

***THE EFFECT OF CONVENIENCE, SERVICE FEATURES AND LIFESTYLE ON THE DECISION TO USE THE DANA E-WALLET APPLICATION ON MUHAMMADIYAH COLLEGE STUDENTS***

**PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET DANA PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI MUHAMMADIYAH**

**Dhifa Rifky Ramadhani<sup>1</sup>, Moehammad Nasir<sup>2</sup>**  
Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

[b100210562@student.ums.ac.id](mailto:b100210562@student.ums.ac.id)<sup>1</sup>, [mn193@ums.ac.id](mailto:mn193@ums.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of ease of use, service features and lifestyle on the decision to use the DANA e-wallet application by Muhammadiyah University students. A quantitative approach with explanatory research methods is used to test the hypotheses that have been formulated. The data collected is primary data, and comes from questionnaires distributed to 350 students at Muhammadiyah University of Surakarta and Muhammadiyah University of Yogyakarta, and analyzed using the Partial Least Square (PLS) method with the help of SmartPLS software version 3.2.9. The research results show that ease of use, service features, and lifestyle have a positive and significant influence on the decision to use the application. Ease of use provides convenience in transactions, service features increase user satisfaction, while lifestyle encourages the adoption of digital technology. This research recommends DANA e-wallet application developers to increase ease of use, develop relevant features, and adapt marketing strategies to user lifestyles to maintain customer loyalty.*

**Keywords:** *Ease Of Use, E-Wallet Features, Lifestyle, Usage Decisions, DANA E-Wallet*

**ABSTRAK**

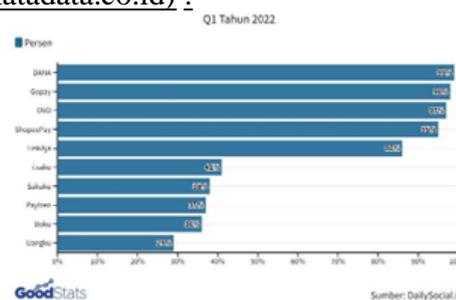
Studi ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh sebuah kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan gaya hidup terhadap suatu keputusan dari penggunaan aplikasi *e-wallet DANA* oleh mahasiswa Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research* digunakan dalam menguji suatu hipotesis yang dirumuskan. Data primer akan dikumpulkan, dan berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada 350 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan dianalisis menggunakan sebuah metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan software *SmartPLS* versi 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan gaya hidup ini memiliki sebuah pengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi. Kemudahan penggunaan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi, fitur layanan meningkatkan kepuasan pengguna, sementara gaya hidup mendorong adopsi teknologi digital. Penelitian ini merekomendasikan pengembang aplikasi *e-wallet DANA* untuk meningkatkan kemudahan penggunaan, mengembangkan fitur yang relevan, serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan gaya hidup pengguna guna mempertahankan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** *Kemudahan Penggunaan, Fitur E-Wallet, Gaya Hidup, Keputusan Penggunaan, E-Wallet DANA*

**PENDAHULUAN**

Di era zaman yang sangat maju, Teknologi terus berkembang dengan sangat cepat, dan ini jelas membawa banyak perubahan, terutama teknologi digital seperti Internet. Jumlah Per bulan (Januari 2018–April 2023), Transaksi untuk belanja dengan Uang Elektronik dan tren penggunaan uang elektronik di Indonesia tahun 2018–

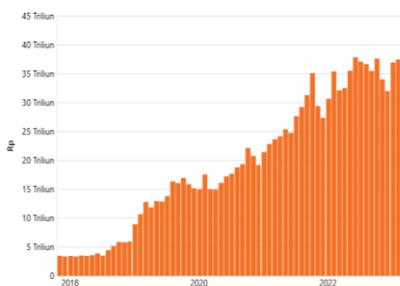
2023 dapat dilihat seperti berikut. ([katadata.co.id](https://katadata.co.id)) :



**Gambar 1. Tren dari tahun 2018-2022**

### **penggunaan uang elektronik di Indonesia**

Gambar 1 menunjukkan seberapa banyak peningkatan penggunaan uang elektronik khususnya di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah menerima dan terbiasa dengan pembayaran nontunaiterutama *e-wallet* Berbagai produk perusahaan yang populer di Indonesia yaitu *DANA*, *GoPay*, *OVO*, *LinkAja*, *Shopeepay*, *Paytren*, dan masih banyak lainnya (Rahmad Surgawan & Susila, 2024). *E-wallet* dapat membantu pelanggan dalam hal bertransaksi dengan cara yang lebih mudah memungkinkan pembayaran ini menjadi cepat dan juga efisien (Dini Wulansari, 2022). Dengan menggunakan *e-wallet* pelanggan mempunyai pengalaman yaitu kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi sehari harinya (Che Nawi et al., 2024). Adapun daftar *startup* berupa *digital payment* menjadi suatu yang juga paling banyak diketahui oleh masyarakat negara Indonesia yakni pada tahun 2022 dapat digambarkan seperti berikut:



**Gambar 2 Startup Digital Payment  
Indonesia pada 2022**

Menurut sumber kutipan dari *DailySocial.id*, *DANA* kini berhasil menjadi *e-wallet* yang sangat populer khususnya di Indonesia pada tahun 2022 hingga mencapai 99%. Hampir seluruh dari responden mengakui bahwa aplikasi *DANA* ini sebagai suatu platform *e-wallet* yang unggul di negara Indonesia. Keputusan penggunaan menurut (Lubis, 2023), Sangat sulit untuk membangun

kepercayaan di benak pelanggan karena kepercayaan bergantung pada sikap mereka masing masing (Pandasari Putri & Drs. Moechammad Nasir, 2020). Pelanggan membuat keputusan tentang menggunakan produk dan layanan berdasarkan kesadaran mereka yang meningkat, yang berdampak pada pencarian informasi lebih lanjut tentang barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan (Putra & Julianto, 2022). Pandangan dari seorang konsumen tentang produk yang sudah dibandingkan akan membuat keputusan dari sebuah pembelian (Nasir, 2018).

