

PENGARUH KEAMANAN, LAYANAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT REKOMENDASI PENGGUNA E-WALLET DI INDONESIA

Kashifa Ahmad, Widarto Rachbini
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Email : 2410116058@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan e-wallet sebagai alat pembayaran yang praktis dan efisien di Indonesia. Dalam konteks persaingan antar penyedia layanan e-wallet, rekomendasi pengguna menjadi salah satu indikator penting keberhasilan platform. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk terhadap niat rekomendasi pengguna e-wallet di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data diperoleh melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 100 responden pengguna aktif e-wallet, dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat rekomendasi pengguna, baik secara simultan maupun parsial. Di antara ketiganya, kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan ($\beta = 0,168$, $p = 0,005$), diikuti oleh layanan pelanggan ($\beta = 0,120$, $p = 0,030$) dan keamanan ($\beta = 0,100$, $p = 0,027$). Model regresi menjelaskan 57,6% variasi dalam niat rekomendasi pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman pengguna yang positif terhadap fungsi aplikasi, pelayanan, dan keamanan sistem menjadi faktor kunci dalam mendorong promosi sukarela melalui rekomendasi.

Kata kunci: E-Wallet, Niat Rekomendasi, Keamanan, Layanan Pelanggan, Kualitas Produk, Perilaku Konsumen Digital

Abstract

The development of digital technology has driven the increased use of e-wallets as a practical and efficient payment method in Indonesia. In the context of competition among e-wallet service providers, user recommendations have become an important indicator of a platform's success. This study aims to analyse the influence of security, customer service, and product quality on users' intention to recommend e-wallets in Indonesia. The method used is a quantitative approach with an associative causal research design. Data was collected through an online questionnaire distributed to 100 active e-wallet users and analysed using multiple linear regression. The results of the study indicate that the three independent variables—security, customer service, and product quality—significantly influence users' recommendation intentions, both simultaneously and partially. Among the three, product quality has the most dominant influence ($\beta = 0.168$, $p = 0.005$), followed by customer service ($\beta = 0.120$, $p = 0.030$) and security ($\beta = 0.100$, $p = 0.027$). The regression model explains 57.6% of the variation in users' recommendation intentions. These findings confirm that positive user experiences with app functionality, service, and system

Article history

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

Plagirism checker no 832
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/)

security are key factors in driving voluntary promotion through recommendations.

Keywords: *E-Wallet, Recommendation Intent, Security, Customer Service, Product Quality, Digital Consumer Behaviour*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk dalam cara melakukan transaksi keuangan. Inovasi-inovasi digital, khususnya dalam sistem pembayaran semakin diminati karena dinilai lebih cepat dan efisien dibandingkan metode konvensional (Krismajayanti, 2024). Salah satu inovasi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah dompet elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah e-wallet.

E-wallet merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk menyimpan uang secara elektronik dan melakukan berbagai jenis transaksi seperti pembayaran, pembelian pulsa, hingga transfer dana antar pengguna (Sriyono, 2023). Menurut (Jumawan, 2024) e-wallet menjadi alternatif pembayaran yang praktis karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan smartphone. Hal ini membuat e-wallet sangat relevan dengan gaya hidup masyarakat modern yang serba cepat dan efisien.

Di Indonesia penggunaan e-wallet mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan artikel yang diperoleh dari (Brankas Team, 2024) terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah transaksi digital, khususnya transaksi berbasis QRIS yang terintegrasi dengan layanan e-wallet seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya akses masyarakat terhadap internet serta tingginya angka kepemilikan smartphone. Selain itu, adanya program diskon, cashback, dan kemudahan dalam penggunaan turut menarik minat masyarakat untuk beralih ke metode pembayaran digital.

