



**PENGARUH KEMUDAHAN, *E-SERVICE QUALITY*, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* DANA (STUDI PADA MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**



**NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA**  
**NIM. 4121166**

**2025**

**PENGARUH KEMUDAHAN, *E-SERVICE QUALITY*,  
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* DANA (STUDI  
PADA MAHASISWA UIN  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN)  
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



**Oleh :**

**NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA**

**NIM. 4121166**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2025**

**PENGARUH KEMUDAHAN, *E-SERVICE QUALITY*,  
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* DANA (STUDI  
PADA MAHASISWA UIN  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN)  
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA**

**NIM. 4121166**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Mutiara Agus Virma  
NIM : 4121166  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan, E-Service Quality, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Natasya Mutiara Agus Virma

## NOTA PEMBIMBING

Tempo : 2 (dua) eksemplar  
Judul : Naskah Skripsi Sdr. Natasya Mutiara Agus Virma

th.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Natasya Mutiara Agus Virma**

NIM : **4121166**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan, *E-Service Quality*, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi *E-Wallet* Dana (Studi Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Assalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Mei 2025  
Pembimbing.



**Syifa Rohmah, M.M.**

NIP. 199408222022032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingsudur.ac.id](http://www.febi.uingsudur.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan kripsi Saudari:

Nama : Natasya Mutiara Agus Virma  
NIM : 4121166  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, E-Service Quality, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas pengguna Aplikasi E-Wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)  
Dosen Pembimbing : Syifa Rohmah. M.M.

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 19 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Muhamad Masrur, M.E.I  
NIP. 197912112015031001

Muh. Izza, M.S.I.  
NIP. 197907262023211008

Pekalongan, 26 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. M. Hafidz Ma'shum, M.Ag.  
NIP. 196162003121003

## MOTTO

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

(QS. Al-Baqarah : 286)

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,  
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

*“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”*

(QS. AR-RUM : 60)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan petunjuk-Nya yang telah mengiringi hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Rozi Qotul Amanah, pintu surgaku. Perempuan yang sering saya panggil mamah, wanita hebat panutan saya. Terima kasih atas nasehat yang selalu diberikan, terima kasih atas doa, kesabaran dan kebesaran hati untuk selalu menemani dalam penyelesaian skripsi ini. Mamah menjadi penguat dan alasan paling hebat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Agus Kumoro, cinta pertama dan panutanku. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan, yang senantiasa memberikan yang terbaik hingga saya mampu menyelesaikan studinya.
4. Kepada adikku yang tak kalah penting kehadirannya, Annisa Rizqi yang senantiasa menyemangati walaupun melalui celotehannya, tetapi saya yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan. Semoga ini dapat menjadi motivasi dan panutan bagi adik.
5. Dosen pembimbing Ibu Syifa Rohmah, M.M. yang telah memberikan bimbingan, motivasi, saran, dan wkatunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Wali Ibu Devy Arisandi, M.M. telah memberikan bimbingan, motivasi, saran, dan wkatunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat saya, Kholifah, Anik, Arifatul, Theresa, Dwi, Syarifa, Nuning, dan Misqola, kalian merupakan orang-orang terpilih dalam setiap perjuangan dan perjalanan penulis, yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongan.

9. Terakhir, Kepada Natasya Mutiara Agus Virma, ya! Untuk diri saya sendiri. Terima kasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan yang telah dilalui dalam setiap langkah yang penuh tantangan ini. Terima kasih sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Natasya.



## ABSTRAK

### **NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA. Pengaruh Kemudahan, E-Service Quality, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, e-service quality, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna aplikasi e-wallet DANA pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa, serta pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan dalam industri digital payment yang kompetitif. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kemudahan (X1), e-service quality (X2), dan kepuasan (X3), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pengguna (Y).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa aktif pengguna aplikasi DANA di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pengujian data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator dari teori dan penelitian terdahulu, dengan skala likert sebagai alat ukur.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, e-service quality tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, sedangkan secara simultan kemudahan, e-service quality dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Nilai adjusted  $R^2$  sebesar 44,4 mengindikasikan bahwa 44,4% variasi loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut. Dengan demikian, peningkatan aspek kemudahan penggunaan, kualitas layanan digital, serta kepuasan pengguna dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan aplikasi e-wallet DANA di lingkungan mahasiswa

**Kata Kunci:** Kemudahan, *E-Service Quality*, Kepuasan, Loyaitas Pengguna, dan DANA.



## ABSTRACT

**NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA. The Influence of Convenience, E-Service Quality, and Satisfaction on the Loyalty of DANA E-Wallet Application Users (Study on Students of UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).**

This study aims to analyze the influence of ease of use, e-service quality, and user satisfaction on the loyalty of DANA e-wallet application users among students at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. The background of this research stems from the increasing use of digital wallets among university students and the importance of customer loyalty in the highly competitive digital payment industry. The independent variables in this study are ease of use (X1), e-service quality (X2), and satisfaction (X3), while the dependent variable is user loyalty (Y).