Kemudahan penggunaan merupakan hal penting untuk menentukan apakah seseorang akan menerima suatu teknologi atau tidak (Albarq, 2023). Ketika teknologi dianggap mudah digunakan, itu disebut kemudahan penggunaan mudah dipelajari dan dipahami (Abrilia & Tri, 2020). Faktor penting dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan saat memilih untuk melakukan transaksi online atau offline adalah kualitas layanan yang ditawarkan (Adha, 2020). Aplikasi *DANA* memiliki banyak fitur, seperti saldo untuk dana, tarik dari saldo, kirim untuk uang, tarik uang, pembayaran toko online, isi dalam pulsa dan data, pembelian tiket untuk transportasi, listrik, air, dan sebagainya. Layanan yang baik akan memengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun suatu perusahaan tidak dapat berkembang jika mereka mengabaikan kualitas pelayanan (Novitasari & Nasir, 2023).

Gaya hidup menurut (Putri Nugraha, et al., 2021) adalah kebutuhan sehari- sehari seseorang yang ditentukan oleh minat, kegiatan dan pendapat mereka. Pengaruh individu dari gaya hidup merupakan proses psikologis yang mempengaruhi perilaku seseorang saat mereka memperoleh, mengonsumsi, dan menerima barang

dan jasa, serta pengalaman mereka (Nasir & Pramudya, 2022). Dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan hasil dari hubungan antar variabel. Hal tersebut diperkuat oleh (Abrilia & Tri, 2020) menyatakan bahwa dalam fitur layanan (X2) meningkatkan minat menggunakan dengan cara yang signifikan dan menguntungkan (Y). Sementara itu, penelitian oleh Dini Wulansari (2022) menyatakan pendapat bahwa minat pengguna terhadap fitur layanan itu tidak terlalu besar.

*Novelty* atau keterbaruan dalam penelitian ini yaitu adanya penambahan variabel baru “gaya hidup” untuk memperkuat penelitian dari beberapa variabel seperti adanya variabel kemudahan penggunaan, fitur suatu layanan terhadap penggunaan alat *e-wallet* dari aplikasi sebuah *DANA*. Dalam uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik dan ingin juga mengetahui lebih lanjut mengenai isu dan fenomena ini tersebut dengan suatu judul “ Pengaruh Kemudahan penggunaan, Fitur Layanan, dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet DANA* pada Mahasiswa Perguruan Muhammadiyah”. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Perguruan Tinggi Muhammadiyah terpopuler terkhusus pada universitas swasta yaitu Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan juga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keputusan Penggunaan**

Bagaimana orang, kelompok ini, dan organisasi itu memilih, membeli suatu, dan menggunakan suatu barang, ide, atau pengalaman guna pemenuhan kebutuhan dan suatu keinginan orang dikenal sebagai keputusan (Kotler & Armstrong, 2016). Pada dasarnya keputusan merupakan proses penentuan

yang berpengaruh untuk menentukan sebuah keinginan yang menyangkut setiap aspek atau setiap aktivitas di dalam kehidupan (Damiaati, 2017). Sebelum membuat keputusan, konsumen sering kali membandingkan produk atau merek dari pilihan alternatif yang tersedia (Putri Nugraha, et al., 2021). Biasanya pelanggan dipengaruhi oleh preferensi pribadi dan keinginan sosial saat ingin membuat keputusan untuk membeli (Kotler et al., 2019). Menurut penelitian yang dilakukan (AISYAH, 2022), Keputusan penggunaan adalah hasil dari proses membuat keputusan terbaik dari berbagai alternatif jawaban dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk membuat atau menetapkan pilihan. Ketika konsumen melakukan proses memilih merek, produk, atau layanan di antara berbagai alternatif dan memilih satu di antaranya (Ramadhan & Nasir, 2023).

### **Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan merupakan hal penting untuk menentukan apakah seseorang akan menerima suatu teknologi atau tidak (Albarq, 2023). Sehingga sistem dompet elektronik akan mendorong pengguna untuk mengadopsi praktik perilaku dalam melakukan pembayaran dengan membantu pengguna mengelola waktu, uang, dan tenaga mereka secara lebih efektif. Ketika teknologi dianggap mudah digunakan, itu disebut kemudahan penggunaan (Dini Wulansari, 2022). Kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi sikap sebuah konsumen dalam menentukan keputusan pembelian maupun keputusan penggunaan (Madinga et al., 2023). Hal ini dianggap sebagai salah satu faktor terhadap penerimaan teknologi baru (Ariffin et al., 2021) bahwa untuk Kepercayaan pada proses

pengambilan keputusan dan kemudahan penggunaan, seperti yang ditunjukkan oleh definisinya.

