

## PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA

**Nurya Dina Abrilia**

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
Email: [nuryaabrilia16080324062@mhs.unesa.ac.id](mailto:nuryaabrilia16080324062@mhs.unesa.ac.id)

**Tri Sudarwanto**

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
Email: [trisudarwanto@unesa.ac.id](mailto:trisudarwanto@unesa.ac.id)

### ABSTRAK

Banyak faktor mempengaruhi Minat Menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA, salah satunya adalah Kemudahan dan fitur layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi. Jenis penelitian yang dipakai ialah deskriptif kuantitatif. Populasinya ialah semua pengguna aplikasi DANA. Sampel penelitian ini berjumlah 214 responden. Penggunaan teknik analisis datanya ialah analisis regresi linier berganda. Pada hasil penelitiannya ditunjukkan bahwa kemudahan (X1) memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan (Y) dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Fitur layanan (X2) memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan (Y) dengan nilai Sig.  $0,001 < 0,05$ . Sedangkan secara simultan (X1) dan Fitur layanan (X2) mempunyai pengaruh terhadap Minat menggunakan (Y) dengan persentase 26,2%, tetapi 73,8% terpengaruh variabel lain yang tak ada dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci** : Kemudahan, fitur layanan, dan Minat menggunakan.

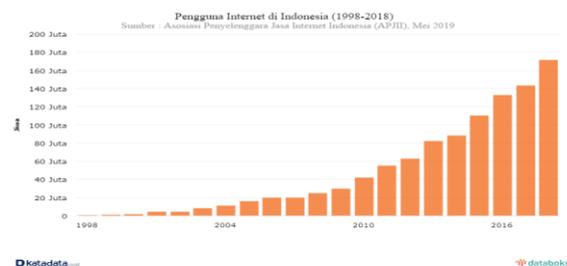
### Abstract

*There are many factors that influence the using of e-wallet in DANA application's interest, one of them is the effectiveness, and the service feature. This research's purpose is to examine the effect of effectiveness and service feature towards people interests in using DANA application e-wallet. This study uses quantitative descriptive kind of research. DANA application's users are determined as the population, with 214 respondents as the sample of this study. The statistical data analysis used is doubled linear regression analysis. The result of this study obtained effectiveness (X1) gives a significant and positive effect towards interest of usage (Y) with value Sig.  $0,000 < 0,05$ . Service feature (X2) gives a significant and positive effect towards interest of usage (Y) with value Sig.  $0,000 < 0,05$ . Effectiveness (X1) and service feature (X2) simultaneously gives effect towards interest of usage (Y) with percentage of 26,2%, whereas the 73,8% is affected by another variable which not included in this research model.*

**Keywords**:. Effectiveness, service feature, and interest of usage

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era ini selalu mengalami kemajuan yang pesat. Teknologi berbasis internet yang selalu digunakan oleh masyarakat. Internet adalah server yang sering digunakan dan paling efisien dalam penggunaan sistem informasi. Salah satunya di Indonesia, internet sudah banyak diketahui dan selalu digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Kemajuan internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya dengan jumlah yang besar. Tingginya jumlah penggunaan internet yang digunakan di smartphone dengan menggunakan sistem Android dan iOS mereka. Dari teknologi informasi yang menyebabkan adanya aplikasi yang berbasis internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan penggunaan internet tahun 2018 dengan banyak penggunanya mencapai 170 juta.