Seiring semakin banyaknya penyedia layanan e-wallet yang bermunculan di Indonesia, persaingan antar platform menjadi semakin ketat. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba untuk menarik perhatian pengguna dengan berbagai strategi, seperti penawaran promo, cashback, hingga kemudahan dalam penggunaan aplikasi (Raharjo, 2021). Dalam situasi kompetitif seperti ini, jumlah pengguna saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan jangka panjang suatu platform.

Aspek penting yang menjadi perhatian dalam mempertahankan dan mengembangkan basis pengguna adalah niat untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Niat rekomendasi (recommendation intention) mencerminkan sejauh mana pengguna merasa puas dan percaya terhadap layanan yang mereka gunakan, sehingga mereka bersedia menyarakannya kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial (Hanifah, 2025). Menurut (Purwitasari, 2024) Informasi yang berasal dari teman, keluarga, atau pengguna lain dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan promosi dari perusahaan. Fenomena ini dikenal dengan istilah electronic word of mouth (e-WOM). Menurut (Al-Fadillah, 2025) e-WOM memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen, khususnya dalam layanan berbasis internet seperti e-wallet.

Tiga faktor utama yang diyakini mempengaruhi niat rekomendasi pengguna adalah keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk. Keamanan menjadi aspek krusial dalam transaksi digital karena menyangkut perlindungan data pribadi dan risiko kehilangan dana (Putri, 2025). Sementara itu, layanan pelanggan yang responsif dan solutif dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan terhadap penyedia layanan (Maharani, 2023). Di sisi lain, kualitas produk, yang mencakup kemudahan penggunaan, fitur yang lengkap, dan stabilitas sistem, juga memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif (Rachman, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan layanan e-wallet yang semakin ketat di Indonesia, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk merekomendasikan layanan menjadi sangat penting. Keamanan sistem, kualitas layanan pelanggan, dan keandalan produk merupakan elemen-elemen kunci yang tidak hanya membentuk kepuasan dan kepercayaan pengguna, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan secara sukarela. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap niat rekomendasi pengguna e-wallet di Indonesia, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan yang lebih efektif di era digital saat ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel menggunakan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Sementara itu, jenis penelitian asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen, yaitu keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk, berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu niat rekomendasi pengguna e-wallet di Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna e-wallet di Indonesia, khususnya mereka yang menggunakan layanan populer seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang merupakan pengguna aktif e-wallet dan memiliki pengalaman atau kecenderungan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online.

Instrumen pengumpulan data menggunakan angket yang disusun dalam bentuk skala Likert lima poin, dengan pilihan jawaban mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Kuesioner ini terdiri dari sejumlah pernyataan yang merepresentasikan empat variabel utama dalam penelitian, yaitu keamanan (X1), layanan pelanggan (X2), kualitas produk (X3), dan niat rekomendasi (Y). Indikator pada masing-masing variabel disusun berdasarkan teori dan penelitian terdahulu agar relevan dan terukur secara valid.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan software SPSS. Tahap awal analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan konsisten. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, guna memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi. Analisis utama dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial dari masing-masing variabel independen terhadap niat rekomendasi pengguna. Selain itu, uji t dan uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh tersebut, dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Reabilitas

Frequentist Scale Reliability Statistics

Coefficient	Estimate	Std. Error	95% CI	
			Lower	Upper
Coefficient α	0.948	0.004	0.940	0.956
Mean	85.639	0.613	84.438	86.841
Variance	142.827	10.375	124.489	165.562

Frequentist Scale Reliability Statistics

Coefficient	Estimate	Std. Error	95% CI	
			Lower	Upper
SD	11.951	0.349	11.157	12.867