### **Fitur Layanan**

Fitur layanan merupakan elemen yang berfungsi untuk meningkatkan kegunaan sebuah produk. Keberadaan fitur layanan ini menjadi faktor utama yang mendorong konsumen memilih suatu produk, sekaligus membedakannya dari produk lain yang dianggap lebih menguntungkan (Lubis, 2023). Fitur layanan ini merupakan suatu sarana pendukung dari suatu aplikasi jenis *e-wallet* (Desita & Dewi, 2022). Fitur yang disediakan oleh sebuah aplikasi *e-wallet* memungkinkan seseorang untuk menentukan aplikasi mana yang paling cocok dengan menjadi kebutuhannya. Fitur layanan ini juga menjadi salah satu aspek kompetitif yang dapat membangun kepercayaan konsumen ini dalam melakukan sebuah transaksi, baik dengan online maupun offline (Hanafi & Kamela, 2022). Semakin produk tersebut baik dan juga fiturnya yang beragam dapat lebih menarik konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

### **Gaya Hidup**

Menurut (David, 2017) menyatakan bahwa Gaya hidup adalah pola dari tindakan yang membedakan individu dari individu lainnya dan dapat membantu untuk memahami apa yang orang lakukan dan juga mengapa mereka melakukannya. Dalam kebanyakan kasus, gaya hidup seseorang tidak stabil dan dapat berubah dengan cepat (Putra & Julianto, 2022). Bahkan Ketika konsumen bersangkutan menghadapi keterbatasan finansial atau waktu, mereka akan mengubah gaya hidup mereka (Putri Nugraha et al., 2021). Gaya hidup merujuk pada cara seseorang menjalani hidupnya, yang

meliputi produk yang dibeli, cara penggunaan produk tersebut, pandangannya terhadap dirinya sendiri, serta perasaannya mengenai diri sendiri (Sapitri & Maulina, 2021). Untuk saat ini sebagian orang mencari hal baru untuk kebutuhan hidupnya yang dapat disesuaikan dengan gaya hidup masing-masing (Belanche et al., 2020).

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Aplikasi DANA**

Definisi dari kemudahan penggunaan itu sebagai sistem atau teknologi tertentu untuk menentukan seberapa mudah pengguna menggunakannya (Wakhida & Sanaji, 2020). Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan sistem memengaruhi perilaku mereka; misalnya, jika seseorang sangat menganggap suatu sistem mudah digunakan, maka tentunya mereka akan menggunakan sistem tersebut dengan lebih banyak (Mita et al., 2021). Ketika sebuah konsumen mampu menggunakan secara mudah untuk menjelaskan sebuah teknologi dengan cara yang mudah dipahami, pelajari dan digunakan maka kemudahan penggunaan sangat berpengaruh di kehidupan sehari-hari. Dari uraian diatas maka hipotesis tersebut bisa disimpulkan bahwa,

**H<sub>1</sub>** : Di duga kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* DANA.

### **Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Aplikasi DANA**

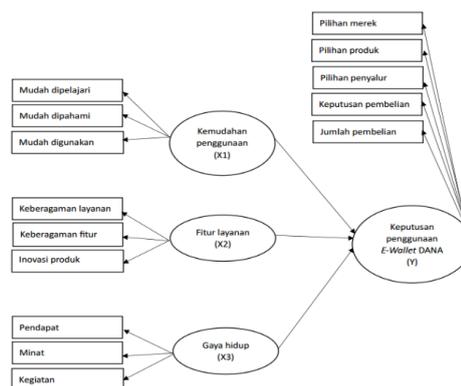
Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fitur adalah fitur khusus yang tersedia pada ponsel, televisi, dan alat lainnya yang berguna untuk menggambarkan berbagai macam

fitur yang tersedia di aplikasi e-wallet (KBBI online). Menurut (Lubis, 2023), Fitur layanan digunakan sebagai komponen yang dapat menambahkan fitur baru dari suatu produk. Karena fitur layanan yang tersedia menjadi suatu alasan seorang pembeli memilih suatu produk dan membedakan produk yang lebih menguntungkan. Merujuk pada aplikasi *e-wallet* DANA memiliki kelengkapan fitur layanan seperti kirim dana, TopUp, Minta Dana, fitur *Qris*, dan fitur Dana News. Berdasarkan penguraian diatas maka hipotesis tersebut kini dapat disimpulkan bahwa, **H<sub>2</sub>** : Di duga fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Aplikasi DANA.

### Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Aplikasi DANA

Kini yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan Keputusan dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* suatu Dana adalah gaya hidup. Menurut (Putri Nugraha et al., 2021), gaya hidup merupakan kebutuhan sehari-hari seseorang yang ditentukan oleh minat, kegiatan dan pendapat mereka. Gaya hidup menggambarkan bagaimana individu melakukan interaksi dengan lingkungan sekitar, biasanya gaya hidup dari seseorang itu tidak permanen dan juga cepat sekali berubah. Berdasarkan penguraian diatas maka hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa,

**H<sub>3</sub>** : Di duga gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Aplikasi DANA.



**Gambar 3. Kerangka Konseptual**

## METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan studi *explanatory research* dengan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut yang diutarakan oleh (Sugiyono, 2017), *explanatory research* merupakan sebuah penelitian guna atau bertujuan dalam menguji suatu hipotesis yang telah dirumuskan dan memberikan penjelasan tentang hubungan suatu kausal antara variabel dengan melalui sebuah pengujian hipotesis. Penelitian ini menganalisis hubungan antara tiga variabel independen, yaitu kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan gaya hidup, dengan adanya variabel dependen, yaitu sebuah keputusan penggunaan. Sebagai metode penelitian kuantitatif, penelitian ini didasarkan pada populasi dari sampel tertentu, menggunakan suatu instrumen penelitian berupa kuesioner untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2023).