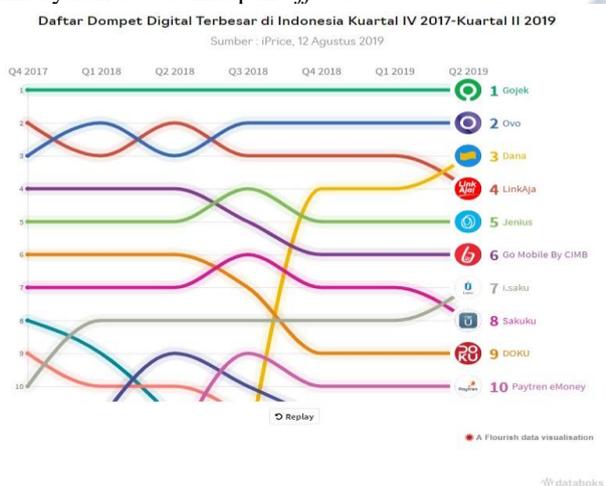


Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>)

Berdasar dari gambar 1 untuk laporan APJII tahun 2018, masyarakat tidak luput dari kegiatan komunikasi yang berbasis internet. Penggunaan internet senantiasa terjadi kenaikan dari tahun ke tahunnya. Meningkatnya pengguna internet tahun 2018 dengan presentasi penggunaan mencapai 170 juta orang. Dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, terdapat beberapa kegiatan bisnis untuk memanfaatkan media

elektronik salah satunya pada aplikasi *E-Wallet* yang sudah berkembang di Indonesia. yang dikenal sebagai *Electronic Wallet* atau dikenal sebagai *E-Wallet*.

*E-Wallet* adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Transaksi yang bisa dilakukan oleh *E-Wallet* seperti mengirim uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. Teknologi yang semakin canggih dan semakin mudah diakses oleh masyarakat untuk bertransaksi pembayaran *online* maupun *offline*.



Gambar 2. Daftar Dompet Digital di Indonesia (Sumber: <https://images.app.goo.gl/7B4Pg1fajzAhBBJe6>)

Dari Gambar 2, Riset yang dilakukan oleh *iPrice* dan *App Anne* menjelaskan bahwa aplikasi Gojek digunakan sebagai pengguna aktif setiap bulan pada dompet digital yang terbesar di Indonesia sejak dari kuartal IV pada tahun 2017. Posisi selanjutnya diperoleh oleh aplikasi OVO yang unggul selama empat kuartal berturut-turut dengan posisi ke dua. Pada kuartal II tahun 2019 posisi aplikasi LinkAja berhasil digeser oleh pendatang baru yaitu aplikasi DANA pada posisi ke tiga. Berdasarkan data tersebut juga dapat dibuktikan berdasarkan data persentase penggunaan *E-Wallet* di Indonesia.

Pada saat ini *E-Wallet* DANA merupakan salah satu dompet digital pendatang baru di Indonesia. Sebelum *E-Wallet* DANA terdapat *E-Wallet* yang lain seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan sebagainya. *E-Wallet* aplikasi DANA pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 Desember 2018 yang didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri termasuk anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan kongsi bersama Ant Financial. *E-Wallet* aplikasi DANA didesain untuk menjadikan transaksi nontunai dan non kartu secara digital, cepat, dan praktis.

Wijaya (2018) menjelaskan *E-wallet* adalah media elektroniknya yang berbentuk *server based* dan digunakan sebagai alat pembayaran digital dengan menggunakan koneksi internet terlebih dahulu.

Faktor pertama terdapat pada persepsi kemudahan pengguna yang merupakan penggunaan teknologi yang mudah dipahami dengan mudah oleh seseorang untuk penggunaan suatu teknologi. Dengan kemudahan

pengguna transaksi *E-Wallet* masyarakat akan semakin mudah dalam beroperasi untuk menggunakan *E-Wallet*. Penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor kemudahan dalam menggunakan sebuah aplikasi *E-wallet* DANA. Sehingga dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi secara online menggunakan *E-Wallet* DANA.

