

ANALISIS PENGARUH LAYANAN BANTUAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GOPAY (STUDI KASUS DI JABODETABEK)

Zulfa Rojwa Aqilah, Widarto Rachbini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
2410116047@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh layanan bantuan dan kualitas produk (X) terhadap kepuasan pengguna (Y) GoPay di wilayah JABODETABEK. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 100 responden pengguna aktif aplikasi GoPay. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, diperoleh hasil bahwa layanan bantuan serta kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi dompet digital GoPay, dengan nilai signifikansi simultan (uji F) sebesar < 0.001 dan nilai adjusted R square sebesar 58,9% yang berarti variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kedua variabel X. Melalui hasil uji t, kedua variabel X, baik layanan bantuan dan kualitas produk, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0.05. Dengan adanya temuan ini, dapat diketahui bahwa layanan bantuan dan kualitas produk merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pengguna layanan dompet digital seperti GoPay.

Kata Kunci: layanan bantuan, kualitas produk, kepuasan pengguna, dompet digital, GoPay

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of customer service and product quality (X) on user satisfaction (Y) with GoPay in the Greater Jakarta area. This study uses a quantitative approach and involves 100 active GoPay app users as respondents. Using multiple linear regression analysis, the results indicate that customer service and product quality have a significant influence on user satisfaction with the GoPay digital wallet app, with a simultaneous significance value (F-test) of < 0.001 and an adjusted R-square value of 58.9%, meaning that the variation in user satisfaction can be explained by both X variables. Through the t-test results, both X variables, customer service and product quality, have a significant influence on user satisfaction, with a significance level of less than 0.05. With these findings, it can be concluded that customer service and product quality are important factors that need to be considered to improve user satisfaction with digital wallet services such as GoPay.

Keywords: customer service, product quality, user satisfaction, digital wallet, GoPay

Article history

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 827
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

Revolusi industri 4.0 membawa perubahan yang nyata bagi kehidupan manusia, karena revolusi ini mempraktikkan konsep otomatis, di mana pekerjaan banyak dilakukan oleh mesin daripada tenaga manusia. Kemajuan teknologi digital juga membawa perubahan besar terhadap dunia keuangan dengan hadirnya financial technology (Pambudi, 2019). Financial Technology (Fintech) adalah inovasi pada sistem keuangan yang menggabungkan teknologi modern dengan layanan finansial yang menciptakan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi (Adji et al., 2023).

E-wallet (dompet digital) adalah salah satu bentuk fintech yang menggunakan internet, sebagai metode pembayaran alternatif. Penggunaan e-wallet di kalangan masyarakat menjadi populer karena menawarkan berbagai kemudahan dan dapat diakses oleh semua kalangan (Nawawi, 2020). Di Indonesia, terdapat banyak aplikasi e-wallet seperti OVO, GoPay, LinkAja, DANA, ShopeePay, dan sebagainya. GoPay adalah aplikasi dompet digital yang dihadirkan oleh Gojek, yang pada awalnya adalah penyedia layanan jasa transportasi online. GoPay hanya sebagai media pembayaran pada aplikasi Gojek di awal kemunculannya, namun saat ini GoPay dapat digunakan sebagai pilihan untuk membayar transaksi di berbagai tempat, misalnya swalayan, minimarket, toko online, hingga restoran yang telah bekerja sama dengan GoPay (Prakosa & Wintaka, 2020).

Ketatnya persaingan di industri aplikasi dompet digital menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Dua hal tersebut adalah faktor penting dalam membangun kenyamanan, kepercayaan dan loyalitas pengguna. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Indarso et al. (2024), layanan bantuan yang andal, berwujud, dan memberikan kepastian, berpengaruh pada kepuasan pengguna GoPay. Selain itu, kemudahan penggunaan pada aplikasi GoPay menyebabkan konsumen merasa puas dan menggunakan aplikasi dompet digital ini secara berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh layanan bantuan dan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna GoPay di wilayah JABODETABEK. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan dan produk pada aplikasi dompet digital di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)

Kepuasan memiliki definisi sebagai suatu penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna pada tingkat kesenangan yang diinginkan (Caniago, 2022). Kepuasan dapat diperoleh dari pelayanan, nilai, dan kualitas. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al., (2022), kepuasan berarti tanggapan pengguna dalam menilai perbedaan antara harapan dengan produk yang digunakan, ketidakpuasan pengguna dapat berakibat pada persepsi negatif konsumen terhadap suatu merek serta tidak adanya niat untuk melakukan pembelian ulang.

