

ANALISIS STATISTIK TINGKAT KEPUASAN DAN PREFERENSI PENGGUNA TERHADAP APLIKASI DOMPET DIGITAL DI KAWASAN JABODETABEK

Ezar Virwan Harits Ramadhan¹, Widarto Rachbini²
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
E-mail: ezarvhr0111@gmail.com

ABSTRACT

The rapid growth of digital technology has significantly transformed consumer behavior, especially in the realm of digital wallet applications. This study aims to analyze the level of user satisfaction and preferences towards digital wallet applications in the JABODETABEK region. A quantitative method was employed, using a survey approach involving 30 active users of various e-wallet applications. The data were analyzed using simple linear regression, ANOVA, and normality tests to determine the extent to which factors like recommendations influence user satisfaction. The results indicate that user recommendations significantly impact user satisfaction. These findings confirm that user perception and willingness to recommend are key determinants in shaping the overall satisfaction with digital wallet applications. This study is expected to contribute to digital wallet developers in optimizing their features and marketing strategies to enhance user satisfaction and expand their user base.

Keywords: User Satisfaction, Digital Wallet, User Recommendation.

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi digital telah secara signifikan mengubah perilaku konsumen, khususnya dalam penggunaan aplikasi dompet digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan dan preferensi pengguna terhadap aplikasi dompet digital di kawasan JABODETABEK. Metode kuantitatif digunakan dengan pendekatan survei yang melibatkan 30 pengguna aktif berbagai aplikasi e-wallet. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, ANOVA, dan uji normalitas untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor seperti rekomendasi memengaruhi kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rekomendasi pengguna secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pengguna dan kemauan untuk merekomendasikan adalah penentu utama dalam membentuk kepuasan keseluruhan terhadap aplikasi dompet digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang aplikasi dompet digital dalam mengoptimalkan fitur dan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan memperluas basis pengguna.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, Dompet Digital, Rekomendasi Pengguna

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No
235

Prefix DOI :

[10.8734/Kohesi.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet dan aplikasi *mobile* telah membawa perubahan besar dalam perilaku konsumen, termasuk dalam penggunaan dompet digital atau *e-wallet*. Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* semakin diminati dan digunakan oleh jutaan pengguna, terutama di kawasan perkotaan. Tren ini sejalan dengan fenomena global di mana pembayaran digital terus meningkat. Salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* adalah tingkat kepuasan dan preferensi pengguna.

Fenomena pemasaran berbasis reputasi (*reputation marketing*) turut menguatkan pentingnya evaluasi digital. Studi menunjukkan bahwa peningkatan satu bintang dalam rating dapat meningkatkan pendapatan hingga 5-9% (Tobing, Hoesin, and Subagja 2022). Banyaknya ulasan dan penilaian juga menciptakan *social influence bias*, yaitu kecenderungan konsumen dipengaruhi oleh evaluasi sebelumnya (Giacomini et al. 2023)

Menurut (Jatmiko, A. & Susanto 2020), "Kepuasan pengguna merupakan indikator utama keberhasilan suatu aplikasi, yang tidak hanya mendorong penggunaan berulang tetapi juga rekomendasi kepada orang lain." Ini menunjukkan pentingnya kepuasan dalam adopsi dan penyebaran aplikasi dompet digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dan kesediaan untuk merekomendasikan aplikasi memiliki dampak signifikan terhadap adopsi dan loyalitas pengguna. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian di Indonesia mengenai dampak kuantitatif dari rekomendasi pengguna terhadap tingkat kepuasan dan preferensi pengguna aplikasi dompet digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana terhadap data survei dari pengguna aktif aplikasi *e-wallet* di JABODETABEK. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengukur sejauh mana rekomendasi memengaruhi kepuasan pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan penggunaan ulang menjadi topik penting dalam studi pemasaran, terutama dalam konteks *e-commerce* yang terus berkembang. Berbagai teori menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga mendorong niat untuk melakukan penggunaan ulang. Loyalitas yang terbentuk dari pengalaman positif konsumen memainkan peran strategis dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan nilai jangka panjang bagi penyedia layanan. Penelitian sebelumnya mendukung adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan dan intensi untuk merekomendasikan, sehingga pemahaman terhadap keterkaitan keduanya menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di era digital saat ini.



