Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

# Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek

#### **Ditiya Himawati**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma **Mu'minatus Fitriati Firdaus** 

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma

<u>ditiya@staff.gunadarma.ac.id</u> muminatus ff@staff.gunadarma.ac.id

#### Abstrak

Kemudahan dalam bertransaksi saat ini merupakan salah satu dampak dari perkembangan financial technology (fintech). Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh word of mouth dan manfaat terhadap keputusan menggunakan ewallet DANA melalui kepercayaan pelanggan di Jabodetabek. Metode analisis yang digunakan adalah data primer dengan pendekatan kuantitatif dan tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas (CFA), uji reliabilitas (AVE), Analisis Structural Equation Modelling (SEM), Analisis Direct Effect, Indirect Effect, Total Effect dan Uji Hipotesis dengan bantuan alat uji yaitu AMOS. Data yang digunakan berupa instrumen kuesioner dan data yalid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 200 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai dengan April 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa word of mouth tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek, manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek, dan word of mouth tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Sedangkan manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek.

Kata Kunci: word of mouth, manfaat, kepercayaan, dan keputusan menggunakan.

### Pendahuluan

Kemajuan sistem informasi seiring dengan berkembangnya teknologi, berdampak pada beberapa sektor kehidupan manusia, salah satunya dalam tatanan keuangan di Indonesia. Kemudahan dalam bertransaksi yang dirasakan saat ini merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan *financial technology (fintech)*. *Fintech* adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang dapat menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang membawa dampak pada stabilitas moneter maupun stabilitas sistem keuangan (Bank Indonesia, 2018).

Di berbagai negara sistem pembayaran non tunai sudah mulai dikembangkan. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh tingginya jumlah uang beredar berakibat pada banyaknya kasus pemalsuan uang, dan besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk operasional pencetakan,

#### Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

penyimpanan dan pendistribusian uang tunai oleh bank sentral. Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang berada di kawasan Asia Tenggara dengan tingkat pertumbuhan perekonomian semakin baik sehingga semakin mendorong banyak industri yang berkembang dan berinovasi di Indonesia, salah satunya industri digital. Saat ini, industri digital di Indonesia terus memperlihatkan perkembangannya hingga menghadirkan inovasi dalam ranah pembayaran digital dan sejenisnya, seperti: uang elektronik. Oleh sebab itu, Bank Indonesia sebagai bank sentral yang ada di Indonesia sedang berupaya untuk mensukseskan gerakan transaksi non tunai di Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan pencanangan program bernama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 agar dapat mewujudkan masyarakat Indonesia yang menjadi *Less Cash Society (LCS)* (Sianturi & Suhandak, 2019).

Disamping itu, perkembangan teknologi dalam industri digital juga mengubah gaya hidup masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran. Masyarakat yang dulu menggunakan alat pembayaran tunai kini telah mengenal alat pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai merupakan inovasi dari sistem pembayaran melalui teknologi *modern*. Inovasi pembayaran ini berupa ATM, kartu kredit, *e-banking*, dan uang elektronik (Priambodo, 2016). Perkembangan transaksi uang elektronik tidak lepas dari beberapa perusahaan yang ikut berkontribusi dalam memberikan fasilitas untuk menjadikan uang elektronik sebagai alat pembayaran. *E-Wallet* adalah salah satu tipe dari pembayaran elektronik, yang dapat digunakan untuk transaksi secara online melalui komputer atau Smartphone. *E-wallet* mampu menyediakan solusi yang sangat nyaman untuk bisnis apa pun, dan memungkinkan pelanggannya untuk membeli produk mereka secara *online*.

