

PENGARUH PERSEPSI TAMPILAN APLIKASI DAN RASA AMAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA E-WALLET DI INDONESIA

Zachrie Imam Shiddiqin, Widarto Rachbini
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Email: 2410116015@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract: *This study aims to examine the influence of perceptions of application appearance and sense of security on user satisfaction with e-wallets in Indonesia. As the use of digital wallets (e-wallets) continues to grow in society, visual comfort and confidence in transaction security have become two crucial factors in shaping user satisfaction. This research employs a quantitative approach with a survey design method, collecting data from 380 active e-wallet users through an online questionnaire, which was then analyzed using multiple linear regression. The results of this study indicate that both perception of application appearance and sense of security have a positive and significant influence on user satisfaction, with application appearance having a more dominant effect. These findings also highlight the importance of an attractive user interface design and a reliable security system in enhancing user experience and loyalty toward e-wallet services in Indonesia.*

Keywords: *E-Wallet, User_Satisfaction, App_Interface, Sense_Of_Security*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya penggunaan dompet digital (*e-wallet*) di masyarakat, kenyamanan visual dan keyakinan terhadap keamanan transaksi menjadi dua faktor yang sangat penting dalam membentuk kepuasan suatu pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode desain survei, di mana data dikumpulkan dari 380 responden pengguna aktif *e-wallet* melalui kuesioner daring, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap tampilan aplikasi maupun rasa aman sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan suatu pengguna, di mana tampilan aplikasi memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini juga menggarisbawahi bahwa pentingnya desain antarmuka yang menarik serta sistem keamanan yang andal dapat meningkatkan pengalaman dan loyalitas pengguna layanan *e-wallet* di Indonesia.

Kata Kunci: *E-Wallet, Kepuasan_Pengguna, Tampilan_Aplikasi, Rasa_Aman*

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 748
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

Di era digital saat ini, teknologi telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam cara masyarakat mencari informasi dan melakukan transaksi. Salah satu inovasi yang semakin populer belakangan ini adalah penggunaan dompet digital (*e-wallet*), seperti GoPay, OVO, dan lainnya dalam bertransaksi. *E-wallet* sendiri merupakan layanan pembayaran berbasis elektronik yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat dan praktis hanya melalui ponsel genggam. Dengan kemudahan ini, membuat *e-wallet* semakin banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai kebutuhan, mulai dari berbelanja, membayar tagihan, hingga mentransfer uang dengan instan. Pertumbuhan penggunaan *e-wallet* di Indonesia juga turut didorong oleh meningkatnya akses *internet*, kepemilikan *smartphone*, serta pergeseran gaya hidup menuju *cashless society*.

Namun, di tengah banyaknya pilihan layanan *e-wallet*, kepuasan pengguna menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan karena dapat menentukan apakah seseorang akan terus menggunakan suatu aplikasi atau justru beralih ke layanan lain. Dua hal yang diyakini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah tampilan aplikasi dan rasa aman saat bertransaksi. Di mana tampilan aplikasi mencakup desain visual, navigasi, serta kemudahan dalam memahami fitur yang tersedia. Semakin sederhana dan menarik tampilannya, semakin nyaman pula pengguna dalam mengaksesnya. Sementara itu, rasa aman berkaitan dengan keyakinan bahwa data pribadi dan informasi transaksi pengguna terlindungi dengan baik, yang berperan penting dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Meski demikian, pengaruh persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia masih sangat jarang diteliti. Padahal, pemahaman terhadap kedua aspek ini sangat penting bagi para pengembang maupun penyedia layanan guna meningkatkan pengalaman pengguna secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman dapat memengaruhi kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi penyedia layanan dalam upaya meningkatkan kualitas aplikasi dan sistem keamanan guna membangun loyalitas pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pengguna (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan pengguna merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dengan pengalaman nyata saat menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Kotler & Keller (2009), jika performa layanan berada di bawah harapan, pengguna akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika sesuai harapan, pengguna akan merasa puas, dan jika melebihi harapan, maka pengguna akan merasa sangat puas. Dalam konteks digital seperti *e-wallet*, kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama pengalaman pengguna saat mengakses aplikasi, seperti kemudahan penggunaan, tampilan yang nyaman, dan rasa aman saat bertransaksi. Ketika suatu aplikasi memenuhi aspek-aspek tersebut, pengguna cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, kepuasan pengguna menjadi faktor penting yang harus diperhatikan dalam menciptakan loyalitas, dan pemahaman terhadap hal ini sangat diperlukan oleh penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna.

