

Pengaruh *Ease Of Use* dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Sidoarjo

Miranda Adityawati* , Laily Muzdalifah, Ayu Lucy Larassaty, M. Mustaqim

Email : mirandaadityawati59@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Abstract

This research aims to 1) knowing the effect of ease of use on the purchasing decisions for Dana e-wallet users in Sidoarjo, 2) knowing the effect of e-trust on purchasing decisions for Dana e-wallet users in Sidoarjo. The research method used is a quantitative method using SPSS analysis tool to measure the result of the effect of ease of use and e-trust on purchasing decisions for Dana e-wallet users in Sidoarjo. The sample of this study amounted to 68 respondents. The place of this research was carried out in Sidoarjo Regency, especially in the Balongbendo area using the cluster sampling method. The data analysis technique used is path analysis with the help of SPSS 24. Based on the result of research from the ease of use variable partially positive and significant effect on purchasing decisions. While the result variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: ease of use, e-trust, and purchasing decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh *Ease of Use* terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo, 2) mengetahui pengaruh *E-Trust* terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SPSS untuk mengukur hasil dari pengaruh *Ease of Use* dan *E-Trust* terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo. Sample penelitian ini berjumlah 68 responden. Tempat penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidoarjo khususnya pada wilayah Balongbendo dengan menggunakan metode *cluster sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis* dengan bantuan SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel *Ease of Use* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel *E-Trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *ease of use, e-trust, dan keputusan pembelian*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin pesat, waktu berubah dan segala sesuatu harus cepat dan praktis. Perkembangan di era ini, banyak masyarakat yang mulai meninggalkan sistem lama dan beralih ke sistem teknologi yang baru, terutama perkembangan teknologi di dunia *fintech* (*Finacial Technology*). Salah satu produk dari *fintech* adalah dompet digital atau *e-wallet*. Dompot digital merupakan sebuah aplikasi

atau fitur yang dirancang untuk memfasilitasi pembayaran berbasis *online*. Salah satu dompet digital yang ada di Indonesia adalah dompet digital Dana.

Latar belakang masalah menunjukkan bahwa kemudahan dapat dirasakan ketika ingin melakukan pembelian secara digital. Transaksi menggunakan dompet digital memberikan perubahan *trend* belanja pada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dan kepercayaan maka semakin tinggi pula minat menggunakan dompet digital. Transaksi pembayaran menggunakan dompet digital lebih cepat dan lebih aman daripada metode pembayaran lainnya (Abrilia & Tri, 2020). Kemudahan penggunaan menjadi salah satu akses dalam melakukan transaksi pada dompet digital khususnya pada generasi milenial di Sidoarjo. Transaksi menggunakan dompet digital sangat erat berkaitan dengan keputusan pembelian. Namun dengan kemudahan yang ditawarkan dompet digital Dana dapat menimbulkan masalah keamanan siber (Melzatia, 2021). Selain itu banyak yang tidak mempercayai jaringan server dana karena aplikasi Dana sering mengalami gangguan. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut (Pertiwi, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwiyanti, Ivo Agesti & Sadikin, 2021) menunjukkan bahwa kemudahan aplikasi shopee berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawaty et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas *e-service* memiliki efek positif dan signifikan pada loyalitas *e-customer*. Kualitas *e-service* memiliki efek positif dan tidak signifikan pada kepuasan *e-customer*. Kepuasan *e-customer* memiliki efek positif dan signifikan pada loyalitas *e-customer* melalui kepuasan *e-customer*, dan *e-trust* memiliki efek positif dan signifikan pada loyalitas *e-customer* melalui kepuasan *e-customer*.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Ease of Use* dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Dompet Digital Dana di Sidoarjo”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Ease of Use* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet Digital Dana di Sidoarjo?
2. Apakah *E-Trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Dwiyanti, Ivo Agesti & Sadikin, 2021) menyatakan bahwa *ease of use* adalah kemudahan penggunaan merupakan tingkat seseorang yang percaya terhadap penggunaan situs atau sistem yang merupakan hal yang tidak sulit bagi orang untuk memahami cara menggunakan sistem dan tidak memerlukan banyak usaha agar bisa digunakan. Selain itu dalam penelitian (Isma et al., 2021) menyatakan bahwa *ease of use* adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah keyakinan dalam proses pengambilan keputusan saat menggunakan teknologi informasi. Adapun indikator *ease of use* menurut (Fitria et al., 2021) adalah sebagai berikut:

- a. *Easy to Learn*, dapat dikatakan bahwa seseorang yang tertarik menggunakan teknologi mereka akan cenderung mempelajarinya.
- b. *Controllable Visualization*, sistem aplikasi yang mudah dikendalikan dan memiliki fitur keamanan akan menarik konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.
- c. *Clear and Unde0rstandable*, sistem pembayaran yang jelas dan mudah dimengerti.
- d. *Flexible The Visualization*, sistem aplikasi yang fleksibel dapat diakses kapan saja dan dimana saja.
- e. *Easy to Become Skillful*, sistem aplikasi yang mudah untuk dipahami sehingga tidak menimbulkan kesulitan pada pengguna selama pengoperasian.
- f. *Easy to Understand*, mudah digunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi.

Menurut (Pramuditha et al., 2021) *E-Trust* adalah kepercayaan dan keyakinan bahwa ketika konsumen melakukan transaksi online, perusahaan menepati janjinya dalam menanggapi harapan informasi yang diberikan melalui *website* perusahaan. Dalam penelitian (Sandy & Firdausy, 2021) menyimpulkan bahwa semakin orang termotivasi untuk menggunakan teknologi maka semakin tinggi motivasi seseorang terhadap teknologi tersebut. Adapun indikator *e-trust* menurut (Purwanto, 2021) adalah sebagai berikut:

- a. Kejujuran ketika mengatur situs jual beli *online*, ketika konsumen mendapatkan kepercayaan dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
- b. Kompetensi, kemampuan konsumen dalam menentukan situs jual beli.
- c. Informasi, dalam memberikan suatu informasi harus cepat dan akurat serta informasi yang diberikan bisa dipercaya.

Menurut (J. Setiadi, 2019) keputusan pembelian merupakan proses terintegrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Dalam penelitian (Asnawati et al., 2022) menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses memilih dua atau lebih opsi alternatif yang akan mengarahkan pada keputusan untuk melakukan pembelian. Adapun indikator keputusan pembelian menurut (Kotler, 2012) adalah sebagai berikut:

- a. Pilihan Produk, konsumen perlu mempertimbangkan berbagai pertimbangan ketika memilih produk.
- b. Pilihan Merek, konsumen perlu memutuskan nama merek mana yang akan dibeli.
- c. Pilihan Penyalur, konsumen perlu memutuskan penyalur mana yang akan dituju.
- d. Jumlah Pembelian, Saat melakukan pembelian perlu mempertimbangkan jumlah produk yang akan dibeli.
- e. Waktu Pembelian, konsumen mempertimbangkan waktu yang tepat untuk membeli suatu produk.
- f. Metode Pembayaran, konsumen menunjukkan metode pembayaran yang akan digunakan pada saat pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *cluster sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan daerah populasi, jadi pengambilan sampel dilakukan secara random dengan kriteria tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Sidoarjo khususnya pada generasi milenial yang ada di wilayah Balongbendo. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian adalah sebanyak 68 responden. Berdasarkan

hasil observasi diketahui bahwa wilayah yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini meliputi Desa Kemangsen, Desa Jabaran, Desa Seketi, dan Desa Penambangan. Hal ini dikarenakan keempat desa tersebut memiliki penduduk terbanyak diantara desa lainnya. Berikut ini adalah tabel sampel penelitian:

Tabel 1
Sampel Penelitian

No.	Nama Desa	Jumlah Populasi	Besarnya Sample
1.	Kemangsen	8.293	16
2.	Jabaran	7.800	17
3.	Seketi	7.793	14
4.	Penambangan	5.319	21
Total			68

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi kuesioner, observasi, kepustakaan, dan dokumentasi. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang telah diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden, sedangkan data sekunder yaitu data pengguna dompet digital di Indonesia, testimoni pengguna Dana, data kependudukan yang ada di wilayah Balongbendo.