2. Layanan Bantuan (Customer Support)

Layanan bantuan merupakan fitur dukungan yang disediakan penyedia layanan untuk pengguna aplikasi dengan tujuan memudahkan para pengguna memperoleh solusi cepat dan tepat melalui pendekatan empatik saat menghadapi kendala terkait aplikasi. Model ESERVQUAL yang diteliti oleh Alamsha dan Purnama (2022) dari Parasuraman et al. (2005), kualitas layanan digital mencakup tujuh dimensi:

- Efisiensi, berkaitan dengan kemudahan pengguna dalam mencari informasi yang ada pada aplikasi
- Ketersediaan sistem, yang berarti aplikasi menyediakan kebutuhan konsumen
- Pemenuhan, berarti aplikasi berhasil dalam menyampaikan produknya dengan akurat dan mampu memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi selama proses transaksi

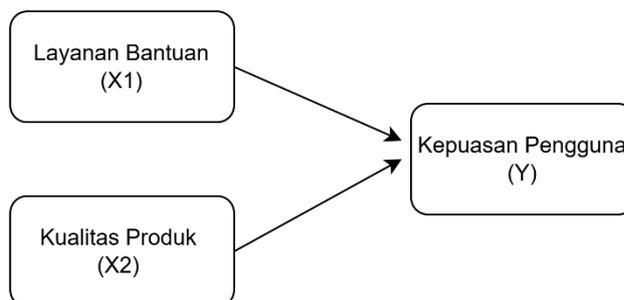
- Privasi, berarti aplikasi dapat dipercaya untuk menyimpan data personal
- Responsivitas, adalah saat aplikasi dapat merespon konsumen dengan tepat waktu
- Kompensasi, aplikasi memberikan ganti rugi jika layanan yang diterima konsumen tidak memuaskan
- Interaksi antar pengguna, artinya aplikasi menyediakan fitur layanan yang memungkinkan bagi para pengguna untuk saling berinteraksi.

3. Kualitas Produk (Product Quality)

Kualitas produk pada aplikasi dompet digital menjadi indikasi sampai di mana penyedia layanan dompet digital mampu mengadakan layanan transaksi digital yang mudah digunakan, cepat, andal, aman, serta sesuai kebutuhan pengguna. Kualitas produk yang baik dapat memberikan kepuasan serta kepercayaan pengguna yang juga akan berdampak positif bagi keberlangsungan perusahaan e-wallet.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurdianto (2022), ditemukan bahwa kualitas produk GoPay memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya mahasiswa dari program studi Ekonomi Syariah di IAIN Kediri tahun angkatan 2019. Dengan nilai t hitung sebesar 17.414 yang jauh lebih besar daripada nilai t tabel, yakni 1.65. Dalam penelitian juga disebutkan bahwa kualitas produk menjelaskan 76.1% variasi kepuasan pelanggan, yang berarti kualitas produk adalah faktor utama yang menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital GoPay. Dengan begitu, kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa semakin berkualitas produk GoPay, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan penggunaannya.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Diagram Konsep