2. Persepsi Tampilan Aplikasi (*Interface Design*)

Persepsi pengguna terhadap tampilan aplikasi mencakup penilaian terhadap desain visual, tata letak, kemudahan navigasi, dan estetika antarmuka. Penelitian oleh von Wangenheim et al. (2018), menunjukkan bahwa estetika visual merupakan faktor terpenting dalam persepsi kegunaan, interaksi, dan penilaian keseluruhan terhadap antarmuka pengguna, terutama pada aplikasi mobile. Estetika yang baik dapat

meningkatkan kenyamanan dan efisiensi, meskipun bersifat subjektif dan dapat dipengaruhi oleh beberapa elemen desain lainnya seperti warna, tipografi, tata letak, dan gambar latar belakang. Selain itu, menurut Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama dalam penerimaan teknologi. Artinya, jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan, mereka cenderung lebih menerima dan menggunakannya. Oleh karena itu, desain antarmuka yang efektif tidak hanya memperkuat aspek estetika, tetapi juga meningkatkan adopsi teknologi oleh pengguna.

3. Rasa Aman (*Security and Privacy Perception*)

Persepsi rasa aman dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* mencakup keyakinan pengguna bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka terlindungi dari penyalahgunaan atau akses oleh pihak yang tidak berwenang. Studi oleh Gupta & Hakhu (2021) menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital. Ketika pengguna merasa yakin bahwa data dan aktivitas transaksi mereka aman, mereka cenderung lebih percaya dan nyaman menggunakan aplikasi tersebut. Namun, persepsi terhadap keamanan bisa berbeda antar pengguna, tergantung pada faktor seperti fitur keamanan yang disediakan, pengalaman pribadi, dan pemahaman terhadap risiko digital. Selain itu, penelitian oleh Jameel & Alheety (2022) menegaskan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan berperan penting dalam membentuk niat perilaku menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, desain sistem yang menekankan keamanan dan privasi tidak hanya memperkuat kepercayaan pengguna, tetapi juga mendukung peningkatan adopsi teknologi pembayaran digital.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam konteks digital seperti *e-wallet*, sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti beberapa faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, khususnya yang berkaitan dengan persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan navigasi serta tampilan visual aplikasi merupakan elemen yang penting dalam menciptakan kenyamanan saat berinteraksi dengan aplikasi. Hasil dari studi tersebut menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pengguna terhadap desain antarmuka, semakin besar pula kemungkinan pengguna merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Selanjutnya, penelitian oleh Serli et al. (2024) yang mengkaji hubungan antara persepsi keamanan dan kepuasan pengguna pada layanan digital banking menunjukkan bahwa keyakinan terhadap perlindungan data pribadi serta keamanan transaksi dapat berperan penting dalam membentuk kepercayaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna. Di mana hal ini juga sejalan dengan temuan dari penelitian Sudimanto et al. (2022) yang menegaskan bahwa persepsi terhadap rasa aman tidak hanya memberikan pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengguna, tetapi juga terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi digital tersebut dalam jangka panjang.

Penelitian lain yang relevan dengan topik ini adalah studi yang dilakukan oleh Marini (2022), yang berfokus pada penggunaan aplikasi DANA sebagai salah satu layanan *e-wallet* di Indonesia. Di mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tampilan aplikasi yang menarik dan responsif, serta sistem keamanan yang dapat dipercaya, dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan dan retensi pengguna. Berdasarkan beberapa temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam membentuk kepuasan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menguji kedua variabel tersebut secara bersamaan dalam konteks penggunaan *e-wallet* di Indonesia, guna memperoleh pemahaman yang lebih

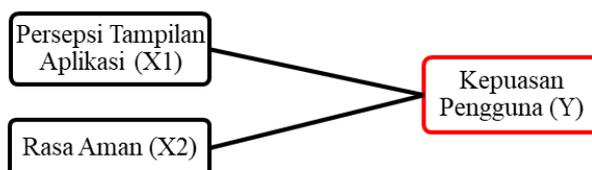
komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam ekosistem layanan digital.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori mengenai kepuasan pengguna, serta diperkuat oleh beberapa temuan dalam penelitian terdahulu yang menekankan bahwa betapa pentingnya tampilan aplikasi dan rasa aman dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif. Dalam hal ini, terdapat dua variabel independen yang digunakan, yaitu Persepsi Tampilan Aplikasi (X_1) dan Rasa Aman (X_2) yang diasumsikan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Pengguna (Y).

Di mana persepsi terhadap tampilan aplikasi mencerminkan penilaian pengguna terhadap elemen visual dari aplikasi, seperti desain antarmuka, tata letak, kemudahan navigasi, dan kenyamanan visual selama penggunaan. Ketika aplikasi mampu memberikan pengalaman visual yang menyenangkan dan mudah digunakan, pengguna cenderung akan merasa lebih nyaman dalam mengakses fitur-fitur yang tersedia, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan. Sementara itu, rasa aman merujuk pada keyakinan pengguna bahwa data pribadi serta aktivitas transaksi digital mereka dapat terlindungi dari penyalahgunaan maupun akses oleh pihak yang tidak berwenang. Ketika sistem keamanan dalam suatu aplikasi dianggap dapat diandalkan, pengguna akan merasa lebih tenang dan percaya dalam menggunakan suatu layanan tersebut, yang pada akhirnya turut memperkuat tingkat kepuasan mereka.