Ratusan perusahaan di bidang teknologi finansial (*fintech*) berupaya mengisi peluang pasar yang besar di Indonesia. Salah satunya adalah *e-wallet* DANA merupakan *start up fintech* yang hadir dengan tujuan meningkatkan inklusi keuangan di Tanah Air, melalui layanan pembayaran dan transaksi secara *non* tunai dan *non* kartu. Dirancang oleh programer andal Indonesia, DANA hadir dengan sokongan investor kelas dunia PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas, dan *Ant Financial* (Sudarwanto & Abrilia, 2020). DANA diluncurkan pada tahun 2018, namun sebagai pemain baru dompet digital DANA ingin berkontribusi pada program besar pemerintah, baik Bank Indonesia (BI), dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mencapai 75 persen target inklusi keuangan di Indonesia hingga 2019.

Menjadi pendatang baru tidaklah mudah, harus ada inovasi yang membedakan layanan dompet digital DANA dengan produk lain. Dalam hal inovasi, DANA mengadopsi teknologi kelas dunia yang dikembangkan oleh para programer lokal, yakni anak-anak muda Tanah Air yang memiliki kompetensi global. Hal ini menjadikan DANA siap diandalkan oleh beragam sektor untuk mendukung peningkatan produktivitas dan efisiensi secara parsial. Inovasi terbaru DANA adalah menghadirkan program Dana *Protection*. Dana *Protection* merupakan jaminan proteksi 100 persen untuk kenyamanan dan keamanan penggunaan DANA. Selain itu, pengguna premium bisa memanfaatkan fitur ini sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan DANA.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkanmoleh Davis yang mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (perceived of usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) (Venkatesh, & Davis, 2000). Selain menggunakan faktor manfaat dan kemudahan terhadap keputusan menggunakan teknologi, penelitian ini menambahkan faktor kepercayaan, dan

Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

word of mouth dalam kerangka model yang diperkirakan menjadi salah satu faktor untuk mengetahui pengaruh keputusan dalam menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan uraian pada fenomena di atas, peneliti ingin mengkaji lebih mendalam dan komprehensif tentang:

- 1. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *e-wallet* DANA di Jabodetabek?
- 2. Apakah manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *ewallet* DANA di Jabodetabek?
- 3. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek?
- 4. Apakah manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek?
- 5. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek?

#### Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

## Financial Technology

Menurut Bank Indonesia (2018) *financial technology/fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

#### E-Wallet

Menurut Le (2019) e-wallet adalah salah satu tipe dari pembayaran elektronik, yang dapat digunakan untuk transaksi secara *online* melalui *Smartphone*. *E-Wallet* menyediakan solusi yang sangat nyaman untuk bisnis apapun, dan memungkinkan pelanggannya untuk membeli produk mereka secara *online*.

## Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Chauhan (2015) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru.

### Word of Mouth

Menurut Kotler dan Keller (2012) *word of mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun melalui alat komunikasi elektronik yang terhubung internet dengan didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa.

## **Manfaat Penggunaan**

Menurut Fullah dan Candra (2012) manfaat penggunaan sebagai tingkat keyakinan individu dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitasnya, atau lebih singkatnya manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi tersebut ialah menguntungkan.

#### Kepercayaan Pelanggan

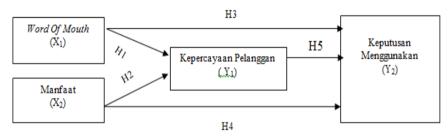
Menurut Sugara (2017) kepercayaan pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan Keputusan Menggunakan yang akan ditetapkan.

### Keputusan Menggunakan

Menurut Alistriwahyuni (2019) keputusan menggunakan merupakan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh informasi yang masuk dari berbagai sumber antara lain faktor upaya pemasar dan faktor lingkungan-budaya. Upaya pemasar yaitu penyampaian informasi tentang produk untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk tersebut. Cara yang dilakukan pemasar untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan menggunakan yaitu produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses, pendukung fisik, dan orang.