Diagram pada Gambar 1 adalah kerangka konseptual mengenai pengaruh layanan bantuan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y) dompet digital GoPay di wilayah JABODETABEK. Layanan bantuan (X_1) diukur dengan menggunakan tiga indikator, yaitu tim customer service selalu membantu pengguna, tim customer service bersimpati terhadap pertanyaan saya, dan layanan komunikasi langsung tersedia seperti telepon dan live chat. Indikator dari variabel kualitas produk (X_2) meliputi banyak pilihan produk sesuai kebutuhan, produk sesuai penjelasan, dan produk sesuai ekspektasi. Kedua variabel ini berperan penting dalam menciptakan kepuasan pengguna dompet digital GoPay. Hal ini berarti peningkatan pada layanan bantuan dan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital, dalam konteks ini adalah GoPay.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey sebagai teknik pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden pengguna aktif aplikasi e-wallet GoPay yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Kriteria responden ditetapkan

secara purposive sampling, yaitu memiliki pendidikan terakhir SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas) hingga S3, serta memiliki penghasilan bulanan minimal Rp5.000.000 dan maksimal lebih dari Rp25.000.000.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang mengukur tiga variabel penelitian, yaitu layanan bantuan (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan pengguna (Y). Setiap indikator pada variabel dinilai menggunakan skala Likert. Untuk menganalisis data dan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4.00	.853
X1.2	100	2	5	3.94	.802
X1.3	100	1	5	3.92	.884
Layanan Bantuan (X1)	100	2.00	5.00	3.9533	.74010
X2.1	100	1	5	4.04	.942
X2.2	100	2	5	4.12	.782
X2.3	100	2	5	4.16	.775
Kualitas Produk (X2)	100	2.00	5.00	4.1067	.72919
Y1	100	1	5	3.93	.924
Y2	100	3	5	4.35	.672
Y3	100	3	5	4.26	.747
Kepuasan (Y)	100	3.00	5.00	4.1800	.63814
Valid N (listwise)	100				

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu pengguna aktif e-wallet GoPay, berpenghasilan minimal Rp5.000.000 dan maksimal lebih dari Rp25.000.000 setiap bulan, dengan pendidikan akhir SLTA hingga S3, serta bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek.

Variabel layanan bantuan (X1) memiliki tiga indikator pernyataan dengan rata-rata masing-masing indikator sebesar 4.00, 3.94, 3.92. Rata-rata keseluruhan indikator dari variabel X1 adalah 3.95 dengan standar deviasi 0.74. Hal ini menunjukkan persepsi responden terhadap layanan bantuan (X1) tergolong positif dengan variasi data moderat. Sebagian besar responden setuju bahwa layanan bantuan yang diberikan oleh aplikasi dompet digital GoPay telah memadai.

Selanjutnya, variabel kualitas produk (X2) juga diukur menggunakan tiga indikator pernyataan, dengan masing-masing indikator memiliki rata-rata sebesar 4.04, 4.12, 4.16. Rata-rata keseluruhan indikator pada variabel X2 adalah 4.11 dengan standar deviasi 0.73. Hal ini berarti responden secara umum menilai kualitas produk yang diberikan GoPay sudah sangat baik dan konsisten.

Dalam mengukur variabel kepuasan pengguna (Y) digunakan tiga indikator pernyataan dengan rata-rata masing-masing indikator 3.93, 4.35, dan 4.26. Rata-rata dari keseluruhan indikator pada variabel Y adalah 4.18 dengan standar deviasi 0.64. Persepsi responden terhadap variabel Y tergolong sangat positif. Secara umum, responden secara konsisten merasa sangat puas dengan layanan atau produk yang diberikan oleh aplikasi GoPay.

Secara keseluruhan, hasil dari analisis statistik deskriptif ini menunjukkan layanan bantuan dan kualitas produk yang diberikan oleh aplikasi dompet digital GoPay berkontribusi pada tingkat kepuasan pengguna yang tinggi. Responden menilai bahwa GoPay telah memberikan pelayanan dan produk yang memadai dan berkualitas, sehingga pengguna merasa puas.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Layanan Bantuan	X1.1	0.599	0.196	Valid
	X1.2	0.655	0.196	Valid
	X1.3	0.606	0.196	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0.579	0.196	Valid
	X2.2	0.767	0.196	Valid
	X2.3	0.744	0.196	Valid
Kepuasan Pengguna	Y1	0.516	0.196	Valid
	Y2	0.695	0.196	Valid
	Y3	0.746	0.196	Valid