Dengan menggabungkan kedua variabel tersebut ke dalam satu model, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman secara simultan dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia. Hubungan antara ketiga variabel tersebut dapat digambarkan melalui kerangka konseptual seperti berikut:



Gambar 1. Diagram Konsep

Melalui kerangka ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pengguna dalam suatu layanan digital, serta menjadi acuan praktis bagi para pengembang aplikasi *e-wallet* di Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan yang berorientasi pada kenyamanan dan keamanan pengguna.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis pengaruh persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia. Desain penelitian ini mencakup dua pendekatan, yaitu deskriptif untuk menggambarkan tingkat persepsi tampilan aplikasi, rasa aman, dan kepuasan pengguna, serta eksplanatori untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengguna. Adapun responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif *e-wallet* di Indonesia, seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Sebanyak 380 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, antara lain berusia minimal 17 tahun, cukup sering menggunakan *e-wallet*, dan memiliki pengalaman dalam melakukan transaksi digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama mencakup pernyataan demografis untuk menggambarkan profil responden. Bagian kedua berisi sejumlah pernyataan yang mengukur persepsi pengguna terhadap tampilan aplikasi, mencakup aspek visual, tata letak, dan kemudahan navigasi. Sementara itu, bagian ketiga

mencakup indikator yang berkaitan dengan rasa aman serta tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan *e-wallet* yang digunakan. Seluruh pernyataan disusun menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan, tahapan berikutnya adalah analisis data untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dua jenis, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai masing-masing variabel, seperti rata-rata skor, standar deviasi, dan distribusi jawaban responden.

Sementara itu, analisis inferensial dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman sebagai variabel independen terhadap kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Sebelum melakukan regresi, terdapat beberapa tahap pengujian yang dilakukan untuk memastikan validitas model yang digunakan. Adapun tahapan analisis data dilakukan secara sistematis sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat (*valid*) dan konsisten (*reliable*). Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson terhadap masing-masing indikator, dan uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*.
2. Uji Normalitas: Digunakan untuk memastikan bahwa data residual terdistribusi secara normal, sebagai salah satu syarat regresi linier.
3. Uji Regresi Linier Berganda: Digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan (melalui uji F) dan pengaruh parsial (melalui uji t) dari variabel independen terhadap variabel dependen.
4. Uji Hipotesis: Merupakan tahap akhir untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan berdasarkan hasil dari uji regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui proses pengumpulan dan pengolahan data, tahap selanjutnya dalam penelitian ini adalah menyajikan hasil analisis deskriptif untuk menggambarkan persepsi responden terhadap tampilan aplikasi, rasa aman, serta tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan *e-wallet* di Indonesia. Hasil dari analisis ini menjadi dasar awal dalam memahami kecenderungan sikap responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1_1 | 380 | 1 | 5 | 4.19 | .751 |
| X1_2 | 380 | 1 | 5 | 4.23 | .775 |
| X1_3 | 380 | 1 | 5 | 3.98 | .844 |
| X1_4 | 380 | 1 | 5 | 3.73 | .916 |
| Tampilan | 380 | 2.00 | 5.00 | 4.0362 | .66641 |
| X2_1 | 380 | 1 | 5 | 4.17 | .780 |
| Rasa_Aman | 380 | 1.00 | 5.00 | 4.1658 | .77995 |
| Y_1 | 380 | 1 | 5 | 3.42 | 1.085 |
| Y_2 | 380 | 1 | 5 | 3.93 | .892 |
| Y_3 | 380 | 2 | 5 | 4.28 | .678 |
| Y_4 | 380 | 3 | 5 | 4.23 | .689 |
| Y_5 | 380 | 2 | 5 | 4.33 | .670 |
| Y_6 | 380 | 2 | 5 | 4.28 | .697 |
| Y_7 | 380 | 2 | 5 | 4.33 | .666 |
| Kepuasan_Pengguna | 380 | 2.71 | 5.00 | 4.1139 | .56438 |
| Valid N (listwise) | 380 | | | | |