#### **Kerangka Konsep Penelitian**

Berdasarkan penjelasan teori dan pengembangan hipotesis, maka dapat dibuat kerangka konsep penelitian seperti nampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

#### **Hipotesis Penelitian**

**H**<sub>1</sub>: Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan E-Wallet DANA di Jabodetabek.

**H**<sub>2</sub>: Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *E-Wallet* DANA di Jabodetabek.

**H**<sub>3</sub>: Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan E-Wallet DANA di Jabodetabek.

**H**<sub>4</sub>: Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* DANA di Jabodetabek.

**H**<sub>5</sub>: Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* DANA di Jabodetabek.

#### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang menghubungkan variabel bebas (dua atau lebih) untuk dapat dilihat pengaruhnya terhadap variabel terikatnya. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif karena arah dan fokus penelitian ini menggunakan uji teoritik atau uji hipotesis, yang tiap tahap mengutamakan pengukuran rumus, penggunaan instrumen kuesioner, dan data statistik.

Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Metode pengumpulan data berupa kuesioner online yang terstruktur menggunakan google form yang diisi secara langsung oleh responden atau pengguna E-Wallet DANA baik yang pernah menggunakan maupun yang masih menggunakannya. Dalam penelitian ini terdapat variabel independent yang terdiri dari dua variabel yaitu word of mouth  $(X_1)$  dan manfaat  $(X_2)$ , variabel intervening yaitu kepercayaan pelanggan  $(Y_1)$  dan variabel dependent yaitu keputusan menggunakan  $(Y_2)$ .

Populasi ini adalah semua pelanggan yang pernah menggunakan atau masih menggunakan *E-Wallet* DANA yang berdomisili di Jabodetabek. Jumlah populasi pengguna *E-Wallet* DANA di Jabodetabek dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya. Metode pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode *non probability sampling* karena tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan untuk penentuan pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang mana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu atau memiliki kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriterianya, yaitu:

- 1. Orang yang pernah menggunakan atau yang masih menggunakan E-Wallet DANA.
- 2. Usia 17 tahun atau lebih.
- 3. Berdomisili di wilayah Jabodetabek.

Dalam penelitian ini, besarnya sampel disesuaikan dengan model analisis yang digunakan, yaitu *Structural Equation Model* (SEM). Dalam penelitian ini terdapat 6 konstruk variabel dengan total 25 parameter indikator. Berdasarkan ketentuan-ketentuan di atas maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 8 x 25 = 200 responden sedangkan waktu pengambilan data dilakukan pada bulan Maret hingga bulan April 2021.

#### Uji Validitas / Uji CFA

Untuk menguji validitas dilakukan dengan menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan program AMOS. Dengan pendekatan ini, suatu butir pengukuran dikatakan valid apabila hubungan antara konstruk laten dengan butir yang digunakan untuk mengukur tersebut mempunyai *critical ratio* (CR atau t-hitung) yang lebih besar atau sama dengan nilai t-tabel (Haryono, 2016).

#### Uji Reliabilitas / Uji AVE

Reliabilitas, dimana nilai reliabilitas yang diterima adalah  $\geq 0,60$ . Uji reliabilitas dalam SEM dapat diperoleh melalui rumus:

$$Construct-Reliability = \frac{(\Sigma standardized Loading)^2}{(\Sigma standardized Loading)^2 + \Sigma sj}$$

Standardized loading dapat diperoleh dari output AMOS, dengan melihat nilai standardized regression weight masing-masing konstruk terhadap indikatornya. Sedangkan  $\varepsilon$ j adalah measurement error dari tiap-tiap indikator, yang dihitung dengan formula :  $\varepsilon$ j = 1-(standardized loading)². Variance Extract, dimana nilai yang dapat diterima adalah  $\geq$  0.50. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Variance \ Extract = \frac{\Sigma \ standardized \ Loading^2}{\Sigma \ standardized \ Loading^2 + \Sigma \ sj}$$

Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

## Structural Equation Modeling (SEM)

Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan program AMOS dalam model dan pengujian hipotesis. Ada tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), (Haryono, 2016), vaitu:

- 1. Pengembangan Model Teoritis
- 2. Pengembangan Diagram Alur
- 3. Mengkonversi Diagram Alur ke dalam persamaan
- 4. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model
- 5. Menilai Identifikasi Model Struktural
- 6. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit
- 7. Interpretasi dan Modifikasi Model

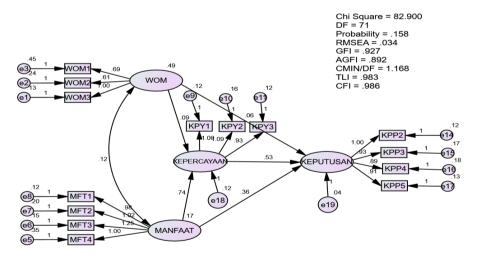
#### Uji Hipotesis

Uji statistik (t test) untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hipotesis diterima jika signifikan  $< \alpha 0.05$  dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

#### Pembahasan

### Uji Validitas / CFA

Validitas atau CFA adalah indikator yang menyusun sebuah konstruk dapat dilihat dari nilai loading *factor*-nya. Nilai *loading factor* dari semua indikator yang ada dalam model ditunjukkan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Model Pengujian CFA Sumber: Data primer diolah, 202

Berdasarkan Gambar 2 di atas model pengujian CFA dapat dilihat nilai *loading factor* pada setiap indikator variabel seperti yang nampak pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Nilai *Loading Factor* 

Konstruk	Kode	Loading
		Factor
	WOM1	0.69
WORD OF MOUTH	WOM2	0.61
	WOM3	1.00
	MFT1	0.98
MANFAAT	MFT2	1.02
	MFT3	1.25
	MFT4	1.00
	KPY1	1.08
KEPERCAYAAN	KPY2	1.09
	KPY3	0.93
	KPP2	1.00
KEPUTUSAN	KPP3	0.93
MENGGUNAKAN	KPP4	0.89
	KPP5	0.91

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa setiap indikator-indikator dari masing-masing dimensi seluruh variabel penelitian memiliki nilai *loading factor* dari semua indikator lebih besar dari 0.50. Dengan demikian, maka semua indikator dinyatakan valid dan proses evaluasi model dapat dilanjutkan.

### Uji Reliabilitas / AVE

Uji Reliabilitas atau AVE masing-masing dimensi seluruh variabel penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *contruct reability* lebih besar dari 0.60 (Haryono, 2016). Hasil dari perhitungan *contruct reliability* terdapat Nilai *Construct Reliability* seperti pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Nilai Construct Reliability

Konstruk	Construct Reliability (CR)	Keterangan
Word of mouth	1.00	BAIK (Reliabel)
Manfaat	0.88	BAIK (Reliabel)
Kepercayaan	0.96	BAIK (Reliabel)
Keputusan	0.90	BAIK (Reliabel)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai *construct reliability* (CR) yang nilainya di bawah 0.60, maka semua variabel dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam model.

#### **Analisis Structural Equation Modeling (SEM)**

Hasil perhitungan model SEM menghasilkan kriteria *goodness of fit*, berikut hasil *goodness of fit* sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Goodness of Fit Index

Goodness	Cutoff	Hasil	Evaluasi
Of Fit	Value	Analisis	Model
Index			
χ2-Chi	91.670	82.900	Good Fit
Square			
Significancy	$\geq 0.05$	0.158	Good Fit
Probability			
RMSEA	$\leq 0.08$	0.034	Good Fit
GFI	≥ 0.90	0.927	Good Fit
AGFI	≥ 0.90	0.892	Marginal
			Fit
CMIN/DF	$\leq$ 2.00	1.168	Good Fit
TLI	≥ 0.95	0.983	Good Fit
CFI	≥ 0.95	0.986	Good Fit

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa model telah memenuhi syarat karena diketahui bahwa hampir semua nilai *goodness of fit indices* memenuhi kriteria *cut off value*. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian *fit*.