Penggunaan persepsi adalah proses pengambilan keputusan tentang kepercayaan (*belief*). Seseorang akan merasa dalam sistem informasi bisa digunakan dalam penggunaan tersebut dengan sebaiknya. Konstruksi kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*) ini ialah pengambilan keputusan lewat sebuah kepercayaan yang berarti sebuah informasi dapat dengan mudahnya dipakai, tetapi jikalau seorang yang percaya dengan adanya sebuah sistem informasi yang sulit dalam pemakaian sehingga orang tersebut tak dapat memakainya. (Jogiyanto 2007:115)

Sun dan Zhang (2015) menjelaskan dari dimensi persepsi kemudahan ialah *ease to learn* (mudah dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil). Davis & Wang (dalam Rithmaya, 2016) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai ukuran dimana pengguna dimasa mendatang menganggap suatu sistem sebagai bebas hambatan. Riady dan Ginting (2015) persepsi kemudahan pengguna adalah tingkatan seorang yang mempercayai bahwa suatu teknologi komputer dengan mudah dipelajari dan dipahami. Susilo (2017) persepsi kemudahan merujuk pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu agar tidak merepotkan sebuah usaha yang besar dalam menggunakan.

Pendapat tersebut berdasar penelitiannya Sukirno dan Saputro (2013). Pada hasil penelitian dilaksanakan pada nasabah bank mandiri cabang Yogyakarta menjelaskan bahwa kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan memberikan kontribusi sebesar 51,2% terhadap minat menggunakan.

Indikator pengukuran dari persepsi kemudahan mengacu pada penelitian sun dan Zhang (2015) yaitu *Easy to learn* (mudah dipelajari), *Easy to use* (mudah digunakan), *Timeliness* (sistem informasi), *Clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti). Serta *Become Skillful* (jadi trampil). Penjelasan pada pengukuran indikator variabel persepsi kemudahan antara lain *Easy to learn* merupakan sistem atau cara kerja dompet digital yang diperlukan oleh masyarakat untuk mendukung suatu aplikasi dengan panduan yang mudah terpelajari penggunaannya. *Easy to use* adalah suatu sistemnya dalam penggunaan dompet digital yang mudah digunakan dalam pengoperasian dompet digital untuk pengguna. *Timeliness* adalah penggunaan sistem informasi dengan kegiatan membuatnya makin cepat serta tak memerlukan waktu lama dalam penggunaan aplikasi bagi penggunaannya. *Clear and understandable* merupakan sistem aplikasi dompet digital yang jelas penggunaannya dan sistem yang mudah dimengerti bagi pengguna aplikasi. *Become Skillful* adalah ketrampilan dalam penggunaan aplikasi untuk sistem informasi bagi pengguna.

**H<sub>1</sub> Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menggunakan**

*E-Wallet* terdapat beberapa fitur layanan yang ada di aplikasi *E-Wallet* DANA. Kelengkapan Fitur layanan pada *E-Wallet* DANA merupakan aplikasi yang dengan kemampuan teknologi dengan pertimbangan untuk melakukan transaksi dalam memfasilitasinya. Layanan ini tidak harus bertemu dengan *customer service* atau *teller* dan dalam penggunaannya harus dipertimbangkan dalam pengguna *E-Wallet* DANA melalui transaksi secara *online* maupun *offline*. Fasilitas yang dimiliki yaitu dengan fitur Kirim Dana, atau *Send Dana*, fitur Minta Dana, fitur *Nearby Me*, fitur *Top Up*, dan fitur *Dana News*.

Fitur layanan dari aplikasi DANA dibutuhkan fitur yang lengkap agar kebutuhan dari pengguna dapat melakukan transaksi agar bisa terpenuhi dan memiliki keamanannya tinggi saat menggunakan aplikasi *E-Wallet*.

Fitur merupakan sarana untuk membedakan dengan produk lain sedangkan layanan adalah kegiatan yang ditujukan oleh pada sifat yang tidak berwujud dan tidak mempunyai kepemilikan dari pesaing yang lainnya. (Kotler 2008:273).

