fitur layanan yang kerap mirip dan telah sama sama stabil pelayanannya sehingga fitur layanan bukan lagi hal yang cukup dipertimbangkan atau tidak terlalu berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan Dana.

4.4 Hipotesis 4 Kepercayaan (X1), Literasi Keuangan (X2), Fitur Layanan (X3), berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Penggunaan (Y) dompet digital Dana dalam transaksi keuangan

Atas hasil uji simultan didapatkan hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $<0,05$ dan didapatkan Fhitung sebesar 86.227 lebih besar dari Ftabel >2.700 berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa kepercayaan, literasi keuangan, dan fitur layanan berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan Dana dalam transaksi keuangan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan, literasi keuangan dan fitur layanan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana pada transaksi keuangan Mahasiswa Universitas Mulawarman. Berdasarkan pembahasan yang diterangkan maka bisa disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana. Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan dan kepercayaan, literasi keuangan dan fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan Dana.

Peneliti menyarankan agar Dana dapat meningkatkan inovasi atas layanan yang diberikan kepada penggunanya, menjaga performa pelayanan sehingga rasa percaya kepada layanan Dana terus terjaga dan Dana memberikan edukasi literasi keuangan dan literasi mengenai fitur dan layanan yang dimiliki oleh Dana. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan hasil penelitian maupun variabel penelitian dengan cakupan penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aji Cakti. (2021). Studi: Pengguna dompet digital meningkat drastis di masa Covid-19. <https://www.antaraneews.com/berita/2022936/studi-pengguna-dompet-digital-meningkat-drastis-di-masa-covid-19> diakses pada 9 Desember 2022
- [2] CNBC. (2019). Daftar 10 Dompet Digital Terpopuler di RI, Siapa Jawaranya? <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190815104730-37-92151/daftar-10-dompet-digital-terpopuler-di-ri-siapa-jawaranya>

- [3] Destya, V. (2023). Industri Dompot Digital Tetap Catatkan Pertumbuhan Positif pada 2023. <https://keuangan.kontan.co.id/news/industri-dompot-digital-tetap-catatkan-pertumbuhan-positif-pada-2023#:~:text=DANA Indonesia mencatatkan pertumbuhan yang,150 juta di tahun 2023.>
- [4] Devita, V. D. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. Iprice. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- [5] Gustiana, R., & Agustina, R. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.
- [6] Latifiana, D. (2017). STUDI LITERASI KEUANGAN PENGELOLA USAHA KECIL MENENGAH (UKM). <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snpe/article/view/10635>
- [7] MEGADEWANDANU, S. (2016). ADOPTSI TEKNOLOGI MOBILE WALLET DI INDONESIA MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. <http://e-journal.uajy.ac.id/11081/>
- [8] Mozes, A. (2022). Utamakan Pengalaman Transaksi Digital, DANA Raih Pencapaian Positif. <https://www.teknogav.com/2022/01/pencapaian-dana-ewallet-2021.html>
- [9] Nadia, A. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH DANA (Studi pada pengguna Dana di Wilayah Jakarta Utara). <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2309>
- [10] Prajanto, A., & Pratiwi, R. D. (2019). REVOLUSI INDUSTRI 4.0: DESAIN PERKEMBANGAN TRANSAKSI DAN SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/187>
- [11] Pratiwi, D. S., & Nuryana, I. K. D. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/43436>
- [12] Refha Febriana Setiawan. (2020). Analysis of Factors Affecting the Interest of People to Use DANA Application Using Principal Component Analysis Method (PCA). *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*. <http://irjaes.com/wp-content/uploads/2020/10/IRJAES-V5N1P230Y20.pdf>
- [13] Roska, W. C. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengalaman Menggunakan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet.
- [14] Salma, R. K. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan BSI Mobile (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang).
- [15] Suharyati, S., & Sofyan, P. (2019). EDUKASI FINTECH BAGI MASYARAKAT DESA BOJONG SEMPU BOGOR. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2880>
- [16] Turnip, R. (2022). PENGARUH E-PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA. *Repository Unja*.
- [17] Umaningsih, W. P., & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- [18] Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY CARD (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>