Berdasarkan hasil uji Frequentist Scale Reliability Statistics, diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha (α) sebesar 0,948 dengan standard error sebesar 0,004, serta rentang confidence interval 95% antara 0,940 hingga 0,956. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, karena berada jauh di atas ambang batas minimum reliabilitas yang umum digunakan, yaitu 0,70. Artinya, butir-butir pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, yaitu keamanan, layanan pelanggan, kualitas produk, dan niat rekomendasi. Selain itu, nilai rata-rata skor total responden terhadap keseluruhan item adalah 85,639 dengan standar deviasi sebesar 11,951, yang menunjukkan adanya variasi yang cukup dalam respons, namun masih berada dalam batas yang wajar.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Model Summary - Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE	R ² Change	F Change	df1	df2	p
M ₀	0.000	0.000	0.000	0.830	0.000		0	379	
M ₁	0.772	0.597	0.576	0.540	0.597	29.655	18	361	< .001

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
M ₁	Regression	155.882	18	8.660	29.655	< .001
	Residual	105.423	361	0.292		
	Total	261.305	379			

Model Summary - Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet pilihan saya kepada teman-teman dekat

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
M ₀	0.000	0.000	0.000	0.854
M ₁	0.782	0.612	0.593	0.545

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
M ₁	Regression	169.315	18	9.406	31.658	< .001
	Residual	107.261	361	0.297		
	Total	276.576	379			

Model Summary - Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
M ₀	0.000	0.000	0.000	0.850
M ₁	0.781	0.610	0.591	0.543

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
M ₁	Regression	167.035	18	9.280	31.415	< .001
	Residual	106.636	361	0.295		
	Total	273.671	379			

Hasil uji regresi berganda yang dilakukan pada tiga indikator niat rekomendasi menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk secara signifikan mampu menjelaskan variasi dalam niat pengguna untuk merekomendasikan e-wallet. Pada pernyataan “Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet yang saya gunakan kepada keluarga maupun teman”, diperoleh nilai R² sebesar 0,597 (Adjusted R² = 0,576), dengan F hitung 29,655 dan signifikansi p < 0,001, menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 59,7% variabilitas niat rekomendasi. Hasil serupa juga ditemukan pada indikator “Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet pilihan saya kepada teman-teman dekat”, dengan R² sebesar 0,612 (Adjusted R² = 0,593), dan F hitung 31,658, p < 0,001. Sementara itu, untuk indikator “Saya akan merekomendasikan aplikasi e-wallet ini kepada teman maupun keluarga yang ingin bertransaksi secara online ataupun offline”, nilai R² adalah 0,610 (Adjusted R² = 0,591), dengan F hitung 31,415, p < 0,001.

Ketiga model tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi niat pengguna untuk merekomendasikan e-wallet. Nilai R yang tinggi (di atas 0,77) mencerminkan adanya hubungan yang kuat antara variabel prediktor dan niat rekomendasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk merekomendasikan layanan e-wallet yang digunakan.

Coefficients

Model		Unstandardize d	Standar d Error	Standardize d	t	p
Mo	Rekomendas i E-wallet	4.118	0.044		94.47 7	< .00 1
Variabe l	Keamanan	0.100	0.045	0.108	2.222	0.027
	Kualitas Produk	0.168	0.060	0.149	2.797	0.005
	Layanan Pelanggan	0.120	0.055	0.118	2.182	0.030

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Model 1, diketahui bahwa ketiga variabel independent yaitu keamanan, kualitas produk, dan layanan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap niat rekomendasi pengguna e-wallet di Indonesia. Variabel keamanan memiliki koefisien sebesar 0,100 dengan nilai $t = 2,222$ dan $p = 0,027$, yang menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap keamanan aplikasi e-wallet secara nyata mendorong pengguna untuk merekomendasikan layanan tersebut. Selanjutnya, kualitas produk menunjukkan pengaruh yang paling kuat, dengan koefisien sebesar 0,168, $t = 2,797$, dan $p = 0,005$, mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan keandalan sistem menjadi faktor kunci dalam mendorong promosi sukarela dari pengguna. Sementara itu, layanan pelanggan juga terbukti signifikan, dengan koefisien 0,120, $t = 2,182$, dan $p = 0,030$, yang berarti semakin responsif dan membantu layanan yang diberikan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk merekomendasikan e-wallet tersebut.