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1, variabel Persepsi Tampilan Aplikasi (X_1) terdiri dari empat indikator utama, yaitu $X1_1$ hingga $X1_4$. Di antara keempat indikator tersebut, nilai rata-rata yang tertinggi diperoleh oleh indikator $X1_2$ dan $X1_1$, di mana masing-masing nilainya sebesar 4,23 dan 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang positif terhadap aspek visual dan kemudahan navigasi dalam aplikasi yang mereka gunakan. Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata yang terendah adalah $X1_4$, yaitu sebesar 3,73. Meskipun nilainya tergolong paling rendah di antara indikator lainnya, nilai tersebut masih masuk ke dalam kategori “Setuju” menurut skala Likert lima poin yang digunakan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, rata-rata gabungan untuk variabel Tampilan tercatat sebesar 4,0362 dengan standar deviasi sebesar 0,66641. Nilai ini menggambarkan bahwa persepsi responden terhadap tampilan aplikasi *e-wallet* yang mereka gunakan cenderung positif dan relatif konsisten antarresponden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain antarmuka, susunan menu, serta kemudahan akses dalam suatu aplikasi dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan fitur-fitur yang tersedia (Nah et al., 2005).

Selanjutnya, variabel Rasa Aman (X_2) dalam penelitian ini hanya terdiri dari satu indikator saja, yakni $X2_1$. Di mana nilai rata-rata yang diperoleh untuk indikator tersebut adalah sebesar 4,17, dengan standar deviasi sebesar 0,780. Nilai ini juga termasuk ke dalam kategori “Setuju”, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa aman ketika menggunakan aplikasi *e-wallet* di Indonesia, baik dalam hal perlindungan terhadap data pribadi maupun keamanan saat melakukan transaksi. Kemudian nilai rata-rata gabungan untuk variabel Rasa_Aman juga menunjukkan angka yang sama, yaitu sebesar 4,1658, dengan standar deviasi sebesar 0,77995, yang memperkuat temuan bahwa sistem keamanan dalam suatu aplikasi dinilai cukup baik oleh pengguna (Pavlou, 2003).

Adapun variabel Kepuasan Pengguna (Y) yang terdiri atas tujuh indikator utama, yaitu Y_1 hingga Y_7 . Dari ketujuh indikator tersebut, nilai rata-rata yang tertinggi diperoleh oleh indikator Y_5 dan Y_7 , di mana masing-masing nilainya sebesar 4,33, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata yang terendah adalah Y_1 , yaitu sebesar 3,42. Meskipun terdapat variasi antar indikator, nilai rata-rata gabungan untuk variabel Kepuasan_Pengguna masih berada pada angka yang cukup besar yaitu 4,1139, dengan standar deviasi sebesar 0,56438. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, responden masih merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi *e-wallet*, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan atau peningkatan lebih lanjut (Parasuraman et al., 2005).

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif ini memberikan gambaran bahwa persepsi positif terhadap tampilan aplikasi maupun rasa aman memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk tingkat kepuasan seorang pengguna. Tingginya skor rata-rata pada kedua variabel independen tersebut mencerminkan bahwa kenyamanan visual dan kepercayaan terhadap keamanan transaksi, menjadi dua hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan oleh seorang pengguna dalam menilai kualitas suatu layanan digital (*e-wallet*) di Indonesia (Zhou, 2011). Temuan ini pun juga sejalan dengan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah dijabarkan pada bagian tinjauan pustaka, yang menekankan bahwa betapa pentingnya kedua variabel tersebut dalam membangun loyalitas terhadap layanan *e-wallet* di Indonesia.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel

| Variabel | | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----------|--------|----------|---------|------------|
| Tampilan | $X1_1$ | 0.674 | 0.1009 | Valid |
| | $X1_2$ | 0.677 | 0.1009 | Valid |
| | $X1_3$ | 0.692 | 0.1009 | Valid |

| | | | | |
|-------------------|------|-------|--------|-------|
| | X1_4 | 0.659 | 0.1009 | Valid |
| Rasa Aman | X2_1 | 0.596 | 0.1009 | Valid |
| Kepuasan Pengguna | Y_1 | 0.336 | 0.1009 | Valid |
| | Y_2 | 0.575 | 0.1009 | Valid |
| | Y_3 | 0.732 | 0.1009 | Valid |
| | Y_4 | 0.749 | 0.1009 | Valid |
| | Y_5 | 0.753 | 0.1009 | Valid |
| | Y_6 | 0.701 | 0.1009 | Valid |
| | Y_7 | 0.755 | 0.1009 | Valid |

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 2, uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap indikator dalam kuesioner mampu mengukur konstruk atau variabel yang dituju secara tepat. Di mana pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson* antara skor masing-masing item dengan total skor dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 380 orang, sehingga nilai r tabel yang digunakan sebagai acuan adalah sebesar 0,1009 pada tingkat signifikansi 5%. Di mana suatu indikator dapat dikatakan sebagai valid apabila nilai r hitung yang diperoleh lebih besar daripada nilai r tabel tersebut (Hair et al., 2010).