Uji validitas dilakukan untuk mengecek keakuratan dan kesesuaian kuesioner sehingga menghasilkan data yang akurat, relevan, serta dapat dipercaya guna mendapatkan kesimpulan yang valid dalam penelitian. Pengujian dilakukan menghitung hubungan korelasi pearson. Sebuah indikator dinyatakan valid apabila nilai korelasinya (r hitung) lebih dari r tabel. Nilai r tabel yang digunakan adalah pada tingkat signifikansi 5%, dengan responden sebanyak 100 orang, maka nilai r tabelnya adalah 0.196.

Nilai r hitung yang ada pada Tabel 2 adalah hasil dari uji vaaliditas yang dilakukan masing-masing indikator. Nilai r hitung yang diperoleh paling rendah adalah 0.516 pada variabel Y dengan indikator yang pertama (Y1) dan paling tinggi pada variabel X2 dengan indikator yang kedua, yaitu 0.767. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator tiap variabel adalah valid, karena seluruhnya memiliki nilai (r hitung) yang lebih tinggi dari nilai r tabel (0.196).

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Layanan Bantuan	0.845	3	Reliabel
Kualitas Produk	0.842	3	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0.737	3	Reliabel

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu variabel penelitian. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel (andal), jika jawaban responden terhadap kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen kuesioner dapat dinyatakan reliabel (andal) jika nilai Cronbach's Alpha melebihi angka 0.70.

Tabel 3 adalah hasil uji reabilitas dari tiga variabel terhadap masing-masing indikatornya. Variabel layanan bantuan (X1) nilai Cronbach's Alphanya adalah 0.845, variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.842, dan nilai Cronbach's Alpha dari variabel kepuasan pengguna (Y2) adalah 0.737. Karena seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut melebihi batas minimal 0.70 maka instrumen pada ketiga variabel dapat dinyatakan reliabel (andal). Variabel yang andal membuktikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan terhadap hasil, mengurangi kesalahan pengukuran, memperkuat validitas, serta mendukung pengembangan teori dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 4.1 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.598	.40440

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Layanan Bantuan (X1)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran dalam analisis regresi yang menunjukkan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol (0) dan satu (1). Jika nilai variabel X mendekati satu, maka berarti variabel independen (X) memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Y).

Nilai adjusted r square pada Tabel 4 sebesar 0.598 menunjukkan bahwa 59.8% variasi yang terjadi pada variabel dependen, yakni kepuasan pengguna (Y), dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2). Sementara itu, sebesar 40.2% yang terjadi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 4.2 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.452	2	12.226	74.761	<.001 ^b
	Residual	15.863	97	.164		
	Total	40.316	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Layanan Bantuan (X1)

Uji F adalah pengujian simultan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan terdapat dari variabel X terhadap variabel Y.

Tabel ANOVA juga berkaitan langsung dengan pengujian hipotesis simultan, yang berarti bahwa tabel ANOVA dapat digunakan untuk mengambil keputusan terhadap hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) yang dilakukan dalam uji F.

Hipotesis yang dapat diperoleh dalam analisis ini berdasarkan uji F yang telah dilakukan adalah:

- Hipotesis nol (H_0): Dampak yang diberikan oleh variabel layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2) tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).
- Hipotesis alternatif (H_1): Variabel layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2) berdampak signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y)

Pada tabel ANOVA di atas, nilai Sig. sebesar < 0.001 yang berarti lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima. Hal ini karena terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y).

Tabel 4.3 Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.096	.260		4.210	<.001
	Layanan Bantuan (X1)	.212	.064	.246	3.326	.001
	Kualitas Produk (X2)	.547	.065	.625	8.463	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Uji t merupakan pengujian parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2), berpengaruh secara signifikan secara individual terhadap kepuasan pengguna (Y). Pengujian ini berbeda dengan uji F yang menguji pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama).