Schmitt (2010) fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkannya. dan bagi seorang pemasar fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya. Rithmaya (2016) Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau offline. Menurut Hamidah dan Anita (2013) fitur didefinisikan sebagai produk perusahaan yang membedakan dengan perusahaan lainnya sebagai alat persaingan sejenis yang akan menjadi saingan dari perusahaan lainnya. Dengan berbagai fitur layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang sesuai dengan kebutuhan yang akan dimilikinya agar merasa puas dalam penggunaannya guna produk yang diinginkan. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Sakti, 2014) fitur dijelaskan sebagai sarana perusahaan untuk mendiferensiasikan produk yang lainnya dari perusahaan pesaing.

Berdasarkan penjelasan diatas sesuai dengan penelitian Kristianti (2017) dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. Menjelaskan yakni persepsi kemudahan pengaruhnya pada ketertarikan ulang memakai *mobile banking*. Pada variabel fitur layanan tersebut pengaruhnya secara signifikan pada minat ulang digunakannya internet banking.

Indikator pengukuran variabel fitur layanan mengacu pada pendapat dari Poon (2015) antara lain Kemudahan akses informasi merupakan akses informasi yang mudah digunakan dalam aplikasi dompet digital dengan menawarkan barang atau jasa melalui dompet digital yang digunakannya. keragaman layanan bertransaksi adalah sistem pembayaran dalam aplikasi dompet digital dengan menyediakan berbagai macam layanan. Keragaman fitur adalah sistem informasi dari fitur yang diberikan oleh dompet digital dengan berbagai macam. Dan inovasi

produk merupakan fitur layanan yang terbaru dari sebuah aplikasi untuk pengembangan produk dari dompet digital.  
**H<sub>2</sub> Fitur Layanan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menggunakan**

Minat adalah perilaku untuk melakukan keinginan yang tidak selalu statis agar dapat merubah keinginan seiring berjalannya waktu. Keinginan terdapat dari diri sendiri, seperti menginginkan sesuatu atau keinginan masa depan yang ingin dicapai. (Jogiyanto 2007:29)

Davis (2014) menjelaskan bahwa minat perilaku adalah tingkatan seorang agar dapat melakukan perilaku tertentu dengan adanya keinginan dari diri sendiri. Chandra (2016) menjelaskan minat menggunakan merupakan keadaan yang dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya yang akan dilakukan.

Persepsi kemudahan dan fitur layanan dapat memudahkan pengguna aplikasi DANA dalam menggunakan aplikasi. Persepsi kemudahan dan fitur layanan merupakan strategi perusahaan agar aplikasi DANA dapat membantu pengguna dalam menggunakannya.

Fitur layanan adalah produk yang digunakan perusahaan untuk membedakan produk fitur dari perusahaan satu dengan yang lainnya. Dengan membuktikan kepercayaan konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi baik secara online maupun offline.

Indikator pengukuran minat menggunakan beberapa penelitian ini mengacu pada pendapat Pavlou (2012), serta Walgito (2004) yang meliputi (1) berniat menggunakan adalah berniat menggunakan pada sebuah aplikasi dompet digital dalam penggunaan membeli produk atau jasa pada aplikasi dompet digital. (2) Digunakan untuk masa depan merupakan sebuah aplikasi yang digunakan pada era milenial dengan kemajuan teknologi pada aplikasi dompet digital. (3) ketertarikan pada objek minat adalah minat menggunakan aplikasi dompet digital atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya campur tangan orang lain. Dan (4) cenderung selalu menggunakan adalah orang yang selalu menggunakan aplikasi dompet digital untuk bertransaksi melalui aplikasi yang digunakannya.

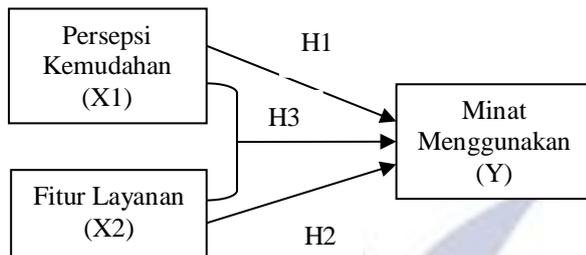
**H<sub>3</sub> Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menggunakan**