Variabel Tampilan Aplikasi (X_1) terdiri dari empat indikator utama, yaitu X1_1 hingga X1_4. Dari keempat indikator tersebut, nilai r hitung yang tertinggi diperoleh oleh indikator X1_3 sebesar 0,692, kemudian diikuti oleh X1_2 sebesar 0,677, X1_1 sebesar 0,674, dan X1_4 sebesar 0,659. Seluruh nilai tersebut berada jauh di atas nilai r tabel yang telah ditentukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat indikator tersebut valid. Di mana hal ini juga menunjukkan bahwa masing-masing item pada variabel tampilan aplikasi telah mampu merepresentasikan persepsi pengguna secara sah terhadap aspek visual, susunan antarmuka, serta kemudahan dalam bernavigasi di aplikasi layanan *e-wallet* yang mereka gunakan. Selanjutnya, variabel Rasa Aman (X_2) hanya terdiri dari satu indikator saja, yakni X2_1. Di mana nilai r hitung yang diperoleh untuk indikator ini adalah sebesar 0,596, yang tergolong jauh di atas nilai r tabel 0,1009. Dengan demikian, indikator ini dapat dinyatakan sebagai valid, yang berarti bahwa item yang digunakan dalam variabel ini secara tepat mampu mengukur tingkat keyakinan dan rasa aman yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan aplikasi, baik dari segi perlindungan data pribadi maupun keamanan transaksi.

Adapun variabel Kepuasan Pengguna (Y) yang terdiri dari tujuh indikator utama, yaitu Y_1 hingga Y_7. Dari ketujuh indikator tersebut, nilai r hitung yang tertinggi diperoleh oleh indikator Y_7 sebesar 0,755, disusul oleh Y_5 (0,753), Y_4 (0,749), Y_3 (0,732), Y_6 (0,701), Y_2 (0,575), dan Y_1 sebesar 0,336. Meskipun terdapat perbedaan nilai antar indikator, seluruhnya tetap berada di atas nilai r tabel yang telah ditentukan, sehingga masing-masing indikator tersebut dapat dinyatakan sebagai valid. Di mana hal ini juga menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel kepuasan pengguna telah mampu menggambarkan persepsi pengguna secara menyeluruh terhadap layanan yang mereka terima dari aplikasi layanan *e-wallet* yang mereka gunakan.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas ini memberikan gambaran bahwa seluruh indikator dalam penelitian tersebut telah memenuhi syarat validitas, karena nilai korelasinya lebih besar daripada nilai r tabel yang telah ditentukan. Dengan demikian, semua item dalam kuesioner ini dapat dikatakan sah dan layak untuk digunakan dalam proses analisis lebih lanjut. Di mana temuan ini juga memperkuat keyakinan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini

mampu mencerminkan konstruk-konstruk utama secara akurat, khususnya dalam konteks persepsi terhadap tampilan aplikasi, rasa aman, dan tingkat kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia.

Tabel 3. Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|-------------------|------------------|------------|-------------------|
| Tampilan | 0.824 | 4 | Reliable |
| Rasa Aman | - | 1 | Tidak dapat diuji |
| Kepuasan Pengguna | 0.846 | 7 | Reliable |

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 3, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap konstruk dalam suatu kuesioner dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil dalam mengukur suatu variabel yang ditelitinya. Di mana pengujian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, yang berfungsi untuk mengukur konsistensi internal dari suatu kelompok item. Dalam hal ini, suatu variabel dapat dikatakan sebagai reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkannya masih berada di atas ambang batas 0,700, yang merupakan standar minimal yang dapat diterima dalam suatu penelitian sosial.

Variabel Tampilan Aplikasi terdiri dari empat indikator utama, yaitu X1_1 hingga X1_4. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh oleh keempat indikator tersebut adalah sebesar 0,824, yang tergolong tinggi dan menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel ini memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap tampilan aplikasi layanan *e-wallet* di Indonesia bersifat reliabel. Di mana hal ini juga dapat memperkuat keyakinan bahwa indikator-indikator dalam variabel tersebut telah mampu mengukur aspek visual, navigasi, dan kenyamanan tampilan aplikasi secara konsisten antarresponden. Selanjutnya, variabel Rasa Aman (X₂) yang hanya terdiri dari satu indikator saja, yakni X2_1. Di mana dalam kondisi seperti ini, pengujian reliabilitas tidak dapat dilakukan karena teknik *Cronbach's Alpha* membutuhkan minimal dua item atau lebih untuk mengukur konsistensi internal dalam satu konstruk. Meskipun demikian, indikator tunggal dalam variabel ini sebelumnya telah dinyatakan sebagai valid, sehingga tetap dapat digunakan dalam analisis selanjutnya meskipun nilai reliabilitasnya tidak dapat di uji.