Data dalam studi ini diperoleh melalui data primer, yaitu suatu data asli yang dikumpulkan langsung oleh seorang dari peneliti guna menjawab masalah sebuah penelitian (Sugiyono, 2023). Data primer ini diperoleh dari jawaban suatu responden melalui sebuah kuesioner yang dilakukan dengan skala likert yang telah disebarkan kepada sebagian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan juga Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta yang menggunakan aplikasi e-wallet *DANA*. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan informasi langsung dari responden terkait variabel yang diteliti untuk tujuan tertentu, sehingga mendukung penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis.

### Metode Pengumpulan Data

Metode suatu pengumpulan suatu data yang akan digunakan untuk penelitian dilakukan melalui penyebaran suatu kuesioner menggunakan Google Form. Kuesioner disusun dengan format dari skala Likert, sebagai alat mengukur sikap, sebuah pendapat, dan suatu persepsi dari seseorang terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2023). Skala utama yang digunakan didalam studi ini adalah dengan skala interval, di mana setiap pilihan jawaban memiliki tingkatan preferensi, seperti "Sangat Setuju" memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan "Setuju," dan seterusnya hingga "Sangat Tidak Setuju." Adapun pilihan jawaban responden beserta bobotnya adalah sebagai berikut: SS (Sangat Setuju) = 5, S (Setuju) = 4, N (Netral) = 3, TS (Tidak Setuju) = 2, dan STS (Sangat Tidak Setuju) = 1.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan juga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sesuai definisi (Sugiyono, 2023) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi dengan karakteristik tertentu. Sampel diperoleh dengan menggunakan sebuah teknik non-probability sampling, yang artinya tidak semua dari anggota populasi ini memiliki sebuah kesempatan sama untuk dipilih (Sugiyono, 2023). dengan pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria: pengguna e-wallet *DANA*,

mahasiswa kedua universitas tersebut, serta laki-laki dan perempuan. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan formula (Ferdinand, 2014), yaitu 10 kali jumlah indikator variabel ( $10 \times 15 = 150$ ), tetapi ditingkatkan menjadi 350 untuk hasil yang lebih baik.

### Metode Analisis Data

Evaluasi digunakan dalam studi ini menggunakan metode seperti peneliti sebelumnya yaitu metode statistik dengan teknik *Partial Least Square* (PLS), didukung oleh software yaitu *SmartPLS* versi 3.2.9. Model pengukuran yaitu (outer model) dapat digunakan menilai suatu validitas dan juga reliabilitas model melalui sebuah uji sebuah validitas konvergen yaitu, (*loading factor* > 0,7 untuk penelitian *confirmatory* dan 0,6-0,7 masih dapat diterima) dan juga validitas diskriminan (*HTMT* < 0,90) (Ghozali, 2021). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Composite Reliability* dengan sebuah nilai > 0,7 untuk penelitian *confirmatory* dan juga 0,6-0,7 untuk sebuah penelitian *exploratory* (Ghozali, 2021:37). Uji multikolinearitas juga menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* atau (*VIF* < 5) (Ghozali, 2021). Model struktural yaitu (inner model) diuji melalui sebuah koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan nilai 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah (Ghozali, 2021:73), serta uji kelayakan model (*goodness of fit*) menggunakan *Q-Square* (> 0,05) (Ghozali, 2021). Uji hipotesis dapat dilakukan melalui uji *t* (*t-value* > 1,96 pada tingkat signifikansi 5%) untuk menunjukkan sebuah pengaruh antar variabel, serta analisis jalur (*Path Coefficient*) dengan *p-value* < 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan atau tidaknya (Ghozali, 2021).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

## PENELITIAN

Menurut data yang telah disajikan sebelumnya, kini disimpulkan bahwa suatu responden yang juga menggunakan e-wallet *DANA* mayoritas adalah perempuan (54,3%) dan berada pada kelompok usia 18-22 tahun (73,4%). Dalam hal penggunaan e-wallet, sebagian besar responden melakukan transaksi 2-3 kali per bulan (40,9%) dan 5 kali per bulan (37,7%), menunjukkan bahwa e-wallet digunakan cukup sering oleh kelompok ini. Dari segi pendapatan, mayoritas responden itu memiliki pendapatan bulanan bervariasi antara Rp 500.000 - <Rp 1.500.000 (41,1%). Ini mencerminkan bahwa e-wallet *DANA* lebih banyak

digunakan oleh mahasiswa atau individu dengan pendapatan menengah ke bawah yang memiliki frekuensi transaksi bulanan yang cukup tinggi. Berdasarkan informasi tersebut, bisa disimpulkan bahwa pengguna e-wallet *DANA* umumnya adalah kalangan muda, terutama pelajar dan mahasiswa, dengan frekuensi transaksi yang cukup sering, tetapi dengan pendapatan yang relatif rendah. Hal ini juga mencerminkan pentingnya produk e-wallet seperti *DANA* dalam memfasilitasi transaksi keuangan harian bagi kelompok usia muda yang mengutamakan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi.