1. Perilaku Konsumen dalam Era Digital

Perilaku konsumen merupakan serangkaian proses psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan penggunaan individu maupun kelompok. Dalam konteks ekonomi digital, perilaku ini dipengaruhi oleh interaksi digital melalui media sosial, ulasan *online*, dan informasi yang tersedia secara *real-time* pada platform digital. "Konsumen modern sangat bergantung pada informasi digital dan rekomendasi dari sesama pengguna dalam membuat keputusan pembelian atau penggunaan layanan" (Pratiwi, N. & Setiawan 2022)

2. Rekomendasi sebagai Stimulus Konsumen

Rekomendasi dari keluarga maupun teman berfungsi sebagai stimulus eksternal yang dapat memengaruhi proses kognitif konsumen dalam pengambilan keputusan. Penelitian menunjukkan bahwa rekomendasi yang menarik dan relevan secara digital dapat mendorong konsumen untuk menggunakan atau merekomendasikan aplikasi lebih lanjut. "Word-of-mouth (WOM) elektronik, termasuk rekomendasi online, telah terbukti menjadi salah satu faktor paling persuasif dalam keputusan pembelian konsumen di era digital" (Chen, J. & Yen 2020)

3. Pengaruh Rekomendasi terhadap Kepuasan Pengguna

Rekomendasi memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan dompet digital. Konsumen cenderung mengikuti evaluasi yang diberikan pengguna sebelumnya, suatu fenomena yang dikenal sebagai *social influence bias*. Studi menunjukkan bahwa rekomendasi positif secara langsung berkorelasi dengan peningkatan kepuasan dan penggunaan aplikasi. "Ketika seorang pengguna merasa puas dengan suatu produk atau layanan, mereka lebih cenderung untuk merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan calon pengguna baru" (Rust, R. T. & Oliver 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif untuk mengetahui pengaruh rekomendasi terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital di Indonesia. Sampel sebanyak 30 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengguna aktif aplikasi *e-wallet* di kawasan JABODETABEK. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dengan skala Likert 1-5, sementara data dianalisis menggunakan software SPSS. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, uji t untuk mengukur signifikansi pengaruh, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel rekomendasi terhadap kepuasan pengguna. Model regresi linier sederhana yang digunakan adalah $Y=a+bX+e$, di mana Y adalah kepuasan pengguna, X adalah rekomendasi, a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi, dan e adalah *error*.



HASIL PEMBAHASAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.405	.361	.553

a. Predictors: (Constant), Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman, Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline

b. Dependent Variable: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi e-wallet pilihan saya

Variabel Dependen: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi e-wallet pilihan saya *Variabel Independen:* Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman, Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline

Hipotesis:

1. **H₀ (Hipotesis nol):** Rekomendasi aplikasi *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
2. **H₁ (Hipotesis alternatif):** Rekomendasi aplikasi *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Interpretasi Hasil Model Summary:

- **Nilai R (0,637):** Koefisien korelasi ini menunjukkan adanya hubungan yang moderat dan positif antara variabel independen (rekomendasi) dan variabel dependen (kepuasan pengguna). Nilai 0,637 mendekati 1, menunjukkan korelasi yang cukup kuat.
- **R Square (0,405):** Koefisien determinasi sebesar 0,405 berarti 40,5% variasi tingkat kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel rekomendasi. Sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Ini menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang cukup baik.
- **Adjusted R Square (0,361):** Setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dan ukuran sampel, nilai Adjusted R Square sebesar 0,361 berarti sekitar 36,1% variansi kepuasan pengguna masih dapat dijelaskan oleh rekomendasi. Perbedaan kecil antara R Square dan Adjusted R Square menunjukkan bahwa model tidak mengalami *overfitting* dan cukup stabil.