Adapun variabel Kepuasan Pengguna (Y) yang terdiri dari tujuh indikator utama, yaitu Y_1 hingga Y_7. Di mana hasil pengujian, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh oleh ketujuh indikator tersebut adalah sebesar 0,846, yang tergolong jauh di atas batas minimum. Sehingga nilai ini dapat mengindikasikan bahwa seluruh indikator dalam variabel kepuasan pengguna memiliki konsistensi internal yang sangat baik, di mana hal ini juga dapat menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan pengalaman dan kepuasan mereka dalam menggunakan suatu layanan *e-wallet* di Indonesia.

Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas ini memberikan gambaran bahwa dua dari tiga variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas yang telah ditentukan. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan, khususnya pada variabel Tampilan Aplikasi dan Kepuasan Pengguna, dapat dikatakan andal dan layak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut (Nunnally & Bernstein, 1994). Di mana untuk variabel Rasa Aman yang tidak dapat diuji reliabilitasnya, keabsahan indikatornya tetap dapat dijamin melalui uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel 4.1 Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .765 ^a | .585 | .583 | .36238 |

a. Predictors: (Constant), Rasa_Aman, Tampilan

Tabel *Model Summary* menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman dapat memengaruhi kepuasan pengguna *e-wallet*. Berdasarkan output yang diperoleh, penjelasan dari masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

1. Nilai **R** (0.765):
 Nilai R merupakan indikator awal yang menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai R sebesar 0.765 mengindikasikan bahwa adanya suatu hubungan positif yang cukup kuat antara persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.
2. **R Square** (0.585):
R Square atau koefisien determinasi, sebesar 0.585 menunjukkan bahwa sekitar 58,5% variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman (Cohen, 1988). Sementara itu, sisanya sebesar 41,5% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini, seperti kecepatan transaksi, kenyamanan penggunaan, atau promosi dari penyedia layanan.
3. **Adjusted R Square** (0.583):
 Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.583 dapat memberikan gambaran yang lebih realistis karena mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam suatu model. Nilai ini yang tidak jauh dari *R Square* menunjukkan bahwa suatu model yang digunakan cukup stabil dan cocok untuk memprediksi kepuasan pengguna.
4. **Standard Error of the Estimate** (0.36238):
Standard error ini menunjukkan rata-rata perbedaan antara nilai aktual dan nilai prediksi yang dihasilkan oleh suatu model. Dengan nilai sebesar 0.36238, kesalahan prediksi tergolong rendah, sehingga model ini cukup akurat dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

1. Hipotesis Nol (H_0): Tidak ada pengaruh signifikan dari persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.
2. Hipotesis Alternatif (H_1): Ada pengaruh signifikan dari persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

Dengan mempertimbangkan nilai *R Square* yang cukup tinggi dan nilai R yang menunjukkan korelasi positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat bukti untuk menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Meski demikian, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menggali faktor-faktor lainnya yang juga dapat berkontribusi terhadap kepuasan pengguna terhadap *e-wallet*.

Tabel 4.2 Uji Stimulan (Uji F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|--------------------|
| 1 | Regression | 69.733 | 2 | 34.866 | 265.502 | <,001 ^b |
| | Residual | 49.509 | 377 | .131 | | |
| | Total | 119.241 | 379 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pengguna

b. Predictors: (Constant), Rasa_Aman, Tampilan

Tabel ANOVA yang diberikan menunjukkan hasil analisis varians yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman) terhadap variabel dependen (kepuasan pengguna *e-wallet*). Berikut adalah penjelasan hipotesis yang terkait dengan tabel tersebut: Hipotesis

1. Hipotesis Nol (H_0):
Tidak ada pengaruh yang signifikan dari persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.
2. Hipotesis Alternatif (H_1):
Ada pengaruh yang signifikan dari persepsi tampilan aplikasi dan/atau rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

Interpretasi Hasil ANOVA

Dari tabel ANOVA, kita dapat melihat beberapa nilai penting:

1. *Sum of Squares (SS)* untuk regresi adalah 69.733, yang menunjukkan variasi kepuasan pengguna *e-wallet* yang dapat dijelaskan oleh model.
2. *Residual (SS)* adalah 49.509, yang menunjukkan variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model.
3. *Total (SS)* adalah 119.241, yang merupakan total variasi dalam data kepuasan pengguna *e-wallet*.

Statistik Uji F

Nilai F yang diperoleh adalah 265.502, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 (Pallant, 2010). Ini menunjukkan bahwa:

1. Nilai F yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi yang menggunakan persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman dapat menjelaskan variasi dalam kepuasan pengguna secara lebih baik dibandingkan model yang tidak menggunakan variabel prediktor.
2. Nilai signifikansi 0.000 jauh lebih kecil dari batas umum 0.05, sehingga hipotesis nol ditolak.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan signifikan, dan persepsi tampilan aplikasi serta rasa aman memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia.