**Tabel 1. Deskripsi Responden**

<b>Kategori</b>		<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	160	45,7%
	Perempuan	190	54,3%
<b>Usia</b>	18-22 tahun	257	73,4%
	23-27 tahun	75	21,4%
	Lebih dari 27 tahun	18	5,2%
<b>Penggunaan E-Wallet per bulan</b>	1 kali	26	7,4%
	2-3 kali	143	40,9%
	5 kali	132	37,7%
	Lebih dari 5 kali	49	14%
<b>Pendapatan per bulan</b>	< Rp 500.000	37	10,6%
	Rp 500.000 - < Rp 1.500.000	144	41,1%
	Rp 1.500.000 - < Rp 2.000.000	100	28,6%
	> Rp 2.000.000	69	19,7%
<b>Jumlah Responden</b>		350	100%

Sumber : Data diolah tahun 2024

## Analisis Data

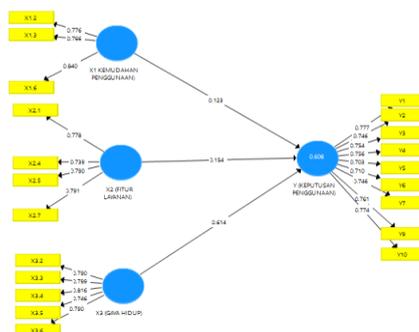
### Model Pengukuran (*Outer model*)

Model pengukuran dari (*outer model*) ini digunakan dalam membuat keputusan suatu hubungan antara

sebuah variabel laten dan indikator-indikator yang terkait. Pengujian ini mencakup analisis terhadap validitas untuk memastikan bahwa indikator mengukur konstruk dengan tepat,

reliabilitas untuk menilai konsistensi pengukuran, serta multikolinearitas untuk memeriksa apakah terdapat korelasi tinggi antara indikator-indikator yang digunakan. Hasil dari analisis outer model memberikan

gambaran mengenai sejauh mana model sesuai dengan data yang ada, yang sangat penting untuk memastikan keandalan dan validitas dalam penelitian selanjutnya.



**Gambar 4 Outer Model**

**Convergent Validity**

Jika sebuah indikator yang dinyatakan untuk memenuhi dari *convergent validity* pada kategori tidak buruk apabila suatu nilai sebuah outer loading > 0,7 (Ghozali, 2021). Menurut temuan analisis dalam tabel 2 bahwa semua indikator yang memiliki nilai

<0,70 dan sudah memenuhi nilai validitas konvergen. Nilai masing-masing indikator dari beban luar ini ditunjukkan di sini. pada variabel penelitian yang ditunjukkan pada tabel 2 dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Analisis Validitas Konvergen**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	X1.1	0.708	Sah
	X1.2	0.727	Sah
	X1.3	0.715	Sah
	X1.4	0.713	Sah
	X1.6	0.782	Sah
Fitur Layanan	X2.1	0.734	Sah
	X2.2	0.728	Sah
	X2.4	0.739	Sah
	X2.5	0.728	Sah
	X2.7	0.760	Sah
Gaya Hidup	X3.2	0.788	Sah
	X3.3	0.794	Sah
	X3.4	0.813	Sah
	X3.5	0.729	Sah
	X3.6	0.767	Sah

Keputusan Penggunaan	Y.1	0.770	Sah
	Y.2	0.740	Sah
	Y.3	0.749	Sah
	Y.4	0.750	Sah
	Y.5	0.713	Sah
	Y.6	0.710	Sah
	Y.7	0.747	Sah
	Y.9	0.755	Sah
	Y.10	0.763	Sah

Sumber : Data diolah tahun 2024

### **Discriminant Validity**

Uji validitas diskriminan dapat dilihat dengan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Nilai HTMT < 0,90 merupakan nilai semua konstruk dinyatakan valid secara diskriminan (Ghozali, 2021). Berdasarkan dari tabel

3, setiap variabel dalam studi ini memenuhi nilai HTMT yaitu <0,90 sehingga dapat dikatakan semua konstruk dinyatakan valid secara diskriminan. Adapun nilai validitas konvergen sendiri disajikan dalam tabel 3 yang berada dibawah ini:

**Tabel 3. Hasil Analisis Validitas Diskriminan**

	Kemudahan Penggunaan	Fitur Layanan	Gaya Hidup	Keputusan Penggunaan
Kemudahan Penggunaan				
Fitur Layanan	0.656			
Gaya Hidup	0.450	0.774		
Keputusan Penggunaan	0.515	0.713	0.860	

Sumber : Data diolah tahun 2024

### **Uji Reabilitas**

Terdapat metode baru yang dapat digunakan guna melakukan uji reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha* dan juga *Composite Reliability*. Suatu jenis Variabel yang dapat juga dikatakan untuk memenuhi dalam *Composite Reliability* apabila sebuah nilai dari *Composite Reliability* dari halnya setiap variabel yang nilainya > 0,7 (Ghozali,