Terdapat kriteria dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- Apabila nilai Sig. < 0.05 dan nilai t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak karena variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)
- Apabila nilai Sig. ≥ 0.05 dan nilai t hitung ≤ t tabel, maka H₀ diterima karena variabel independen (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

Hasil uji t berdasarkan pada tabel coefficient:

- Layanan bantuan (X1) memiliki nilai Sig. 0.001 < 0.05 dan t hitung = 3.326 yang lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 1.984. Artinya, layanan bantuan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pengguna, sehingga H₀ (layanan bantuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna) ditolak.
- Kualitas produk (X2) memiliki nilai Sig. < 0.001 dan t hitung = 8.463. Artinya, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga H₀ (kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna) ditolak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yakni layanan bantuan dan kualitas produk, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (dalam penelitian ini, pengguna GoPay di wilayah JABODETABEK).

Tabel 5. Uji Normalitas
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Total (X1)	.125	100	<.001	.935	100	<.001
Total (X2)	.142	100	<.001	.917	100	<.001
Total (Y)	.141	100	<.001	.908	100	<.001

a. Lilliefors Significance Correction

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Keputusan diambil dengan kriteria:

- Jika nilai Sig. > 0.05 maka berarti data berdistribusi normal dan H₀ diterima
- Jika nilai Sig. ≤ 0.05 maka berarti data tidak berdistribusi normal dan H₀ ditolak

Dari Tabel 5, nilai signifikansi semua variabel (X1, X2, Y) adalah kurang dari 0.05. Hal ini mengidentifikasi bahwa data tidak berdistribusi normal dan H₀ yang menyatakan data

berdistribusi normal ditolak. Karena data tidak berdistribusi normal, maka dapat menggunakan analisis non-parametrik, yaitu teknik statistik yang tidak mengharuskan data untuk berdistribusi normal dan tetap memberikan hasil yang valid.

KESIMPULAN

Melalui hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa layanan bantuan (customer support) serta kualitas produk (product quality) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (user satisfaction) pada aplikasi e-wallet GoPay yang berdomisili di wilayah JABODETABEK.

Hasil uji F memberikan bukti bahwa kedua variabel independen, yakni layanan bantuan (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pengguna, sebagai variabel dependennya dengan nilai signifikansi < 0.001 . Nilai adjusted R square yang diperoleh dalam proses analisis adalah sebesar 59.8% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh dua variabel independen (X).

Uji t memperlihatkan hasil analisis bahwa variabel X secara terpisah juga berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Nilai signifikansi dari variabel layanan bantuan dan kualitas produk, masing-masing adalah 0.001 dan kurang dari 0.001. Keduanya memiliki nilai Sig. < 0.05 .

Meskipun hasil uji normalitas menunjukkan data tidak berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi kurang dari 0.05, tetapi analisis tetap dapat dilakukan dengan menggunakan analisis non-parametrik, karena analisis tersebut tidak mengharuskan data untuk berdistribusi normal dan tetap memberikan hasil yang valid.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah layanan yang responsif sebagai bentuk bantuan pihak penyedia layanan kepada pengguna dan kualitas produk yang unggul juga memadai adalah faktor penting yang harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh penyedia aplikasi e-wallet, khususnya GoPay untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrabi, A. N. L., & Noerlina, N. (2023). Perkembangan inovasi fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 5(1), 47-58.
- Alamsha, H. D. (2022). Evaluasi Kualitas Produk Dompot Digital (E-Wallet Quality) Indonesia pada Aplikasi Dana.
- Caniago, A. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- Indarso, A. O., Raffael, R., & Salsabilla, A. T. (2024). Literature Review: Analisis Faktor Pengaruh Kepuasan Pengguna E-Wallet Generasi Milenial dan Z. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 21(1), 22-29.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189-205.
- Nurdianto, G. W. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Dompot Digital Go-Pay Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 4(2), 74-81.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Setiawan, A., Maria, B., Endriyati, F. E., Wijanarko, M. F., & Marliya, S. (2022). Model Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4), 6865-6874.