Pada Penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Untuk menguji kualitas data maka dilakukan uji asumsi klasik. Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Untuk uji hipotesis digunakan uji Determinan, uji t, dan uji F. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 24.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil olah data dari 68 responden, dengan setiap variabel dianalisis dengan menggunakan rumus $df = n-2$ yang digunakan adalah $68-2=66$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,238.

Uji Validitas

Berdasarkan Tabel 2, nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka item pernyataan hasil uji validitas diatas dapat dikatakan valid. Berikut hasil uji Validitas dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1.	Ease of Use (X1)	X1.1	0,805	0,238	Valid
		X1.2	0,603	0,238	Valid
		X1.3	0,551	0,238	Valid

	X1.4	0,551	0,238	Valid	
	X1.5	0,587	0,238	Valid	
	X1.6	0,544	0,238	Valid	
	X1.7	0,805	0,238	Valid	
2.	E-Trust (X2)	X2.1	0,895	0,238	Valid
		X2.2	0,932	0,238	Valid
		X2.3	0,911	0,238	Valid
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,523	0,238	Valid
		Y2	0,567	0,238	Valid
		Y3	0,619	0,238	Valid
		Y4	0,784	0,238	Valid
		Y5	0,631	0,238	Valid
		Y6	0,348	0,238	Valid
		Y7	0,784	0,238	Valid

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Critical Value	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	<i>Ease of Use</i> (X1)	0,70	0,758	Reliabel
2.	<i>E-Trust</i> (X2)	0,70	0,900	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,70	0,717	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, *Cronbach Alpha* dari tabel tersebut dinyatakan reliabel karena hasil dari *Cronbach Alpha* > 0,7.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,376 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hasil Uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,66727591

Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,097
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		,913
Asymp. Sig. (2-tailed)		,376

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

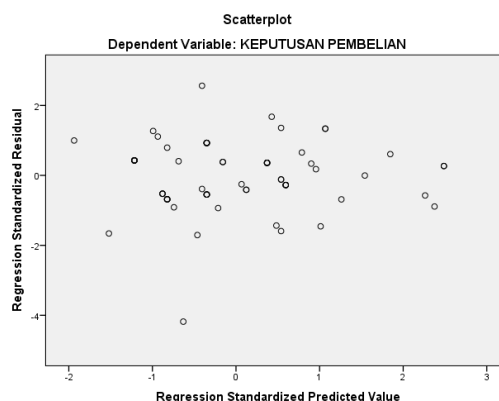
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,427	1,238		1,153	,253		
	EASE OF USE	,908	,041	,915	22,178	,000	,975	1,026
	E-TRUST	,108	,034	,132	3,194	,002	,975	1,026

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel *ease of use* dan *e-trust* memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedasititas

Berdasarkan output grafik scatterplot pada Gambar 1, diketahui bahwa hasil plot (titik-titik) berkumpul secara menyebar disekitar kanan, kiri, atas, dan bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak menunjukkan adanya heteroskedasititas. Hasil Uji Heterokedastisitas dapat di lihat pada Gambar 1 di bawa ini :



Gambar 1
Hasil Plot Uji Heterokedastisitas

Uji Autokorelasi

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,945 ^a	,892	,889	,67746	1,794

a. Predictors: (Constant), E-TRUST, EASE OF USE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas, nilai DW (*Durbin-Watson*) yaitu 1,794. Maka tidak terjadi problem autokorelasi, jika nilai $dU < DW < (4-dU)$. Dari tabel DW, k (jumlah variabel dependen) adalah 2 dan jumlah sampel (n) adalah 68. Maka nilai $dU=1,667$ dan $4-DU= 4-1,667= 2,333$ sehingga $DU < DW < (4-DU)$ adalah $1,667 < 1,794 < 2,333$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala autokorelasi.