2021). Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa suatu dari halnya setiap variabel ini sudah dapat memenuhi nilai dari *composite reliability* juga, sehingga dalam hal ini disimpulkan keseluruhan suatu variabel ini memiliki suatu tingkat dalam reliabilitas yang tinggi. Adapun nilai *Composite Reliability* disajikan pada tabel 4 dibawah ini :

**Tabel 4. Hasil Analisis Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0.837	Reliabel
Fitur Layanan	0.857	Reliabel
Gaya Hidup	0.892	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0.919	Reliabel

Sumber : Data diolah tahun 2024

Uji reliabilitas yang kedua dikenal sebagai *Cronbach's Alpha*. Teknik ini merupakan metode statistik yang dipakai untuk meningkatkan konsistensi internal suatu instrumen atau data psikometrik dalam pengujian reliabilitas. Sebuah konstruk dipandang memiliki suatu reliabilitas yang bagus jika nilai *Cronbach's Alpha* mencapai atau melebihi angka 0,6 hingga 0,7. (Ghozali, 2021). Berdasarkan tabel di

bawah ini, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel dalam penelitian menunjukkan angka di atas  $> 0,7$ . Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* memenuhi persyaratan kriteria yang ditetapkan, sehingga mengenai Semua konstruksi dapat didefinisikan secara reliabel.. Rincian nilai *Cronbach's Alpha* tersebut disajikan pada Tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Hasil Analisis *Cronbach's Alpha***

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0.709	Reliabel
Fitur Layanan (X2)	0.780	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0.848	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0.901	Reliabel

Sumber : Data diolah tahun 2024

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk dapat menjadi penentu multikolinearitas dari suatu variabel ini dengan suatu cara yaitu melihat dari nilai kolerasi antara variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai sebuah *Variance Inflation Factor* (VIF)

yang memiliki nilai  $< 10$  atau  $< 5$  (Ghozali, 2021). Dari tabel 6 , hasil hitungan *Collinearity Statistics* (VIF) setiap variabel mempunyai nilai VIF  $< 10$  maka hal ini tidak melanggar dari uji asumsi multikolinearitas. Adapun nilai VIF disajikan pada tabel 6 yang terletak dibawah ini :

**Tabel 6. Hasil Analisis *Collinearity Statistics***

Variabel Indikator	<i>Collinearity Statistics</i> (VIF)	Keterangan
X1.2	1.287	Bebas Multikol
X1.3	1.432	Bebas Multikol
X1.6	1.544	Bebas Multikol
X2.1	1.690	Bebas Multikol
X2.4	1.567	Bebas Multikol
X2.5	1.522	Bebas Multikol
X2.7	1.519	Bebas Multikol
X3.2	1.821	Bebas Multikol
X3.3	1.829	Bebas Multikol
X3.4	1.912	Bebas Multikol
X3.5	1.638	Bebas Multikol
X3.6	1.764	Bebas Multikol
Y1	2.088	Bebas Multikol
Y2	1.932	Bebas Multikol
Y3	1.922	Bebas Multikol

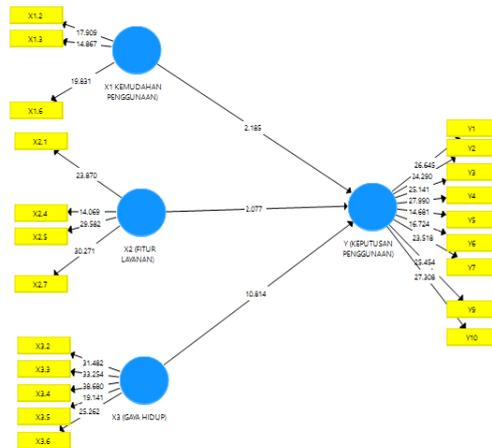
Y4	1.941	Bebas Multikol
Y5	1.779	Bebas Multikol
Y6	1.867	Bebas Multikol
Y7	1.928	Bebas Multikol
Y9	2.065	Bebas Multikol
Y10	2.214	Bebas Multikol

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Model Pengukuran (Inner Model)**

Inner model berfungsi untuk menguji hubungan antar variabel laten.

Pengujian terhadap inner model ini dapat dilakukan melalui tiga jenis analisis, yaitu dengan menghitung nilai R<sup>2</sup> (R-Square) serta *Goodness of Fit* (GoF).



Gambar 5. Inner Model

**Coefficient Determination (R<sup>2</sup>)**

Nilai dari R<sup>2</sup> atau sering di sebut *R-Square* mendefinisikan determinasi variabel dari eksogen terhadap sebuah variabel endogennya. Nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 sampai 1 yang menunjukkan suatu nilai determinasi semakin jadi baik. Jika nilai R<sup>2</sup> 0,75 artinya kuat , 0,50 artinya sedang atau moderat, dan 0,25 artinya lemah (Ghozali, 2021). Dari tabel 7, menunjukan nilai *R-Square* suatu

variabel keputusan penggunaan sebesar 0,608 atau 60%, Dengan kata lain perubahan variabel keputusan penggunaan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan penggunaan (X1), fitur layanan (X2) dan gaya hidup (X3), sisanya sebesar 40% dapat dijelaskan oleh suatu variabel lain yang tidak diteliti. Adapun nilai *R-Square* disajikan pada tabel 7 dibawah ini :