Tabel 4.3 Uji t (Koefisien Regresi)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1.327 | .123 | | 10.821 | <,001 | | |
| | Tampilan | .566 | .035 | .673 | 16.076 | <,001 | .629 | 1.590 |
| | Rasa_Aman | .099 | .030 | .138 | 3.300 | .001 | .629 | 1.590 |

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pengguna

Tabel ini menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda dengan variabel dependen berupa kepuasan pengguna *e-wallet* dan dua variabel independen, yaitu persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut:

Interpretasi Koefisien

1. Konstanta (*Constant*):

Nilai konstanta sebesar 1.327 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen (persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman) bernilai nol, maka nilai kepuasan pengguna *e-wallet* adalah 1.327. Dengan kata lain, angka ini memberikan gambaran dasar tentang tingkat kepuasan dalam suatu kondisi, tanpa pengaruh dari kedua variabel tersebut.

2. Koefisien Variabel Persepsi Tampilan Aplikasi:

a. Koefisien *unstandardized* untuk persepsi tampilan aplikasi adalah 0.566. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam persepsi tampilan aplikasi akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0.566, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

b. Nilai t untuk variabel ini adalah 16.076 dengan nilai signifikansi (Sig.) < 0.001 . Karena nilai p jauh lebih kecil daripada 0.05, kita dapat menolak hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa persepsi tampilan aplikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* (Cyr et al., 2006).

3. Koefisien Variabel Rasa Aman:

a. Koefisien *unstandardized* untuk rasa aman adalah 0.099, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam rasa aman akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0.099, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

b. Nilai t untuk variabel ini adalah 3.300 dengan signifikansi (Sig.) 0.001. Karena nilai p juga kurang dari 0.05, kita dapat menolak hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa rasa aman juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

Statistik Tambahan

1. Koefisien standar (*Standardized Coefficients Beta*):

- Persepsi tampilan aplikasi: 0.673
- Rasa aman: 0.138

Ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi tampilan aplikasi terhadap kepuasan pengguna lebih besar dibandingkan rasa aman.

2. *Collinearity Statistics*:

- Tolerance untuk persepsi tampilan aplikasi dan rasa aman masing-masing adalah 0.629
- *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk keduanya adalah 1.590

Nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Berdasarkan hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

a. Hipotesis 1: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi tampilan aplikasi terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

b. Hipotesis 2: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara rasa aman terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

Kedua variabel independen terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Dengan koefisien positif dan tingkat signifikansi yang rendah, peningkatan pada persepsi tampilan aplikasi maupun rasa aman berhubungan langsung dengan meningkatnya kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia (Liao et al., 2007).

Tabel 5. Uji Normalitas
Tests of Normality

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-------------------|---------------------------------|-----|-------|--------------|-----|-------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| Tampilan | .109 | 380 | <,001 | .954 | 380 | <,001 |
| Rasa_Aman | .240 | 380 | <,001 | .812 | 380 | <,001 |
| Kepuasan_Pengguna | .088 | 380 | <,001 | .967 | 380 | <,001 |

a. Lilliefors Significance Correction

Uji normalitas merupakan salah satu teknik statistika yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu data yang telah dikumpulkan berasal dari distribusi yang bersifat normal atau tidak. Di mana asumsi normalitas ini menjadi syarat yang sangat penting dalam penggunaan analisis statistik parametrik, seperti regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan dua metode utama, yaitu *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*, yang mana keduanya dapat memberikan gambaran mengenai distribusi data dari masing-masing variabel penelitian tersebut.

Adapun hipotesis yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis nol (H_0): Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- Hipotesis alternatif (H_1): Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah disajikan dalam Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel yang diteliti, baik melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* maupun *Shapiro-Wilk*, semuanya menunjukkan nilai yang berada di bawah batas signifikansi yang berlaku secara umum, yakni 0,05. Di mana hal ini dapat mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas secara statistik.

Kolmogorov-Smirnov

- Tampilan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ dengan nilai statistik sebesar 0,109. Nilai signifikansi yang lebih kecil daripada 0,05 ini menyebabkan hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel Tampilan tidak bersifat normal.
- Rasa Aman memiliki nilai statistik sebesar 0,240 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Dengan nilai p yang berada di bawah angka 0,05, maka hipotesis nol kembali ditolak. Di mana hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa distribusi data untuk variabel Rasa Aman menyimpang dari distribusi normal yang telah diharapkan.
- Kepuasan Pengguna tercatat memiliki nilai statistik sebesar 0,088 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Nilai signifikansi yang jauh di bawah ambang batas ini menyebabkan hipotesis nol kembali ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini pun tidak berdistribusi normal.

