

PENGARUH KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT REKOMENDASI E-WALLET DENGAN KEPUASAN SEBAGAI MEDIATOR

Dinda Aulia Rachman¹, Widarto Rachbini²

2310116026@mahasiswa.upnvj.ac.id

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis, UPN Veteran “Jakarta”

ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial mendorong pergeseran perilaku masyarakat dalam bertransaksi, dari tunai menuju pembayaran digital berbasis e-wallet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan (perceived security) dan kualitas produk terhadap niat rekomendasi pengguna e-wallet, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik analisis Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada pengguna aktif e-wallet di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kepuasan secara langsung memengaruhi niat pengguna untuk merekomendasikan aplikasi e-wallet kepada orang lain. Namun, pengaruh langsung antara keamanan dan kualitas produk terhadap niat rekomendasi tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya kepuasan pengguna dalam mendorong promosi berbasis rekomendasi (e-WOM), sehingga pengembangan e-wallet harus menitikberatkan tidak hanya pada fitur dan keamanan teknis, tetapi juga pada pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Kata Kunci: e-wallet, keamanan, kualitas produk, kepuasan, niat rekomendasi, PLS-SEM.

ABSTRACT

The advancement of financial technology has driven a behavioral shift in society from cash-based to digital payment systems such as e-wallets. This study aims to analyze the effect of perceived security and product quality on users' recommendation intention, with satisfaction as a mediating variable. A quantitative approach was applied using a survey method and data were analyzed through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data were collected via an online questionnaire distributed to active e-wallet users in Indonesia. The results reveal that both perceived security and product quality have a significant positive effect on user satisfaction. Furthermore, satisfaction has a direct and significant influence on recommendation intention. However, the direct effect of security and product quality on recommendation intention was found to be insignificant, indicating that satisfaction serves as a mediating factor in this relationship. These findings emphasize the critical role of user satisfaction in promoting electronic word-of-mouth (e-WOM). Therefore, e-wallet providers should not only focus on technical aspects such as features and security, but also prioritize delivering a satisfying user experience.

Keywords: e-wallet, security, product quality, satisfaction, recommendation intention, PLS-SEM.

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 720

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di era globalisasi telah memberikan perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Salah satu bukti nyata dari kemajuan teknologi adalah munculnya financial technology (fintech), yaitu integrasi teknologi dalam sistem keuangan untuk menciptakan berbagai bentuk layanan, produk, serta model bisnis inovatif yang berpotensi mempengaruhi kestabilan sistem keuangan dan moneter secara luas (Himawati & Firdaus, 2021)

Seiring dengan masifnya perkembangan fintech di Indonesia, masyarakat kini mulai beralih dari pembayaran berbasis uang tunai ke metode pembayaran elektronik seperti e-wallet. Untuk mendorong perubahan ini, Bank Indonesia sejak tahun 2014 telah menginisiasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan membentuk masyarakat yang mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai, atau dikenal dengan istilah Less Cash Society (LCS). Melalui gerakan ini, penggunaan uang elektronik dalam aktivitas sehari-hari seperti membayar tagihan, belanja produk, hingga melakukan transaksi online mengalami peningkatan yang signifikan.

E-wallet atau dompet digital adalah salah satu produk unggulan fintech yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara digital melalui aplikasi berbasis server. Dalam proses transaksinya, pengguna cukup menggunakan gawai digital seperti smartphone yang terhubung ke internet untuk menjalankan berbagai aktivitas keuangan, seperti membayar layanan, membeli produk, hingga mentransfer dana antar perorangan maupun lembaga (Mulyana & Wijaya, 2018). Contoh e-wallet populer di Indonesia antara lain OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan LinkAja.