Tabel 7. Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Keputusan Penggunaan	0,608	<b>0,604</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

**Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)**

Uji kelakayan model (*goodness of*

*fit*) dapat dilihat melalui nilai *Standardized Root Mean Square (SRMR)* dan *NFI*. Kriteria nilai *SRMR* untuk model fit yang baik <0,80 dan

nilai NFI memiliki nilai  $>0,09$  atau mendekati angka 1 (Ghozali, 2021). Berdasarkan hasil pada dibawah, nilai SRMR yaitu 0,063 dan dinyatakan model fit baik karena  $<0,80$ . Sedangkan nilai NFI 0,828 dinyatakan marginal fit karena bernilai antara  $<0,80$  dan  $<0,90$ .

berdasarkan nilai kelayakan tersebut

maka dapat disimpulkan dengan bahwa modelnya fit dan baik. Adapun hasil uji kelayakan model ditunjukkan pada tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8. Hasil Analisis Goodness of Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,063	<b>0,063</b>
d_ ULS	0,924	<b>0,924</b>
d_ G	0,306	<b>0,306</b>
Chi-Square	620,373	<b>620,373</b>
NFI	0,828	<b>0,828</b>

Sumber : Data diolah tahun 2024

### Uji Hipotesis

#### Uji Path Coefficient

Uji *path coefficient* merupakan uji hipotesis yang melihat pengaruh secara langsung antar variabel hubungan yang mempengaruhi suatu hal terhadap suatu variabel yang akan dipengaruhi. Kriteria nilai signifikan *direct effect* yaitu nilai *t-statistics*  $>1,96$  dan signifikan dengan *p value*  $<0,05$  (Ghozali, 2021).

Tabel 9 menunjukkan bahwa pengaruh dalam kemudahan dari penggunaan ini terhadap suatu keputusan penggunaan ini memiliki nilai *t-statistics* 2,185 dan *p-value* 0,0155 sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan kemudahan suatu penggunaan berpengaruh secara positif terhadap keputusan dari penggunaan. Dengan demikian menjadi hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) terbukti.

Pengaruh dari fitur layanan

terhadap suatu keputusan penggunaan memiliki nilai *t-statistics* 2,077 dan *p-value* 0.019 sehingga ini dapat disimpulkan jika fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian menjadi hipotesis yang kedua (H2) menyatakan bahwa fitur layanan (X2) berpengaruh cukup signifikan juga terhadap keputusan penggunaan (Y) terbukti.

Selanjutnya pengaruh dari gaya hidup terhadap suatu keputusan dalam penggunaan memiliki nilai *t-statistics* 10.814 dan *p-value* 0.000 sehingga ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian suatu hipotesis kedua (H3) menyatakan bahwa gaya hidup (X3) berpengaruh besar terhadap suatu keputusan penggunaan (Y) terbukti. Adapun nilai hasil analisis uji *direct effect* ditunjukkan dalam tabel 9 dibawah ini :

**Tabel 9. Hasil Analisis Uji Path Coefficient**

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV)	P Values	Keterangan
---------------------	-----------------	----------------------------	-------------------------	----------	------------

Kemudahan Penggunaan	->	0.123	0.125	0.056	2.185	0.015	<b>Berpengaruh Signifikan</b>
Keputusan Penggunaan							
Fitur Layanan	->	0.154	0.158	0.074	2.077	0.019	<b>Berpengaruh Signifikan</b>
Keputusan Penggunaan							
Gaya Hidup	->	0.614	0.612	0.057	10.814	0.000	<b>Berpengaruh Signifikan</b>
Keputusan Penggunaan							

Sumber : Data diolah tahun 2024

## DISKUSI

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan dari penggunaan aplikasi *e-wallet DANA* di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Muhammadiyah. Pertama, hasil studi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan ini memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan *e-wallet*, terutama *DANA*. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan ketika menggunakan teknologi akan meningkatkan sikap positif konsumen terhadap suatu produk (Kotler et al., 2022; Mita et al., 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi yang memiliki antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami akan lebih menarik bagi pengguna, yang pada akhirnya dapat meningkatkan frekuensi penggunaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi dengan fokus pada kemudahan penggunaan sangat penting bagi keberlanjutan aplikasi *e-wallet DANA* di pasar.

Kedua, penelitian ini juga menemukan bahwa fitur layanan yang ditawarkan oleh *e-wallet DANA* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Fitur layanan yang informatif dan bervariasi terbukti dapat meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya mendorong keputusan untuk terus menggunakan aplikasi. Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan bahwa konsumen

cenderung memilih aplikasi dengan fitur yang memenuhi kebutuhan mereka secara lebih efisien (Fandy Tjiptono & Chandra (2020; Putri Nugraha et al. 2021)). Dengan terus mengembangkan fitur-fitur terbaru yang relevan, seperti transaksi cepat dan aman, *DANA* dapat mempertahankan dan bahkan menarik lebih banyak pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa yang cenderung mencari kenyamanan dan efisiensi.