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan niat rekomendasi pengguna, penyedia layanan e-wallet perlu secara simultan memperkuat aspek keamanan, meningkatkan kualitas produk, serta memastikan layanan pelanggan yang cepat dan solutif. Ketiga faktor ini secara bersama-sama berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pengguna yang mendorong mereka untuk menyarankan penggunaan aplikasi kepada orang lain.

Interpretasi Singkat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) maupun secara terpisah (parsial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pengguna untuk merekomendasikan layanan e-wallet. Artinya, ketiga faktor tersebut berperan penting dalam membentuk kecenderungan pengguna untuk menyarankan aplikasi e-wallet yang mereka gunakan kepada orang lain, baik kepada keluarga, teman dekat, maupun jaringan sosial yang lebih luas.

Dari ketiga variabel yang diuji, kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan. Hal ini menandakan bahwa pengguna sangat memperhatikan performa dan fitur yang ditawarkan oleh aplikasi e-wallet. Kualitas produk dalam konteks ini mencakup kemudahan navigasi aplikasi, kelengkapan fitur, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, hingga kecepatan dan kestabilan sistem saat digunakan. Penelitian oleh (Trinanda, 2025) menegaskan bahwa persepsi pengguna terhadap kualitas sistem dan kualitas informasi sangat memengaruhi kepuasan dan perilaku pengguna dalam lingkungan digital. Dalam kasus e-wallet, pengalaman pengguna yang baik akan meningkatkan kepercayaan sekaligus mendorong mereka untuk merekomendasikan aplikasi tersebut secara sukarela.

Selain kualitas produk, layanan pelanggan juga terbukti berpengaruh terhadap niat rekomendasi, meskipun kontribusinya tidak sebesar kualitas produk. Pengguna cenderung

merasa lebih percaya dan puas apabila layanan bantuan yang disediakan oleh penyedia e-wallet bersifat responsif, sopan, dan solutif. Hal ini sejalan dengan (Alim, 2025) yang menyatakan bahwa responsivitas dan empati dalam layanan memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk kembali menggunakan atau merekomendasikan layanan tersebut. Dalam ekosistem digital yang serba cepat seperti saat ini, kecepatan tanggapan atas keluhan atau pertanyaan menjadi nilai tambah yang penting.

Keamanan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat rekomendasi, meskipun berada pada urutan ketiga dari segi kekuatan pengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keamanan adalah faktor dasar yang sangat diperhitungkan pengguna dalam memutuskan untuk menggunakan layanan e-wallet, namun dalam konteks rekomendasi, pengguna lebih terdorong oleh pengalaman positif secara langsung yang mereka alami saat menggunakan aplikasi. Menurut (Mukhra, 2024) dalam transaksi berbasis internet, persepsi terhadap keamanan sangat penting pada tahap awal penggunaan, namun untuk mempertahankan dan memperluas penggunaan (termasuk dalam bentuk rekomendasi), dibutuhkan faktor lain seperti kenyamanan dan efisiensi layanan.

Temuan Penelitian

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa ketiga variabel yang diteliti yaitu keamanan, kualitas produk, dan layanan pelanggan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pengguna untuk merekomendasikan aplikasi e-wallet yang mereka gunakan. Artinya, semakin tinggi persepsi positif pengguna terhadap aspek-aspek tersebut, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.