Sebagai solusi pembayaran digital, e-wallet menawarkan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan yang menjadikan proses transaksi lebih praktis dibandingkan dengan metode konvensional. Meski menawarkan banyak kemudahan, penggunaan e-wallet tetap menyimpan risiko, terutama yang berkaitan dengan kerentanan data pribadi dan perlindungan informasi pengguna yang dapat disalahgunakan apabila tidak dijaga dengan baik. Berbagai data sensitif seperti nama lengkap, nomor ponsel, alamat email, tanggal lahir, hingga informasi saldo pengguna tersimpan di dalam sistem aplikasi, dan apabila tidak dijaga dengan baik, data tersebut berisiko tinggi untuk disalahgunakan. Ancaman seperti phishing, Wi-Fi publik, situs palsu, atau akses melalui aplikasi tidak resmi menjadi risiko nyata yang perlu diwaspadai. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya perlindungan data digital menjadi aspek fundamental dalam penggunaan e-wallet agar risiko keamanan dapat diminimalkan.

Selain aspek keamanan, kualitas layanan yang ditawarkan oleh e-wallet juga memiliki peran krusial dalam membentuk keseluruhan pengalaman pengguna. Hal ini mencakup kestabilan kinerja sistem, kemudahan dalam navigasi antarmuka, kecepatan eksekusi transaksi, serta konsistensi dan keandalan fitur yang tersedia dalam aplikasi. Ketika sebuah aplikasi mampu menunjukkan performa yang maksimal, hal ini secara langsung dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna, yang selanjutnya dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan e-wallet tersebut. Kepuasan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau layanan.

Konsumen yang puas tidak hanya cenderung kembali menggunakan layanan tersebut, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan menjadi faktor mediasi penting yang menjembatani antara kualitas layanan dan niat pengguna dalam menyarankan aplikasi e-wallet kepada calon pengguna baru.

Aspek keamanan dan kualitas produk menjadi dua elemen kunci yang secara signifikan mempengaruhi terbentuknya persepsi positif pengguna terhadap layanan e-wallet. Keduanya tidak hanya berdampak terhadap kepuasan pengguna, tetapi juga

terhadap niat mereka untuk merekomendasikan e-wallet kepada orang lain. Dalam konteks pemasaran digital saat ini, word of mouth (WOM) atau promosi melalui rekomendasi pengguna sangat berpengaruh terhadap peningkatan pengguna baru dan keberlanjutan layanan digital.

B. PERMASALAHAN PENELITIAN

Permasalahan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh keamanan (perceived security) dan kualitas produk (product quality) terhadap kepuasan pengguna e-wallet, serta bagaimana kepuasan tersebut mempengaruhi niat untuk merekomendasikan aplikasi e-wallet kepada orang lain. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengkaji apakah kepuasan pengguna berperan sebagai mediator dalam hubungan antara keamanan dan kualitas produk terhadap niat rekomendasi.

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived security dan product quality terhadap kepuasan pengguna, serta mengevaluasi pengaruh kepuasan terhadap niat rekomendasi e-wallet. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam kaitannya antara keamanan dan kualitas produk dengan niat pengguna dalam merekomendasikan aplikasi e-wallet kepada pihak lain.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengaruh Keamanan

Perceived security dalam penggunaan dompet digital menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa data pribadi, aktivitas transaksi, dan aspek privasi mereka terlindungi saat menggunakan aplikasi. Persepsi ini menjadi krusial karena dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih dan merekomendasikan layanan (Kahar et al., 2019). Rasa aman muncul ketika pengguna meyakini bahwa sistem mampu mencegah ancaman seperti manipulasi data, penipuan, serta penyalahgunaan informasi. Tingkat persepsi ini turut ditentukan oleh upaya perlindungan yang diterapkan oleh penyedia aplikasi, terutama terkait keamanan informasi selama proses pengiriman data. Keamanan yang dirasakan meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, yang pada akhirnya berdampak pada niat untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Salah satu kekhawatiran utama pengguna e-wallet adalah kurangnya jaminan terhadap keamanan dan privasi dalam transaksi elektronik.