Berdasarkan pada uraian tersebut, penulis ingin mengidentifikasi apakah persepsi kemudahannya dan fitur layanannya mempunyai pengaruh pada minat menggunakan yang dituangkan berjudul **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA.**

## **METODE PENELITIAN**

Jenis pada penelitian dilakukan dengan mengambil penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian tersebut ialah

metode penelitian berlandaskan terhadap filsafat positivisme, yang bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan untuk meneliti populasi atau sampelnya akan dipakai untuk penelitian (Sugiono 2018:15). Penelitian ini rancangan penelitiannya yang dipakai tersaji dalam Gambar 2.



**Gambar 2 Rancangan Penelitian**

Pada penelitian ini pengambilan sampelnya memakai teknik *non-probability sampling*. Penggunaan metode *Sampling Purposive* dengan jumlah responden 204 menggunakan rumus Formula Jacob (Arikunto 2013 : 179) mengantisipasi adanya tingkat kesalahan dari sampel maka ditambah 5% berasal dari semua responden, maka total sampel penelitian berikut akan menggunakan 214 responden

Teknik pengumpulan data memakai *kuesioner Online* dengan bantuannya *Google Form*. Metode pengukuran kuesioner digunakan menggunakan skala Likert (Sugiono 2018:152-153) dengan skor setiap skala meliputi (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Netral (N), (4) Setuju (S), serta (5) Sangat Setuju (SS).

Penelitiannya dalam mengolah data memakai SPSS 22. Adapun penggunaan tekniknya dalam pengujian dan penganalisisan data memakai Uji validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Analisis data.

Dari penyebaran kuisisioner yang telah diolah menggunakan SPSS 22, maka diperoleh hasil dengan sampel yang ditentukan

### 1. Uji Instrumen Data

#### Uji Validitas

Pada hasil uji validitas memperlihatkan bahwa dalam semua item pernyataannya kuisisioner penelitian ini mendapat r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, diketahui r tabel berjumlah 0,361 dan r hitung diatas 0,361 maka keseluruhan item pernyataannya dari kuisisioner bisa dinyatakan valid serta dipakai untuk pengukuran dalam penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang dilaksanakan menunjukkan besar nilai Cronbach Alpha pada setiap variabel Persepsi Kemudahan (X1) besarnya 0,863, Fitur Layanan (X2) sebesar 0,807, serta Minat Menggunakan (Y) besarnya 0,944. Jadi diperoleh 3kesimpulan bahwa seluruh variabel X1, X2, dan Y dengan nilai Cronbach Alpha > 0.60. sehingga setiap unsur dari variabel reliable dan dapat digunakan sebagai pengukuran.

## 2. Karakteristik Responden

Adanya karakteristik dari responden merupakan data mengenai identitas para respondennya yang mengisi kuisisioner sebagai unsur yang terdapat dalam kuisisioner penelitian meliputi nama, jenis kelamin, usia, profesi, domisili di Surabaya, penghasilan, pendidikan terakhir, pemakaian aplikasi DANA.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik	Jumlah
1	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	58
	Perempuan	156
2	Usia	
	15-20	34
	21-25	157
	26-35	20
	36-40	1
	>41	2
3	Pekerjaan	
	Mahasiswa/pelajar	92
	Karyawan Swasta	83
	PNS	5
	Wiraswasta	13
	Lain-lain	23
4	Penggunaan Aplikasi	
	<2 kali pemakaian	-
	3 kali pemakaian	76
	4 kali pemakaian	64
	>5 kali pemakaian	74

(Sumber : diolah peneliti,2020)

Berdasar pada tabel 1 bagi responden yang memakai aplikasi DANA terbanyak yaitu responden perempuan dengan jumlah 156. Responden paling dominan dalam pemakaian aplikasi DANA berusia 21-25 tahun. Responden yang paling dominan pada mahasiswa/pelajar dengan jumlah 92 responden dan disusul oleh karyawan swasta dengan jumlah 83 responden. dan responden selalu memakai aplikasi DANA yang paling sering digunakan yaitu dengan 3 kali pemakaian

### 3. Uji Asumsi Klasik

Dari hasilnya uji asumsi klasik penelitian ini, ialah :

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 2. Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

(Sumber : diolah peneliti, 2020)

Berdasar tabel 2 nilai Kolmogorov-Smirnov dengan nilai sig. dari Unstandardized Residual 0,200>0,05. Sehingga nilai residualnya dinyatakan memiliki distribusi normal datanya.