### Analisis Direct Effect, Indirect Effect, Total Effect

Analisis ini digunakan untuk melihat kekuatan pengaruh antar konstruk, baik pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, maupun pengaruh totalnya. Menurut Haryono (2016) pengaruh langsung (*direct effect*) merupakan koefisien dari semua garis dengan anak panah satu ujung. Sedangkan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah pengaruh yang muncul melalui sebuah variabel antara dan pengaruh total (*total effect*) adalah pengaruh dari berbagai hubungan.

Pada Tabel *Standardized Direct Effects* terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh langsung terhadap variabel kepercayaan dan terdapat lima variabel yang memiliki pengaruh langsung terhadap variabel Keputusan menggunakan yang dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Standardized Direct Effects – Estimates

	Kepercayaan	Keputusan
WOM	.123	.095
MANFAAT	.624	.332
KEPERCAYAAN	.000	.000
KEPUTUSAN	.583	.000

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan analisis *Direct Effect* menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel kepercayaan adalah variabel Manfaat, yaitu sebesar 0,624 dan variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap variabel Keputusan Menggunakan adalah variabel Manfaat, yaitu sebesar 0.332.

Dalam model penelitian ini juga diukur pengaruh tidak langsung antar variabel, yaitu terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap variabel Keputusan Menggunakan sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Standardized Indirect Effects – Estimates

	Kepercayaan	Keputusan
WOM	.123	.167
MANFAAT	.624	.696
KEPERCAYAAN	.000	.583
KEPUTUSAN	.000	.000
	Kepercayaan	Keputusan
WOM	.123	.167
MANFAAT	.624	.696
KEPERCAYAAN	.000	.583
KEPUTUSAN	.000	.000

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 5 diatas analisis *Indirect Effect* menunjukkan variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung terbesar terhadap variabel Keputusan Menggunakan adalah variabel Manfaat, yaitu sebesar 0.364. Adanya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel dalam model penelitian ini, maka perlu diukur pengaruh totalnya. Hasil pengukuran pengaruh total antar variabel sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6.

**Tabel 6.** Standardized Total Effects – Estimates

	Kepercayaan	Keputusan
WOM	.000	.072
MANFAAT	.000	.364
KEPERCAYAAN	.000	.000
KEPUTUSAN	.000	.000

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 6 diatas analisis *Total Effect* menunjukkan variabel yang memiliki pengaruh total terbesar terhadap variabel kepercayaan adalah variabel Manfaat, yaitu sebesar 0.624 dan variabel yang memiliki pengaruh total terbesar terhadap variabel Keputusan Menggunakan adalah variabel Manfaat, yaitu sebesar 0.696.

## **Pengujian Hipotesis**

Analisis kausalitas dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Pada penelitian ini diharapkan adanya pengujian kausalitas dapat mengetahui pengaruh yang terjadi antara *word of mouth*, manfaat dan kemudahan terhadap kepercayaan dan Keputusan Menggunakan. Berikut hasil pengujian hipotesis yang nampak pada Tabel 7.

**Tabel 7.** Regression Weight

	Estimate	S.E.	C.R.	P
KEPERCAYAAN < WOM	.086	.066	1.299	.194
KEPERCAYAAN < MANFAAT	.741	.154	4.825	***
KEPUTUSAN < KEPERCAYAAN	.526	.102	5.144	***
KEPUTUSAN < MANFAAT	.356	.123	2.886	.004
KEPUTUSAN < WOM	.060	.048	1.248	.212