Uji Regresi Linier Berganda

Table 6 menjelaskan hasil dari persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 1,427 + 0,908X_1 + 0,108X_2 + \varepsilon$$

Tabel Uji Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,427	1,238		1,153	,253
	EASE OF USE	,908	,041	,915	22,178	,000
	E-TRUST	,108	,034	,132	3,194	,002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas, dapat di intepretasikan sebagai berikut:

- a. Jika nilai konstanta adalah 1,427 artinya variabel *ease of use* dan *e-trust* bernilai konstan, maka keputusan pembelian sebesar 1,427. Hal tersebut menunjukkan

bahwa keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana naik sebesar 1,427. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai 1,427 merupakan variabel yang mempengaruhi selain variabel *ease of use* dan *e-trust*.

- b. Koefisien regresi variabel *ease of use* adalah 0,908 yang artinya jika *ease of use* naik 0,908 maka keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo akan naik sebesar 0,908.
- c. Koefisien regresi variabel *e-trust* adalah 0,108 yang artinya jika *e-trust* naik 0,108 maka keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo akan naik sebesar 0,108.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,945 ^a	,892	,889	,67746

a. Predictors: (Constant), E-TRUST, EASE OF USE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan data diatas diketahui nilai *R square* sebesar 0,892. Hal ini mengandung arti bahwa variabel *ease of use* dan *e-trust* berengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 89,2% dan sisanya 10,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel lain yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya adalah variabel *perceived risk*.

Uji F (Simultan)

Tabel 8
Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	247,035	2	123,518	269,127	,000 ^b
1 Residual	29,832	65	,459		
Total	276,868	67			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), E-TRUST, EASE OF USE

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui bahwa nilai F Hitung sebesar 269,127 > F Tabel (3,13). Sedangkan nilai signifikan uji F adalah sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel *ease of use* dan *e-trust* secara simultan (bersama) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji t (Parsial)

Tabel 9
Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,427	1,238		1,153	,253
1	EASE OF USE	,908	,041	,915	22,178	,000
	E-TRUST	,108	,034	,132	3,194	,002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, maka dapat di iintrepretasikan sebagai berikut:

- Nilai t Hitung *ease of use* (X1) sebesar $22,178 > t$ Tabel (1,667) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Karena nilai t Hitung lebih besar dari t Tabel maka H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *ease of use* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan korelasi yang positif.
- Nilai t Hitung *e-trust* (X2) sebesar $3,194 > t$ Tabel (1,667) dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Karena nilai t Hitung lebih besar dari nilai t Tabel maka H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *e-trust* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan korelasi yang positif.

PEMBAHASAN

- Pengaruh *Ease of Use* terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *ease of use* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya penggunaan dompet digital maka akan semakin tinggi pengambilan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan bahwa *ease of use* berkaitan dengan upaya untuk membuat diri selalu mengikuti perkembangan teknologi dengan cara tertentu. Kehadiran dompet digital ini dapat mempermudah seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Seperti halnya tanpa harus membawa uang tunai saat melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan dompet digital Dana sebagai alat pembayaran. Dompet Digital Dana dapat digunakan diberbagai *merchant* seperti halnya transaksi di Bukalapak, TIX ID, Cinema XXI, Alfamart, BPJS Kesehatan, dan Tiktok Shop.