#### 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 3. Uji Multikolinieritas**

Model	Tolarence	VIF
Kemudahan	0,809	1,236
Fitur Layanan	0,809	1,236

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

Berdasar tabel 3 pada variabel kemudahan ( $X_1$ ), Fitur Layanan ( $X_2$ ) dan Minat Menggunakan ( $Y$ ) mempunyai nilai tolerance  $>0,01$  dan untuk nilai VIF kedua variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  sebesar 1,236 atau berarti  $<10$  yang menyatakan yakni tak adanya gejala multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedasitas

**Tabel 4. Uji Heteroskedasitas**

Model	T	Sig.
Kemudahan	-1,532	0,127
Fitur Layanan	-1,918	0,057

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

Berdasar tabel 4 uji heteroskedastisitas diperoleh nilai Sig. dengan variabel kemudahan ( $X_1$ ) sebesar  $0,127 > 0,05$  dan variabel fitur layanan ( $X_2$ ) sebesar  $0,057 > 0,05$ . Maka pada penelitian ini tak adanya gejala heteroskedasitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini dalam pengolahan data yang diperoleh dari responden pada pengguna Aplikasi DANA di Surabaya. Penelitian ini menyebarkan kuisisioner sebanyak 214 responden kepada pengguna Aplikasi DANA di Surabaya dan pernah melakukan transaksi minimal 2 kali melalui aplikasi DANA. Kuisisioner yang telah diberikan kepada responden berupa pernyataan. Dari kuisisioner yang telah disebar oleh peneliti bisa mendapatkan hasil disesuaikan dengan sampel yang sudah ditetapkan.

### Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil uji SPSS 22 dapat diketahui hasil analisis data sebagai berikut :

**Tabel 5. Regresi Linier Berganda**

Model	B	Std. Error
Constant	10,175	2,955
X1	0,315	0,056
X2	0,263	0,077

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

#### Persamaan Regresi Berganda

$$Y = 10,175 + 0,315X_1 + 0,263X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan

X1 = Kemudahan

X2 = Fitur Layanan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda memperlihatkan jumlah nilai konstanta yang diperoleh ialah 10,175 dan koefisien regresinya untuk variabel kemudahan ( $x_1$ ) jumlahnya 0,315 dan bernilai positif sedangkan koefisien regresinya untuk variabel fitur layanan ( $x_2$ ) besarnya 0,263 serta memiliki nilai positif.

Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan ( $X_1$ ) sebesar 0,315 memiliki nilai positif yang berarti jika variabel kemudahan semakin tinggi maka minat menggunakan akan semakin meningkat

Nilai koefisien regresi untuk Fitur Layanan ( $X_2$ ) besarnya 0,263 memiliki nilai positif bermakna jika variabel fitur layanannya makin tinggi maka minat menggunakannya akan semakin meningkat.

**Tabel 6. Hasil uji Analisis Determinasi**

R	R Square	Adjusted R squares
0,512	0,262	0,255

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

Berdasar pada tabel 6 nilai koefisien determinasinya atau *Adjusted R Square* pada uji determinasi besarnya 0,262 bermakna kontribusi dari variabel bebasnya ialah kemudahan dan fitur layanan yang memiliki pengaruh pada minat menggunakan aplikasi DANA sebesar 26,2%, sedangkan 73,8% dipengaruhi faktor lain.