Shapiro-Wilk

- Tampilan menunjukkan nilai statistik sebesar 0,954 dengan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Nilai signifikansi yang lebih kecil daripada 0,05 ini menyebabkan hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel Tampilan tidak bersifat normal.
- Rasa Aman memiliki nilai statistik sebesar 0,812 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Dengan nilai p yang berada di bawah angka 0,05, maka hipotesis nol kembali ditolak. Di mana hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa distribusi data untuk variabel Rasa Aman menyimpang dari distribusi normal yang telah diharapkan.
- Kepuasan Pengguna tercatat memiliki nilai statistik sebesar 0,967 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Nilai signifikansi yang jauh di bawah ambang batas ini menyebabkan hipotesis nol kembali ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini pun tidak berdistribusi normal.

Secara keseluruhan, hasil uji normalitas dari kedua metode yang digunakan menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu Tampilan, Rasa Aman, dan Kepuasan Pengguna, tidak memenuhi asumsi normalitas secara umum (Ghasemi & Zahediasl, 2012). Temuan ini penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi validitas hasil analisis selanjutnya. Oleh karena itu, para peneliti disarankan untuk mempertimbangkan langkah transformasi data, seperti menggunakan logaritma atau akar kuadrat, guna mendekati distribusi data ke arah normal. Namun, apabila transformasi tersebut tidak berhasil memperbaiki permasalahan normalitas, maka pendekatan analisis non-parametrik dapat menjadi alternatif yang lebih tepat dan sesuai dengan karakteristik data yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 380 responden pengguna aktif *e-wallet* di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap tampilan aplikasi dan rasa aman dapat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Di mana hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan sebesar 58,5% variasi dalam kepuasan pengguna. Adapun sisanya, yaitu sebesar 41,5%, merupakan variasi yang dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini, seperti kecepatan layanan, kenyamanan fitur, maupun promosi dari penyedia aplikasi.

Secara parsial, persepsi terhadap tampilan aplikasi menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan rasa aman. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi dan tingkat signifikansi yang lebih tinggi pada variabel tampilan, di mana persepsi terhadap desain antarmuka, kemudahan navigasi, serta kenyamanan visual dianggap lebih berperan dalam membentuk kepuasan pengguna dibandingkan dengan rasa aman yang dirasakan. Selanjutnya, temuan ini juga dapat memperkuat hasil yang telah dipaparkan dalam bagian pembahasan, di mana semakin tinggi persepsi positif terhadap tampilan aplikasi maupun keyakinan terhadap keamanan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Di mana hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi teknis semata, tetapi juga oleh kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital.

Dengan demikian, aspek antarmuka dan keamanan merupakan dua elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dalam upaya peningkatan kualitas layanan digital. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk secara seimbang mengedepankan pengembangan desain visual yang menarik dan mudah digunakan, serta memastikan sistem keamanan yang andal. Di mana kedua aspek tersebut dapat berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya dapat membentuk loyalitas jangka panjang terhadap layanan *e-wallet* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Routledge.
- Cyr, D., Head, M., & Ivanov, A. (2006). Design aesthetics leading to m-loyalty in mobile commerce. *Information & Management*, 43(8), 950-963.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: A guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), 486-489.
- Gupta, P. , & Hakhu, R. (2021). Impact of Perceived Security and Perceived Trust on Intention to Use Digital Payments. *A Study on Indian Customers. Webology*, 18(6).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Jameel, A. S. , & Alheety, A. S. (2022). Behavioural Intention to Use e-Wallet: The Perspective Study of Security and Trust. *ResearchGate*.

- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13, Vol. 1). Erlangga.
- Liao, C., Chen, J.-L., & Yen, D. C. (2007). Theory of planned behavior (TPB) and customer satisfaction in the continued use of e-service: An integrated model. *Computers in Human Behavior*, 23(6), 2804-2822.
- Marini. (2022). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi DANA dalam perspektif ekonomi Islam* (Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Nah, F. F.-H., Siau, K., & Sheng, H. (2005). The value of mobile applications: A utility company study. *Communications of the ACM*, 48(2), 85-90.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Pallant, J. (2010). *SPSS survival manual* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Saputra, P., Rafli, M., Renaldi, B., Ismail, S. A., & Mulia, H. C. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan transaksi terhadap minat menggunakan aplikasi DANA pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(12).
- Serli, S., Hilaliyah, H., & Desiana, L. (2024). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan layanan mobile banking Bank Sumsel Babel Syariah (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(6), 62-78.
- Sudimanto, S., K., C. P., C., & Marcell Christian, M. (2022). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, keamanan privasi, kualitas sistem, serta kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi PeduliLindungi. *Media Informatika*, 21(3).
- von Wangenheim, C. G. , Porto, J. V. A. , & Borgatto, A. F. (2018). Do we agree on user interface aesthetics of Android apps? *ArXiv Preprint ArXiv:1812.09049*.
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of users' post-adoption behaviour of mobile services. *Behaviour & Information Technology*, 30(2), 241-250.