- **Std. Error of the Estimate (0,553):** Ini adalah standar galat estimasi, yaitu ukuran seberapa jauh nilai aktual dari kepuasan pengguna menyimpang dari nilai yang diprediksi oleh model. Nilai 0,553 menunjukkan akurasi prediksi model yang cukup baik, dengan deviasi moderat.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.621	2	2.811	9.204	<,001 ^b
	Residual	8.245	27	.305		
	Total	13.867	29			

a. Dependent Variable: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi e-wallet pilihan saya

b. Predictors: (Constant), Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman, Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline

Variabel Dependen: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi e-wallet pilihan saya
Variabel Independen: Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman, Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline

Hipotesis:

1. **H₀ (Hipotesis nol):** Rekomendasi aplikasi *e-wallet* tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
2. **H₁ (Hipotesis alternatif):** Rekomendasi aplikasi *e-wallet* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Interpretasi Hasil ANOVA:

- **Regression Sum of Squares (5.621):** Menunjukkan jumlah variasi dalam variabel dependen (kepuasan pengguna) yang dapat dijelaskan oleh model regresi (rekomendasi).
- **Residual Sum of Squares (8.245):** Ini adalah jumlah variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model atau kesalahan prediksi.
- **Total Sum of Squares (13.867):** Merupakan total variasi pada variabel dependen.
- **Nilai F (9.204) dan Sig. (0.001):** Nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,001, yang jauh lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan secara statistik. Ini berarti, variabel rekomendasi secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pengguna aplikasi *e-wallet*. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.386	.573		4.162	<.001
	Saya akan merekomendasikan aplikasi <i>e-wallet</i> ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline	-.184	.285	-.196	-.644	.525
	Saya akan merekomendasikan aplikasi <i>e-wallet</i> yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman	.651	.248	.801	2.627	.014

a. Dependent Variable: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* pilihan saya

Variabel Dependen: Saya merasa puas setelah bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* pilihan saya
Variabel Independen: * Saya akan merekomendasikan aplikasi *e-wallet* ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline * Saya akan merekomendasikan aplikasi *e-wallet* yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman

Hipotesis Parsial (Uji t):

- Hipotesis Variabel 1 (Rekomendasi kepada teman/keluarga untuk transaksi online/offline):**
 - H_{01} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara rekomendasi aplikasi *e-wallet* untuk transaksi *online* maupun *offline* terhadap kepuasan pengguna.
 - H_{11} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara rekomendasi aplikasi *e-wallet* untuk transaksi *online* maupun *offline* terhadap kepuasan pengguna.
- Hipotesis Variabel 2 (Rekomendasi aplikasi yang digunakan kepada keluarga/teman):**
 - H_{02} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara rekomendasi aplikasi *e-wallet* yang digunakan kepada keluarga maupun teman terhadap kepuasan pengguna.
 - H_{12} : Terdapat pengaruh signifikan antara rekomendasi aplikasi *e-wallet* yang digunakan kepada keluarga maupun teman terhadap kepuasan pengguna.



Interpretasi Hasil Koefisien:

- **Konstanta (Constant):** Nilai konstanta sebesar 2.386 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05, konstanta ini signifikan secara statistik, yang berarti ada nilai kepuasan pengguna bahkan ketika tidak ada variabel rekomendasi.
- **Variabel "Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline":**
 - Koefisien regresi (B) sebesar -0.184.
 - Nilai t hitung sebesar -0.644.
 - Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.525.
 - Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa variabel ini tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, rekomendasi untuk transaksi *online* maupun *offline* tidak secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna. Hipotesis H_{01} diterima.
- **Variabel "Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman":**
 - Koefisien regresi (B) sebesar 0.651.
 - Nilai t hitung sebesar 2.627.
 - Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.014.
 - Nilai koefisien positif menunjukkan hubungan searah. Nilai signifikansi 0.014, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa variabel ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, rekomendasi aplikasi yang digunakan kepada keluarga maupun teman secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna. Hipotesis H_{12} diterima.