B. Kualitas Produk

Kualitas produk merujuk pada serangkaian karakteristik yang melekat pada suatu produk yang dirancang oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi konsumen berdasarkan kemampuan perusahaan tersebut (Aprilia & Tukidi, 2021). Pada layanan dompet digital (e-wallet), kualitas produk mencakup berbagai elemen penting seperti kestabilan sistem, kecepatan dalam memproses transaksi, kemudahan akses dan navigasi, desain antarmuka yang mudah dipahami, serta fitur-fitur pelengkap yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan menjamin keamanan bagi pengguna. Kualitas produk yang tinggi pada layanan dompet digital akan meningkatkan kepuasan pengguna dan dapat mendorong loyalitas serta niat untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

C. Kepuasan

Kepuasan merupakan kondisi psikologis yang muncul ketika harapan konsumen terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kenyataan yang diterima. Kepuasan terjadi ketika terdapat kesesuaian antara ekspektasi awal dengan pengalaman aktual yang diperoleh setelah penggunaan, di mana kinerja yang berada di bawah harapan akan menimbulkan ketidakpuasan, sedangkan kinerja yang sesuai atau melebihi harapan akan menghasilkan kepuasan hingga rasa senang yang tinggi (Madjowa et al., 2023). Dalam konteks dompet digital, kepuasan menjadi indikator penting untuk menilai seberapa baik aplikasi mampu menjawab kebutuhan pengguna, mulai dari aspek keamanan, kemudahan transaksi, hingga kualitas fitur yang ditawarkan.

D. e-WOM Intention

Electronic Word of Mouth (e-WOM) merupakan aktivitas penyampaian informasi secara tidak resmi oleh individu yang memiliki pengalaman, minat, atau ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa, di mana komunikasi tersebut dilakukan melalui saluran berbasis internet (Apriastuti et al., 2022). Informasi ini dapat berupa ulasan, komentar, rekomendasi, atau kritik yang tersedia secara publik dan dapat diakses oleh individu lain maupun lembaga. Dalam ranah dompet digital (e-wallet), e-WOM intention menggambarkan sejauh mana seorang pengguna berniat untuk membagikan pengalaman pribadinya, baik berupa kesan positif maupun negatif kepada orang lain melalui saluran digital seperti media sosial, forum online, atau aplikasi ulasan konsumen. Niat ini sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan calon pengguna lainnya, memperkuat reputasi aplikasi, serta menjadi salah satu indikator keberhasilan strategi pemasaran digital.

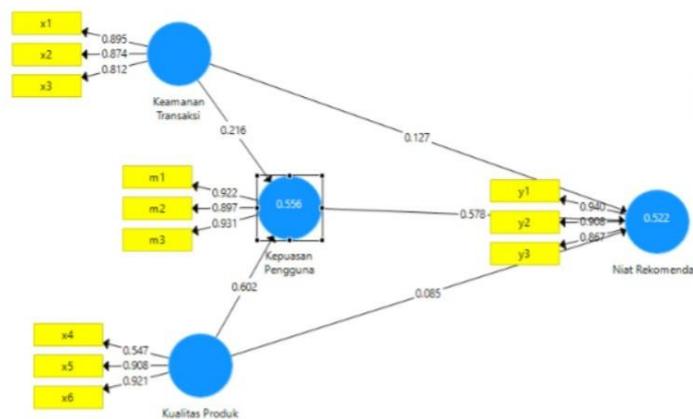
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan dan kualitas produk terhadap niat merekomendasikan e-wallet, dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarluaskan kepada pengguna aktif e-wallet di Indonesia, seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Responden diseleksi secara purposive, dengan kriteria pengguna aktif yang memahami fitur dan fungsi e-wallet yang digunakan.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah teruji secara teoritis dalam literatur sebelumnya, yaitu Keamanan Transaksi (Security), Kualitas Produk (Product Quality), Kepuasan Pengguna (Satisfaction), dan Niat Rekomendasi (eWOM Intention). Setiap variabel diukur menggunakan indikator dengan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS, dengan alasan kemampuannya dalam menguji hubungan antar variabel laten, termasuk efek mediasi.

Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui uji reliabilitas dan validitas menggunakan nilai Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE), sementara pengujian model struktural dilakukan melalui analisis nilai koefisien jalur (path coefficients), nilai R-square, dan signifikansi hubungan antar variabel. Proses ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, serta peran mediasi kepuasan pengguna secara komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar di atas memperlihatkan model struktural (inner model) yang dianalisis menggunakan metode PLS-SEM melalui software SmartPLS. Model ini terdiri dari tiga variabel independen (Keamanan Transaksi, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pengguna), satu variabel mediator (Kepuasan Pengguna), dan satu variabel dependen (Niat Rekomendasi). Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien jalur yang menggambarkan kekuatan hubungan antar variabel, serta nilai R^2 yang menunjukkan kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel endogen. Keamanan Transaksi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna dengan koefisien 0,216, sementara Kualitas Produk menunjukkan pengaruh paling kuat dengan koefisien 0,602. Nilai R^2 untuk Kepuasan Pengguna sebesar 0,556, artinya 55,6% variansnya dijelaskan oleh Keamanan Transaksi dan Kualitas Produk. Pengaruh langsung Kepuasan Pengguna terhadap Niat Rekomendasi cukup signifikan dengan koefisien 0,578 dan R^2 sebesar 0,522. Sebaliknya, hubungan langsung Keamanan Transaksi dan Kualitas Produk terhadap Niat Rekomendasi relatif lemah dan tidak signifikan, masing-masing sebesar 0,127 dan 0,085. Nilai outer loading sebagian besar berada di atas 0,70, kecuali indikator x4 yang bernilai 0,547 dan perlu dievaluasi lebih lanjut. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna memediasi hubungan antara Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Niat Rekomendasi, sekaligus mendukung struktur model yang diajukan dalam penelitian ini.

Outer Loadings

	Keamanan Transaksi	Kepuasan Pengguna	Kualitas Produk	Niat Rekomendasi
m1		0.922		
m2		0.897		
m3		0.931		
x1	0.895			
x2	0.874			
x3	0.812			
x4			0.547	
x5			0.908	
x6			0.921	
y1				0.940
y2				0.908
y3				0.867

Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dalam model memenuhi ambang validitas konvergen sebesar 0,70. Indikator pada variabel Keamanan Transaksi (m1, m2, m3), Kepuasan Pengguna (x1, x2, x3), dan Niat Rekomendasi (y1, y2, y3) memiliki nilai outer loading tinggi, menandakan validitas yang kuat dalam merepresentasikan variabel masing-masing. Pada variabel Kualitas Produk, indikator x5 dan x6 menunjukkan validitas konvergen yang baik, sementara x4 memiliki nilai 0,547, yang berada di bawah batas ideal dan perlu dievaluasi lebih lanjut. Secara keseluruhan, semua indikator valid, kecuali x4 yang memerlukan perhatian khusus dalam evaluasi lanjutan.

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keamanan Transaksi	0.825	0.836	0.896	0.741
Kepuasan Pengguna	0.905	0.907	0.941	0.841
Kualitas Produk	0.724	0.822	0.846	0.658
Niat Rekomendasi	0.889	0.891	0.932	0.819

Hasil uji reliabilitas konstruk menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memenuhi kriteria dengan nilai Composite Reliability (CR) > 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) > 0,50. Keamanan Transaksi (CR: 0,896; AVE: 0,741), Kepuasan Pengguna (CR: 0,941; AVE: 0,841), Kualitas Produk (CR: 0,846; AVE: 0,658), dan Niat Rekomendasi (CR: 0,932; AVE: 0,819) semuanya menunjukkan reliabilitas dan validitas konvergen yang memadai. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan andal dan valid dalam model SEM-PLS ini.