Berdasarkan tanggapan responden mengenai indikator "*Easy to Learn*" menyatakan bahwa indikator ini mudah untuk dipelajari oleh seseorang dalam melakukan keputusan pembelian dengan menggunakan dompet digital Dana. Penilaian responden terhadap indikator ini mayoritas perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena dompet digital Dana

mudah untuk dipelajari sehingga seseorang akan tertarik untuk menggunakannya. Tanggapan responden mengenai indikator “*Controllable Visualization*” menyatakan bahwa indikator ini mudah untuk dikendalikan oleh pengguna aplikasi Dana, sehingga penilaian responden terhadap indikator ini mayoritas perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena sistem aplikasi ini mudah untuk dikendalikan, sehingga akan menarik konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut. Tanggapan responden mengenai indikator “*Clear and Understandable*” menyatakan bahwa indikator ini jelas dan mudah dipahami oleh pengguna Dana, sehingga dapat diandalkan dalam melakukan keputusan pembelian. Penilaian responden pada indikator ini mayoritas perempuan yang memiliki kecenderungan lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena sistem pembayaran Dana jelas dan mudah dimengerti, sehingga dapat memungkinkan konsumen untuk beralih menggunakan Dana dalam melakukan keputusan pembelian.

Tanggapan responden mengenai indikator “*Flexible The Visualization*” menyatakan bahwa indikator ini secara umum bersifat fleksibel, sehingga dapat digunakan pada *marketplace online* maupun *offline*. Penilaian responden pada indikator ini cenderung perempuan yang sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena sistem aplikasi Dana yang fleksibel sehingga dapat diakses kapan saja dan dimana saja saat akan melakukan keputusan pembelian. Tanggapan responden mengenai indikator “*Easy to Become Skillfull*” menyatakan bahwa indikator ini mudah digunakan oleh pengguna Dana. Penilaian responden pada indikator ini mayoritas perempuan yang sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena dompet digital Dana selalu memberikan informasi yang mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan kesulitan saat akan melakukan keputusan pembelian. Tanggapan responden mengenai indikator “*Easy to Understand*” menyatakan bahwa indikator ini mudah digunakan dan dioperasikan oleh pengguna Dana. Penilaian responden pada indikator ini mayoritas perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena aplikasi Dana mudah digunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi.

Ease of use membuktikan bahwa kesadaran masyarakat terhadap penggunaan teknologi dirasa sangat mudah dengan adanya dompet digital Dana. Hal ini mengartikan bahwa kemudahan penggunaan dompet digital Dana tidak sulit digunakan oleh generasi milenial bahkan masyarakat umum, karena cara penggunaannya yang mudah digunakan maka masyarakat menjadikan dompet digital Dana sebagai alat alternatif dalam melakukan suatu transaksi pembayaran, sehingga kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dwiyanti, Ivo Agesti & Sadikin, 2021) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi shopee berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

2. Pengaruh *E-Trust* terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *e-trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya kepercayaan seseorang terhadap penggunaan dompet digital

maka akan semakin tinggi dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan bahwa *e-trust* berkaitan dengan upaya untuk membuat diri selalu mengikuti perkembangan dunia teknologi. Kepercayaan seseorang dalam penggunaan dompet digital Dana dapat terlihat dengan adanya diskon dan *cashback* yang telah diterapkan, sehingga banyak generasi milenial yang melakukan transaksi *online* daripada transaksi *offline*. Dompet Digital Dana dapat digunakan diberbagai *merchant* seperti halnya transaksi di Bukalapak, TIX ID, Cinema XXI, Alfamart, BPJS Kesehatan, dan Tiktok Shop.

Berdasarkan tanggapan responden mengenai indikator “kejujuran ketika melakukan situs jual beli *online*” menyatakan bahwa indikator ini diyakini memberikan kepercayaan dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan pada pengguna Dana. Penilaian responden pada indikator ini cenderung perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena saat melakukan keputusan pembelian konsumen mendapat kepuasan seperti promo dan *cashback*. Tanggapan responden mengenai indikator “kompetensi” menyatakan bahwa indikator ini mampu dalam menentukan situs jual beli. Penilaian responden pada indikator ini cenderung perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena dompet digital Dana mudah digunakan saat akan melakukan keputusan pembelian. Tanggapan responden mengenai indikator “informasi” menyatakan bahwa indikator ini dalam memberikan informasi harus tepat dan akurat sehingga informasi yang diberikan dapat dipercaya. Penilaian responden pada indikator ini mayoritas perempuan yang lebih sering menggunakan dompet digital Dana. Hal ini disebabkan karena dompet digital Dana dapat memberikan informasi yang sesuai dalam akan melakukan transaksi.