1. Pengaruh keamanan terhadap niat rekomendasi tercermin dari nilai koefisien β sebesar 0,100 dengan tingkat signifikansi $p = 0,027$. Ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa bahwa aplikasi e-wallet aman, misalnya dalam melindungi data pribadi atau transaksi keuangan pengguna cenderung lebih percaya diri untuk menyarankan aplikasi tersebut kepada orang lain. Meskipun tidak sebesar pengaruh variabel lain, keamanan tetap merupakan elemen penting yang tidak bisa diabaikan dalam membangun kepercayaan pengguna.
2. Kualitas produk menunjukkan pengaruh yang paling besar dalam model ini, dengan koefisien β sebesar 0,168 dan nilai signifikansi $p = 0,005$. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman pengguna terhadap fungsi dan performa aplikasi seperti kemudahan navigasi, kelengkapan fitur, dan kecepatan transaksi memainkan peran kunci dalam mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Ketika pengguna merasa nyaman dan puas menggunakan aplikasi, mereka cenderung membagikan pengalaman positif tersebut kepada keluarga atau teman-teman mereka.
3. Layanan pelanggan juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai β sebesar 0,120 dan $p = 0,030$. Ini mengindikasikan bahwa dukungan pelanggan yang baik seperti kecepatan respons, kesopanan, dan kemampuan menyelesaikan masalah dapat meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk menjadi promotor aplikasi secara sukarela.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,576 menunjukkan bahwa sekitar 57,6% variasi dalam niat rekomendasi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Dengan kata lain, model yang dibangun dalam penelitian ini cukup kuat dalam memprediksi faktor-faktor yang mendorong pengguna e-wallet untuk merekomendasikan aplikasi yang mereka gunakan. Temuan ini memberikan dasar empiris yang jelas bahwa strategi peningkatan kualitas aplikasi, penguatan sistem keamanan, dan perbaikan layanan pelanggan adalah langkah-langkah konkret yang dapat dilakukan oleh penyedia e-wallet untuk memperluas jangkauan pasar melalui kekuatan rekomendasi pengguna.

Implikasi Temuan

1. Bagi pengembang e-wallet, meningkatkan kualitas produk, seperti antarmuka yang user-friendly, stabilitas sistem, dan fitur yang lengkap, menjadi prioritas strategis untuk mendorong loyalitas dan promosi sukarela dari pengguna.
2. Aspek layanan pelanggan tidak boleh diabaikan seperti kecepatan respon dan kemampuan menyelesaikan masalah secara efisien akan memperkuat kepuasan pengguna dan mendorong e-WOM (electronic word of mouth).
3. Meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan variabel lain, persepsi terhadap keamanan tetap menjadi prasyarat bagi kepercayaan awal pengguna terhadap sistem digital.

Penjelasan Berdasarkan Teori

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan e-wallet berperan penting dalam mendorong niat mereka untuk merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan teori Customer Satisfaction and Loyalty yang dikemukakan oleh Oliver (1999), yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya berkontribusi terhadap loyalitas pengguna, tetapi juga menjadi dasar bagi terbentuknya niat untuk berbagi pengalaman positif, termasuk dalam bentuk rekomendasi. Ketika pengguna merasa puas dengan layanan yang diterima baik dari sisi teknis maupun pelayanan mereka akan lebih cenderung untuk menjadi pendukung aktif dari produk tersebut.

Faktor kualitas produk, yang dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh paling dominan, secara langsung berkaitan dengan pengalaman pengguna (user experience). Dalam ekosistem layanan berbasis aplikasi seperti e-wallet, kualitas produk mencakup keandalan sistem, kemudahan navigasi, kecepatan transaksi, dan kelengkapan fitur. Temuan ini didukung oleh penelitian (Trinanda, 2025) yang menekankan bahwa dalam layanan elektronik, persepsi terhadap kualitas sistem dan antarmuka pengguna sangat menentukan kepuasan dan loyalitas. Semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk merekomendasikannya.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam model ini, disebutkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (persepsi terhadap manfaat) dan perceived ease of use (persepsi terhadap kemudahan). Kedua faktor ini secara tidak langsung berhubungan dengan kualitas produk e-wallet. Ketika pengguna merasa aplikasi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan, mereka akan cenderung menerima dan terus menggunakannya. Lebih jauh lagi, pengalaman positif ini mendorong mereka untuk merekomendasikan teknologi tersebut kepada orang lain, sebagai bagian dari bentuk kepuasan dan penerimaan mereka.