**Tabel 7. Hasil Uji Persial (Uji t)**

Variabel	T	Sig.
Constant	3,443	0,001
Kemudahan	5,665	0,000
Fitur Layanan	3,410	0,001

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

Berdasar tabel 7 nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  variabel kemudahan sebesar  $5,665 > 2,836$  mendapatkan nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$  bermakna variabel kemudahan diterima maka variabel kemudahan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan aplikasi DANA di Surabaya. Dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  variabel fitur layanan sebesar  $3,410 > 2,836$  nilai signifikannya  $0,001 < 0,05$  bermakna bahwa variabel fitur layanan diterima, maka dapat dijelaskan bahwa variabel fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan terhadap aplikasi DANA di Surabaya.

### Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya

Berdasarkan hasil data uji t, pada variabel kemudahan ( $X_1$ ) sebesar  $5,665 > 2,836$  variabel kemudahan diterima memiliki nilai signifikannya 0,000 tak melebihi 0,05 maka kemudahan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan dalam aplikasi DANA di Surabaya.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Wibowo dan Rosmauli (2015) bahwa secara signifikan variabelnya Persepsi kemudahan memiliki pengaruh pada minat menggunakan. Sesuai teori yang dikemukakan oleh Dewi dan Warmika (2016) menjelaskan ialah variabel persepsi kemudahan penggunaannya secara signifikan dan bernilai positif pada niat menggunakannya. Penelitian berikut serupa dengan Oktabriantono dan Sulindawati (2017) menjelaskan yakni persepsi kemudahan pengaruhnya secara signifikan dan nilainya positif pada minat menggunakan.

Dalam penelitian berikut variabel kemudahan diukur dengan 5 indikator yaitu *Easy to learn* adalah ketika seorang pengguna secara mudah mempelajari cara penggunaan aplikasi DANA. *Easy to use* adalah penggunaan aplikasi DANA yang sangat mudah digunakan oleh pengguna untuk proses transaksi. *Timeliness* adalah

penggunaan aplikasi DANA yang akan membuat aktivitas pengguna DANA menjadi lebih cepat dan efisien. *Clear and understandable* adalah penggunaan aplikasi DANA yang sangat jelas dan mudah dimengerti untuk penggunaannya dalam menggunakannya. *Become skillful* adalah penggunaan aplikasi DANA yang sering digunakan sehingga pengguna merasa sudah mahir untuk menggunakan.

**Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya.**

Berdasarkan hasil uji t, diketahui variabel fitur layanan sebesar 3,410 > 2,836 variabel fitur layanan bisa diterima yang mendapat nilai signifikannya 0,001 < 0,05 berarti variabel fitur layanan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan pada aplikasi DANA di Surabaya.

Penelitian ini mendukung penelitian Agustina (2017) pada variabel fitur layanan secara signifikan memiliki pengaruh pada minat menggunakan terhadap internet banking. Sedangkan penelitiannya Dwi dan Raisa (2017) menyatakan secara positif fitur layanan pengaruhnya pada minat penggunaan *E-Money*. Hasilnya penelitan berikut juga didukung oleh Maria dan Rilo (2017) menjelaskan yakni variabel fitur layanannya memiliki pengaruh secara signifikan pada pemakaian mobile banking.

Dalam penelitian pada variabel fitur layanannya pengukurannya memakai 4 indikator ialah kemudahan akses informasi adalah informasi fitur terbaru pada aplikasi DANA. Keragaman layanan transaksi adalah layanan transaksi yang ada pada aplikasi DANA sangat beragam, sehingga pengguna selalu menggunakan layanan transaksi pada aplikasi DANA. Keragaman fitur adalah fitur yang diberikan pada aplikasi DANA selalu terbaru dengan mengikuti trend. Inovasi produk adalah strategi pemasaran aplikasi DANA dengan mengeluarkan produk terbaru agar pengguna selalu menggunakannya.

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya.**

Berdasar data yang sudah diolah, sehingga didapatkan hasil uji F sebagaimana terdapat pada tabel 13.