E-trust membuktikan bahwa kesadaran masyarakat terhadap penggunaan teknologi dirasa sangat mudah dengan adanya dompet digital Dana. Hal ini mengartikan bahwa kepercayaan mempengaruhi pembelian dengan menggunakan dompet digital, karena produk dompet digital dapat memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Bentuk kepercayaan ini akan meningkatkan pengguna untuk menggunakan dompet digital mereka. Oleh karena itu, jika seseorang sudah mempercayai teknologi maka minat menggunakannya semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawaty et al., 2021) yang menunjukkan bahwa *e-trust* memiliki efek positif dan signifikan pada loyalitas *e-customer* melalui kepuasan *e-customer*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya penggunaan dompet digital maka akan semakin tinggi pengambilan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna dompet digital Dana di Sidoarjo. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya kepercayaan

seseorang terhadap penggunaan dompet digital Dana maka akan semakin tinggi dalam melakukan keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menambah inovasi atau fitur yang lebih multiguna, serta dapat meningkatkan keamanan terhadap data pengguna dompet digital Dana untuk menghindari resiko terjadinya kejahatan yang tidak diharapkan. Selain itu diharapkan untuk melakukan kebijakan terkait aplikasi agar tidak terjad error saat melakukan transaksi.
2. Bagi pengguna dompet digital Dana, diharapkan dapat menggunakan aplikasi Dana dengan bijak sehingga medapat manfaat dan keuntungan dari menggunakan *mobile payment* secara maksimal. Dan oleh karena itu dengan menerapkan kebijakan akan lebih meningkatkan keamanan data pengguna dompet digital Dana untuk menghindari resiko yang tidak diharapkan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah responden dan variabel lain dari variabel *ease of use* dan *e-trust* yang telah digunakan dalam penelitian ini. Selain itu diharapkan untuk memperluas jangkauan dan menambah objek lain sehingga dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

REFERENSI

- Asnawati, A., Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.10.001>
- Dwiyanti, Ivo Agesti & Sadikin, T. N. (2021). International Journal Administration , Business & Organization. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1(3), 47–53.
- Fitria, L., Arifin, R., & Irma Hatneny, A. (2021). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurcase Intention Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin Unisma)*. 71–85. www.fe.unisma.ac.id
- Isma, R. A., Hudayah, S., & Indriastuti, H. (2021). the Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk on Purchase Interestand Use Behavior Through Bukalapak Application in Samarinda. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3), 1247–1258. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- J. Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen (Revisi)*. KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Kotler, P. & K. L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 Ed)*. Erlangga.
- Melzattia, H. H. (2021). *Dompot Digital: Fenomena Cashless dan Isu Keamanan Yang Masih Dipertanyakan*. <https://www.kompasiana.com/hauramelzattia/61a38015733c4316e50b49d2/dompot-digital-fenomena-cashless-dan-isu-keamanan-yang-masih-dipertanyakan>.
- Pertiwi, W. K. (2021). *Pengguna Dana Mengeluh Ada Gangguan, Tidak Bisa Transaksi dan Transfer*. <https://amp.kompas.com/teknoread/2021/09/21/10351597/pengguna-dana-mengeluh-ada-gangguan-tidak-bisa-transaksi-dan-transfer.V>
- Pramuditha, R., Hudayah, S., & Indriastuti, H. (2021). *Jurnal sketsa bisnis*. 08(02), 123–134.
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Rahmawaty, S., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Wijaksana, T. I. (2021). The effect of e-service quality and E-trust on E-customer loyalty through E-customer satisfaction as an intervening variable (Study on gopay users in bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5495–5506.
- Sandy, E., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10275>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawarni (ed.); Cetakan ke). ALFABETA, CV.