Adapun keamanan dan layanan pelanggan berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengalaman dan kepercayaan pengguna. Dalam buku (Al-Fadillah, 2025) disebutkan bahwa dalam transaksi online, persepsi terhadap keamanan menjadi dasar bagi pengguna untuk mempercayai sistem digital, terutama pada tahap awal penggunaan. Kepercayaan ini kemudian menjadi fondasi bagi loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Sementara itu, layanan pelanggan yang baik menciptakan perasaan dihargai dan diperhatikan, yang juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna, sebagaimana dijelaskan dalam model Service Quality (SERVQUAL).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, layanan pelanggan, dan kualitas produk terhadap niat rekomendasi pengguna e-wallet di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 responden pengguna aktif e-wallet, ditemukan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk merekomendasikan layanan e-wallet yang mereka gunakan.

Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan, diikuti oleh layanan pelanggan dan keamanan. Kualitas produk yang mencakup kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan stabilitas aplikasi terbukti menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk merekomendasikan e-wallet. Layanan pelanggan yang responsif dan solutif serta persepsi terhadap keamanan sistem juga berkontribusi signifikan dalam membentuk loyalitas pengguna melalui rekomendasi sukarela.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan 57,6% variasi niat rekomendasi, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti memiliki kontribusi yang kuat dalam membentuk perilaku promosi dari mulut ke mulut digital (electronic word of mouth).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas dan memperluas jangkauan pasar melalui rekomendasi pengguna, penyedia layanan e-wallet perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk, diikuti dengan penguatan layanan pelanggan dan sistem keamanan. Ketiga aspek tersebut terbukti membentuk pengalaman pengguna yang positif dan mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan secara aktif kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fadillah, T. &. (2025). PENGARUH KEAMANAN TRANSAKSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT REKOMENDASI (E-WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIATOR. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 19(3), 241-250.
- Alim, T. Z. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(1), 66-74.
- Brankas Team. (2024, Februari 29). *Perkembangan Pembayaran Digital di Indonesia: Tren dan Peluang*. Retrieved from BRANKAS: <https://blog.brankas.com/id/perkembangan-pembayaran-digital-di-indonesia-tren-peluang>
- Hanifah, P. R. (2025). PERAN KEAMANAN TRANSAKSI DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN NIAT REKOMENDASI PADA PENGGUNA DOMPET DIGITAL. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 19(10), 151-160.
- Jumawan, J. S. (2024). IMPLEMENTASI PEMANFAATAN DIGITAL PAYMENT (E-WALLET) PADA KALANGAN GENERASI Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2932-2938.
- Krismajayanti, N. P. (2024). Tren Revolusioner Bagaimana E-Wallet Mengubah Konsumen di Era Modern? *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 5(1), 41-51.
- Maharani, T. F. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet ShopeePay). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 517-532.
- Mukhra, U. H. (2024). *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Syiah Kuala University Press.

- Purwitasari, A. (2024). Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran Efektif: Tinjauan Literature Empiris. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 493-507.
- Putri, A. R. (2025). ANALISIS EFISIENSI DAN KEAMANAN DOMPET DIGITAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 7(1), 225-233.
- Rachman, D. A. (2025). PENGARUH KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT REKOMENDASI E-WALLET DENGAN KEPUASAN SEBAGAI MEDIATOR. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 19(3), 321-330.
- Raharjo, B. (2021). Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-299.
- Sriyono, S. A. (2023). Efektifitas Penggunaan Fintech (E-Wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(2), 153-161.
- Trinanda, B. D. (2025). PERSEPSI DAN PREFERENSI MAHASISWA STIKOM TUNAS BANGSA TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET DALAM TRANSAKSI SEHARI-HARI. (*JRSIKOM*) *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Aplikasi Komputer*, 1(2), 17-20.