**Tabel 13. Uji F (Simultan)**

Model	F	Sig.
<i>Regression</i>	37,461	0,000

(Sumber: diolah peneliti, 2020)

Berdasar Uji F terhadap tabel 13 menunjukkan bahwa F hitung pada Uji F sebesar 37,461 memiliki nilai besarnya lebih dari  $F_{tabel}$  dengan angka ialah 3,04 dan nilai signifikannya 0,000 bernilai lebih kecil dibandingkan 0,05 sehingga kesimpulannya adalah H3 dapat diterima, berarti secara simultan untuk variabel kemudahan serta fitur layanan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan pada aplikasi DANA di Surabaya.

Dari hasil penelitian ini aplikasi DANA melakukan strategi untuk melakukan pemasarannya dengan

kemudahan dan fitur layanan yang diberikan dan dimana hal tersebut dapat menimbulkan minat menggunakan. Kemudahan dan fiur layanan membuat penggunaan akan lebih sering memakai aplikasi DANA untuk melakukan transaksi

**KESIMPULAN**

Variabel Kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Minat menggunakan *e-wallet e-wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya. Fitur layanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya. Kemudahan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya.

**DAFTAR RUJUKAN**

Agustina, H. 2017. Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen KINERJA*, 24-29.

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian* . Jakarta: PT Rineka Cipta.

Chandra, I. R., & Rahmawati, D. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E- Spt Dalam Pelaporan Pajak. *Jurnal Nominal*, 72-87. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/viewFile/11477/8332>

Davis, F. D. 2014. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 319-340. [https://www.researchgate.net/publication/200085965\\_Perceived\\_Usefulness\\_Perceived\\_Ease\\_of\\_Use\\_and\\_User\\_Acceptance\\_of\\_Information\\_Technology](https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology)

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Penerbit Undip.

Hamidah, S., & Anita, D. 2013. Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 1-20. <https://media.neliti.com/media/publications/8706-ID-analisis-persepsi-citra-merek-desain-fitur-dan-pengaruhnya-terhadap-keputusan-pe.pdf>

Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (n.d.). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 50-67. <https://media.neliti.com/media/publications/267907-analisis-pengaruh-persepsi-kemudahan-per-a08abd38.pdf>
- Oktabriantono, A. P., Sulindawati, N. I., & Dewi, P. E. 2017. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/search/authors/view?firstName=Adi%20Prasetya%20Oktabriantono&middleName=&lastName=&affiliation=&country=>
- Pavlou, P., & Fygenson, M. 2006. Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption : An Extension of the Theory of Planned Behavior . *Research Article*, 115-144. <https://www.jstor.org/stable/25148720>
- Rithmaya, C. L. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 160-177. <http://jrem.iseisby.or.id/index.php/id/article/download/41/45>
- Sakti, M. B., Astuti, E. S., & Kertahadi. 2015. Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Minat Dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar). 1-10. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/263>
- Saputro, B. D., & Sukirno. 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*, 36-63. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1647>
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susilo, W. T., ariyanti, M., & Sumrahadi. 2017. Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri. *e-Proceeding of Management*, 25-31. [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/123816/jurnal\\_eproc/pengaruh-daya-tarik-promosi-persepsi-kemudahan-persepsi-kemanfaatan-dan-harga-terhadap-minat-beli-e-toll-card-bank-mandiri.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/123816/jurnal_eproc/pengaruh-daya-tarik-promosi-persepsi-kemudahan-persepsi-kemanfaatan-dan-harga-terhadap-minat-beli-e-toll-card-bank-mandiri.pdf)
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 440-456. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/541>
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Books, Data. 2018. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta> .
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. 2018. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi*, 1-17. <http://eprints.mdp.ac.id/id/eprint/2454>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. 2018. Perancangan E-Payment System Pada E-Wallet Menggunakan Kode Qr Berbasis Android. *Jurnal Sistem Komputer*, 63-69. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/komputika/article/view/1511/1029>