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		30	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.53321882	
Most Extreme Differences	Absolute	.152	
	Positive	.152	
	Negative	-.120	
Test Statistic		.152	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.075	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.073	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.067
		Upper Bound	.080

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Variabel yang diuji: Unstandardized Residual

Hipotesis:

1. H_0 (Hipotesis nol): Data residual berdistribusi normal.
2. H_1 (Hipotesis alternatif): Data residual tidak berdistribusi normal.

Interpretasi Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov):

- **Asymp. Sig. (2-tailed)**: Nilai signifikansi asimtotik (2-tailed) adalah 0,075.
- **Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.:** Nilai signifikansi Monte Carlo adalah 0,073.
- Karena nilai signifikansi (baik Asymp. Sig. maupun Monte Carlo Sig.) sebesar 0,075 dan 0,073, keduanya lebih besar dari tingkat signifikansi konvensional 0,05, maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa data residual berdistribusi normal **diterima**. Ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas untuk residual terpenuhi, yang mendukung penggunaan model regresi parametrik.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rekomendasi pengguna terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi Dompot Digital di kawasan JABODETABEK. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, rekomendasi pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi pada uji ANOVA



sebesar 0,001 dan nilai R Square sebesar 0,405, yang mengindikasikan bahwa 40,5% variabilitas kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel rekomendasi dalam model regresi.

Secara parsial, hasil uji regresi menunjukkan bahwa rekomendasi aplikasi yang digunakan kepada keluarga maupun teman (Sig. = 0.014) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, rekomendasi aplikasi untuk transaksi *online* maupun *offline* (Sig. = 0.525) tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada taraf 5%. Meskipun demikian, nilai koefisien regresi yang positif dari variabel yang signifikan menunjukkan kecenderungan bahwa semakin kuat pengaruh rekomendasi, semakin besar pula kemungkinan peningkatan kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Hasil uji normalitas terhadap residual menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Asymp. Sig. = 0.075), yang berarti asumsi normalitas dalam analisis statistik parametrik terpenuhi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa rekomendasi memiliki peran penting dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna dalam ekosistem aplikasi dompet digital. Pihak pengembang aplikasi *e-wallet* diharapkan dapat mengoptimalkan strategi yang mendorong pengguna untuk merekomendasikan aplikasi mereka, guna meningkatkan keterlibatan serta kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, J. & Yen, S. 2020. "The Impact of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention." *Journal of Marketing Research* 57:450-465.
- Giacomini, Gianmarco, Alessandro Scacchi, Paolo Ragusa, Alessandro Prinzivalli, Heba Safwat Mhmoued Abdo Elhadidy, and Maria Michela Gianino. 2023. "Which Variables and Determinants Influence Online Food Delivery Consumption among Workers and Students? Results from the DELIVERY Choice In OUR Society (DELICIOUS) Cross-Sectional Study." *Frontiers in Public Health* 11(January):1-9. doi:10.3389/fpubh.2023.1326628.
- Jatmiko, A. & Susanto, R. 2020. *Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile: Studi Kasus Dompet Digital*. Jakarta: Penerbit Buku Bagus.
- Pratiwi, N. & Setiawan, B. 2022. "Peran Informasi Digital Dalam Keputusan Konsumen: Studi Pada Platform E-Commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10:87-99.
- Rust, R. T. & Oliver, R. L. 2020. *Customer Satisfaction: From Theory to Practice*. London: Routledge.
- Tobing, Natalia, Wagiarto Hoesin, and Iwan Kurniawan Subagja. 2022. "The Effect of Promotion and Service Quality on Purchase Decisions Through Purchase Interest on Grabfood Application in East Jakarta." *International Journal of Business and Social Science Research* 25-33. doi:10.47742/ijbssr.v3n10p3.