Ketiga, gaya hidup juga terbukti mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet DANA*. Gaya hidup yang lebih mengarah pada pemanfaatan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, seperti kecenderungan untuk melakukan transaksi secara cepat dan praktis, sangat menentukan adopsi teknologi oleh pengguna (Putra & Julianto, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa aplikasi *DANA* perlu mempertimbangkan faktor-faktor gaya hidup pengguna, dengan menyediakan fitur atau promosi yang relevan dengan kebiasaan mereka, seperti cashback atau program loyalitas yang menarik. Dengan demikian, *DANA* dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan tren gaya hidup pengguna yang semakin digital dan berbasis teknologi.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi ini, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *e-wallet DANA* oleh mahasiswa perguruan tinggi Muhammadiyah. Kemudahan

penggunaan mempengaruhi kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, fitur layanan berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna, dan gaya hidup berhubungan dengan kecenderungan penggunaan teknologi yang praktis dan efisien. Penelitian ini mendukung berbagai studi sebelumnya dan menegaskan bahwa perusahaan penyedia *e-wallet* harus terus berinovasi dan mengembangkan aplikasi mereka untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

### **Keterbatasan Penelitian**

Meskipun hasil studi ini dapat memberikan suatu wawasan yang berguna, terdapat keterbatasan yang harus diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan dalam satu periode, yang berarti hasil yang ditemukan mungkin tidak mencerminkan dinamika yang terjadi dalam jangka panjang. Kedua, terdapat kemungkinan adanya bias dalam pengumpulan data, mengingat responden mungkin tidak memberikan jawaban yang sepenuhnya akurat selama proses pengisian kuesioner. Ketiga, penelitian ini hanya mencakup dua perguruan tinggi swasta Muhammadiyah, yaitu UMS dan UMY, sehingga generalisasi hasil penelitian ini terbatas pada konteks tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan lebih banyak perguruan tinggi dan periode waktu yang lebih panjang untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dari aplikasi *e-wallet*. Selain itu, perusahaan dari penyedia aplikasi *e-wallet* DANA diharapkan dapat terus mempertahankan kemudahan penggunaan dan menambahkan fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan kepercayaan

pengguna. Promo dan cashback yang relevan dengan gaya hidup pengguna juga dapat menjadikan strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pengguna.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Adha, W. (2020). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran Virtual Account Pada Pembayaran Premi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aisyah. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Wonogiri. *Journal Of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.
- Albarq, A. (2023). *The emergence of mobile payment acceptance in Saudi Arabia: the role of reimbursement condition*. 3870. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0052>
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Belanche, D., Flavián, M., & Pérez-Rueda, A. (2020). Mobile apps use and WOM in Belanche, D.,

- Flavián, M., & Pérez-Rueda, A. (2020). Mobile apps use and WOM in the food delivery sector: The role of planned behavior, perceived security and customer lifestyle compatibility. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–21.
- Che Nawi, N., Husin, H. S., Said Al-Jahwari, N., Zainuddin, S. A., Khan, N. U., Hassan, A. A., Wan Ibrahim, W. S. A. A., Mohamed, A. F., Mohd Nasir, N. S., & Muhamad Hasan, M. Z. (2024). The path to sustainability begins with going paperless: Antecedents of intention to use electronic wallet using serial mediation approach. *Heliyon*, 10(2), e24127. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24127>
- Damiati. (2017). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Rajawali Pers.
- David, C. (2017). *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*.
- Desita, W., & Dewi, Gst. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). In *Jurnal Akuntansi Profesi* (Vol. 13, Issue 1, pp. 115–124).
- Dini Wulansari, E. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sarirejo Kaliwungu, Kendal)*.
- Fandy Tjiptono, Ph. D., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hanafi, A., & Kamela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang. *Jfek*, 21(2), 2–4.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (3rd ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*.
- Kotler, P., Kelller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. In Pearson.
- Lubis, K. (2023). *Pengaruh Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi E-Wallet Dana Pada Mahasiswa*.
- Madinga, N. W., Blanckensee, J., Longhurst, L., & Bundwini, N. (2023). The new normal: the adoption of food delivery apps. *European Journal of Management Studies*, 28(3), 175–192. <https://doi.org/10.1108/ejms-03-2023-0021>
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalino bis.v4i4.204>
- Nasir, M. (2018). Analysis of Consumer Decisions Based on Product

- Quality, Price, and Brand Equity in Buying Fresh Milk Shi Jack in Surakarta. *Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 246–262.
- Nasir, M., & Pramudya, H. D. (2022). Implementation of Assael Model in Buying Decision on Fast Food Product in Surakarta City . *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 224–229. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.20602.029>
- Novitasari, S., & Nasir, M. (2023). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Inovasi Sarana Prasarana dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata di Solo*.
- Pandasari Putri, N., & Drs. Moehammad Nasir, M. (2020). *Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Soloraya*. 1–7.
- Putra, G. P., & Julianto, I. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(01), 27–35. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i01.56230>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Rahmad Surgawan, R., & Susila, I. (2024). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 918–936. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.5000>
- Ramadhan, R., & Nasir, M. (2023). Analysis of the Influence of Social Media Marketing and Price Discounts on Online Purchase Decisions with Brand Trust as an Intervening Variable in the Tik-Tokshop Application in Soloraya Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing dan Diskon Harga Terhadap. *Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 9(2), 170–182.
- Sapitri, M., & Maulina, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital Ovo di Janji Jiwa Citywalk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 25–31.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wakhida, U. I., & Sanaji, S. (2020). Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemediasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan e-WOM Negatif terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1158. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>