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pengguna	0.556	0.547
Niat Rekomendasi	0.522	0.507

Hasil pengujian R Square menunjukkan nilai 0,556 untuk variabel Kepuasan Pengguna dan 0,522 untuk Niat Rekomendasi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 55,6% variansi Kepuasan Pengguna dijelaskan oleh Keamanan Transaksi dan Kualitas Produk, sementara 52,2% variansi Niat Rekomendasi dijelaskan oleh Keamanan Transaksi, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pengguna. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini tergolong cukup baik dalam penelitian sosial, khususnya yang melibatkan variabel psikologis, dan menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang memadai untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Keamanan Transaksi -> Kepuasan Pengguna	0.216	0.207	0.100	2.168	0.031
Keamanan Transaksi -> Niat Rekomendasi	0.127	0.123	0.092	1.376	0.169
Kepuasan Pengguna -> Niat Rekomendasi	0.578	0.583	0.101	5.744	0.000
Kualitas Produk -> Kepuasan Pengguna	0.602	0.620	0.108	5.578	0.000
Kualitas Produk -> Niat Rekomendasi	0.085	0.089	0.109	0.772	0.440

Berdasarkan hasil analisis path coefficients, sebagian besar hubungan antar variabel dalam model signifikan, kecuali dua hubungan yang tidak signifikan. Keamanan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (koefisien 0,216; p = 0,031), namun tidak signifikan terhadap Niat Rekomendasi (koefisien 0,127; p = 0,169). Kualitas Produk juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (koefisien 0,602; p = 0,000), tetapi tidak signifikan terhadap Niat Rekomendasi (koefisien 0,085; p = 0,440). Sementara itu, Kepuasan Pengguna menunjukkan pengaruh paling kuat dan signifikan terhadap Niat Rekomendasi (koefisien 0,578; p = 0,000). Dari lima hubungan yang diuji, tiga hipotesis diterima dan dua ditolak. Hasil ini menegaskan peran mediasi Kepuasan Pengguna dalam menjembatani pengaruh Keamanan Transaksi dan Kualitas Produk terhadap Niat Rekomendasi, sesuai dengan teori mediasi dalam PLS-SEM dan literatur perilaku konsumen digital.

Total Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Keamanan Transaksi -> Kepuasan Pengguna	0.216	0.207	0.100	2.168	0.031
Keamanan Transaksi -> Niat Rekomendasi	0.252	0.244	0.108	2.340	0.020
Kepuasan Pengguna -> Niat Rekomendasi	0.578	0.583	0.101	5.744	0.000
Kualitas Produk -> Kepuasan Pengguna	0.602	0.620	0.108	5.578	0.000
Kualitas Produk -> Niat Rekomendasi	0.433	0.449	0.113	3.834	0.000

Hasil analisis total effects menunjukkan bahwa Keamanan Transaksi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi, masing-masing dengan koefisien 0,252 (p = 0,020) dan 0,433 (p = 0,000). Meskipun pengaruh langsung keduanya sebelumnya tidak signifikan, hasil ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh secara tidak langsung melalui Kepuasan Pengguna. Sementara itu, Kepuasan Pengguna tetap menjadi variabel yang paling kuat mempengaruhi Niat Rekomendasi, dengan nilai koefisien 0,578 (p = 0,000). Temuan

ini menegaskan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator penting, sehingga pengaruh keamanan dan kualitas hanya akan efektif jika mampu meningkatkan kepuasan pengguna terlebih dahulu.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keamanan transaksi dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna e-wallet di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa sistem transaksi aman dan produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan, maka tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat. Selanjutnya, kepuasan pengguna terbukti secara signifikan mendorong niat mereka untuk merekomendasikan aplikasi e-wallet kepada orang lain. Namun demikian, pengaruh langsung antara keamanan maupun kualitas produk terhadap niat merekomendasikan tidak signifikan, yang berarti pengguna tidak serta-merta merekomendasikan aplikasi hanya karena merasa aman atau puas terhadap produk. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan memainkan peran penting sebagai mediator yang menjembatani hubungan antara persepsi terhadap keamanan dan kualitas produk dengan niat merekomendasikan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan promosi dari mulut ke mulut (eWOM), penyedia layanan e-wallet sebaiknya tidak hanya fokus pada aspek teknis seperti keamanan dan fitur produk, tetapi juga memastikan bahwa pengalaman pengguna secara keseluruhan memberikan kepuasan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *EMAS*, 3(10).
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34-46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. *Atlantis Press*, 64, 429-438. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>
- Madjowa, I. S., Levyda, L., & Abdullah, S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *JESYA*, 6(1), 184-193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63-69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>