Sumber: Data primer diolah, 2021

Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

### Pengaruh Word of Mouth Terhadap Kepercayaan

Hasil pengujian kausalitas untuk hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh word of mouth terhadap kepercayaan dengan nilai signifikansi sebesar 0.194 atau lebih besar dari 0.05 yang artinya word of mouth tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa word of mouth bukan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek. Pengaruhnya memang positif, tetapi tidak begitu besar sehingga bukan menjadi variabel yang dipertimbangkan. Word of mouth indikator membicarakan, terbangun didasari oleh mempromosikan merekomendasikan belum sepenuhnya mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek. Hal ini bisa saja terjadi karena pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek lebih mempercayai iklan langsung atau informasi langsung dari perusahaan daripada hanya mendengarkan informasi dari orang-orang sekitar. Maka dari itu, dapat diinterpretasikan bahwa word of mouth tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan e-wallet DANA di Jabodetabek. Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haekal dan Yulianto (2016) bahwa electronic word of mouth terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, sehingga menjadi pembeda dalam penelitian ini.

#### Pengaruh Manfaat Terhadap Kepercayaan

Hasil pengujian kausalitas untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh manfaat terhadap kepercayaan dengan nilai signifikansi terdapat tanda \*\*\* atau lebih kecil dari 0.05 yang artinya manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa manfaat menjadi faktor yang mampu mempengaruhi kepercayaan pelanggan *e-wallet* DANA di Jabodetabek. Pengaruhnya positif, sehingga manfaat dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan *e-wallet* DANA di Jabodetabek. Hal ini dapat saja terjadi karena pelanggan *E-Wallet* DANA di Jabodetabek beranggapan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kontribusi produktif bagi pengguna *E-Wallet* DANA, sehingga dari segi manfaat hal ini menjadi dasar dalam kepercayaan pelanggan untuk menggunakan *E-Wallet* DANA. Maka dari itu, kita dapat menginterpretasikan bahwa manfaat memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan *e-wallet* DANA di Jabodetabek. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Park, Amendah, Lee, dan Hyun (2019) yang menyatakan bahwa manfaat dalam menggunakan *e-payment* secara positif dipengaruhi oleh kepercayaan. Menariknya, kepercayaan memediasi hubungan antara manfaat terhadap minat menggunakan *e-payment*.

## Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil pengujian kausalitas untuk hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh word of mouth terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi sebesar 0.212 atau lebih besar dari 0.05 yang artinya word of mouth tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa word of mouth bukan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi pengguna di Jabodetabek dalam menggunakan e-wallet DANA. Pengaruhnya memang positif, tetapi tidak begitu besar sehingga bukan menjadi variabel yang dipertimbangkan. Word of mouth yang terbangun didasari oleh indikator membicarakan, mempromosikan dan merekomendasikan belum sepenuhnya mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Hal ini dapat saja terjadi karena pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek lebih mempercayai iklan langsung atau informasi langsung dari perusahaan itu sendiri. Sehingga segala rekomendasi atau bahan pembicaraan dari pihak lain tidak dapat mempengaruhi pengguna di Jabodetabek untuk

Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

menggunakan *e-wallet* DANA dengan kata lain, pelanggan *e-wallet* DANA di Jabodetabek menggunakan *e-wallet* DANA karena keinginan sendiri bukan dari pengaruh orang lain. Maka dari itu, kita dapat menginterpretasikan bahwa *word of mouth* tidak dapat mempengaruhi pelanggan untuk memutuskan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinan (2020) yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek.

## Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil pengujian kausalitas untuk hipotesis keempat menunjukkan bahwa pengaruh manfaat terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi sebesar 0.004 pada nilai P atau lebih kecil dari 0.05 yang artinya manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa manfaat menjadi faktor yang mampu mempengaruhi pengguna di Jabodetabek dalam menggunakan *e-wallet* DANA. Hal ini dapat saja terjadi karena pengguna *e-wallet* DANA di Jabodetabek beranggapan bahwa manfaat yang diberikan perusahaan *e-wallet* DANA sangat bermanfaat untuk kebutuhan sehingga mampu mempengaruhi masyarakat Jabodetabek dalam memutuskan menggunakan *e-wallet* DANA. Maka dari itu, kita dapat menginterpretasikan bahwa manfaat dapat mempengaruhi pengguna di Jabodetabek untuk memutuskan menggunakan *e-wallet* DANA. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinan (2020) yang menyatakan bahwa *manfaat* tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA di Jabodetabek sehingga menjadi temuan baru dalam penelitian ini.

#### Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil pengujian kausalitas untuk hipotesis kelima menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi memiliki tanda \*\*\* pada nilai P atau lebih kecil dari 0.05 artinya kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi pelanggan di Jabodetabek dalam keputusan menggunakan e-wallet DANA. Kepercayaan merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan dalam mewujudkan tingkat penggunaan e-wallet DANA di Jabodetabek. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap e-wallet DANA, maka semakin banyak juga pelanggan di Jabodetabek yang memutuskan untuk menggunakan e-wallet DANA. Hal ini dapat saja terjadi karena mayoritas pelanggan e-wallet DANA berada di wilayah Jabodetabek pasti menginginkan kepercayaan yang penuh untuk melindungi data privasi dan jumlah saldo yang ada di aplikasi e-wallet DANA, sehingga jika sudah terbentuk kepercayaan dari pelanggan maka akan semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan E-Wallet DANA. Maka dari itu, kita dapat menginterpretasikan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan untuk menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinan (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek.

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh word of mouth, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan e-wallet DANA melalui kepercayaan pelanggan di Jabodetabek, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Pertama, bahwa word of mouth tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan e-wallet DANA di Jabodetabek. Kedua, manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan e-

#### Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

wallet DANA di Jabodetabek. Ketiga, word of mouth tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Keempat, manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Kelima, kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan e-wallet DANA di Jabodetabek. Diharapkan bagi perusahaan e-wallet DANA untuk terus meningkatkan rasa kepercayaan melalui pelanggan yang pernah atau masih menggunakan e-wallet DANA dengan memberikan manfaat yang berbeda dan menarik supaya pelanggan dapat mempromosikan e-wallet DANA secara tidak langsung dengan cara merekomendasikan dan sering membicarakan kepada orang lain guna meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan sehingga semakin banyak yang memutuskan untuk menggunakan e-wallet DANA. Peneliti selanjutnya, disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti pengalaman pelanggan, keamanan, citra merek dan lain sebagainya yang belum diteliti, sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan menggunakan e-wallet DANA.

#### **Daftar Pustaka**

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh promosi penjualan, kemudahan penggunaan, dan fitur layanan i-Saku di Indomaret (Studi Pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: Integrating trust into the technology acceptance model. *Emerald Insight I :Institut Gugaon India. Vol.* 17.
- Dinan, R. A., (2020). Pengaruh Word of Mouth, Promosi, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Fadhil, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 264-276.
- Fullah, L., & Candra, S. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Bina Nusantara*, 2(1), 1-10.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19,0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan Amos, Pls, Lisrel*. Edisi Pertama. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Haekal, M. E., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Electoronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instagram Erigostore). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 162-168.

#### Ditiya Himawati, Mu'minatus Fitriati Firdaus

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. New Yersey: Prentice Hall.
- Le, D. N., Kumar, R., Mishra, B. K., Chatterjee, J. M., & Khari, M. (Eds.). (2019). Cyber Security in Parallel and Distributed Computing: Concepts, Techniques, Applications and Case Studies. John Wiley & Sons.
- Le, D., Kumar, R., Mishra, B. K., Khari, M., & Chatterjee, J. M. (2019). *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing*. Wiley: Hoboken.
- Novia, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics In Manufacturing*, 29(1), 31-43. https://doi.org/10.1002/hfm.20750.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Sianturi, M. H. B., & Suhadak, S. (2019). Analisis Pengaruh Gnnt (Gerakan Nasional Non Tunai) Terhadap Nilai Transaksi Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Makroekonomi Indonesia (Studi Pada Bank Indonesia Tahun 2014-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70(1), 53-60.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online (Studi pada konsumen "Z"). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1), 8-15.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- www.bi.go.id/. Diakses pada 07 Mei 2020.