This research employs a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 100 active student users of the DANA application. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis involved validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination, processed using SPSS version 26. Each variable was measured using established indicators from relevant theories and prior studies, with a Likert scale as the measurement tool.

The results show that ease of use, e-service quality, and satisfaction have a positive and significant effect on user loyalty, both partially and simultaneously. The adjusted  $R^2$  value of 0.590 indicates that 59% of the variation in user loyalty can be explained by the three independent variables. Therefore, enhancing ease of use, improving digital service quality, and increasing user satisfaction are key strategies in strengthening user loyalty to the DANA e-wallet application among university students

**Keywords:** Convenience, E-Service Quality, Satisfaction, User Loyalty, and DANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, *E-Service Quality*, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi *E-Wallet* Dana (Studi Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)”** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Devy Arisandi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
5. Ibu Syifa Rohmah, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, berbagi ilmu, serta memberikan solusi atas berbagai kendala yang saya hadapi selama penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, adik serta seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta motivasi tanpa henti.
7. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

8. Sahabat dan teman-teman, yang selalu memberikan semangat, doa, serta bantuan dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.
9. Semua pihak yang turut membantu, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, tetapi tetap saya hargai setiap dukungan dan kontribusinya.

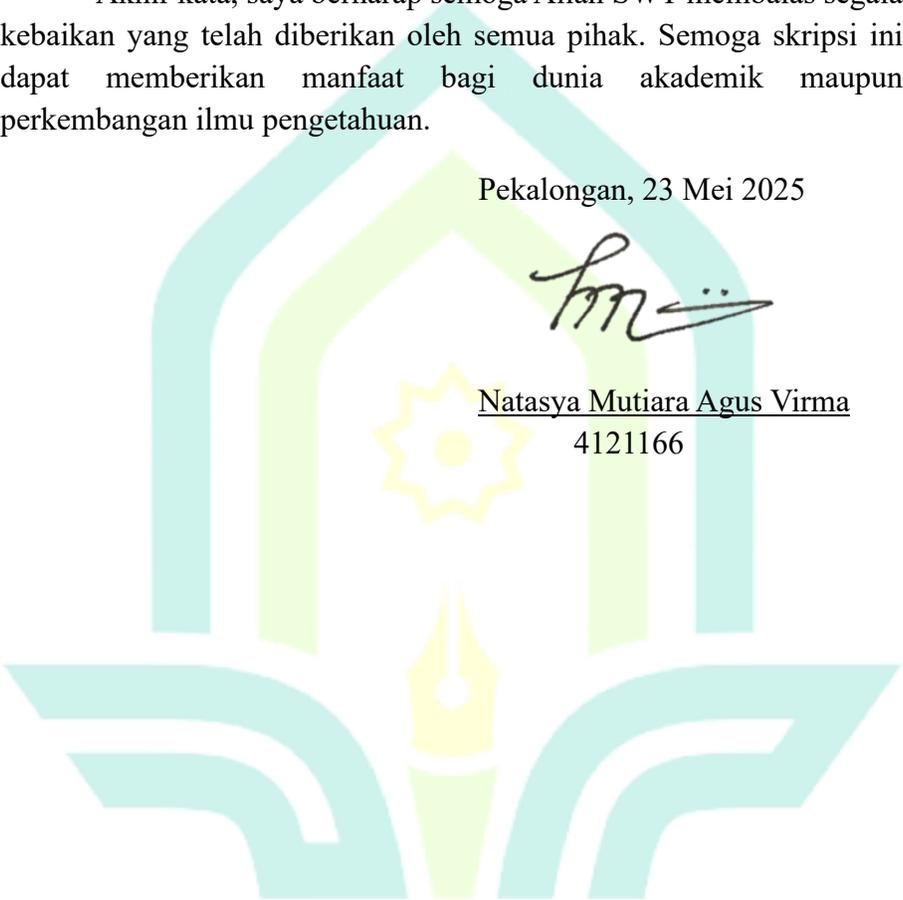
Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik maupun perkembangan ilmu pengetahuan.

Pekalongan, 23 Mei 2025



Natasya Mutiara Agus Virma

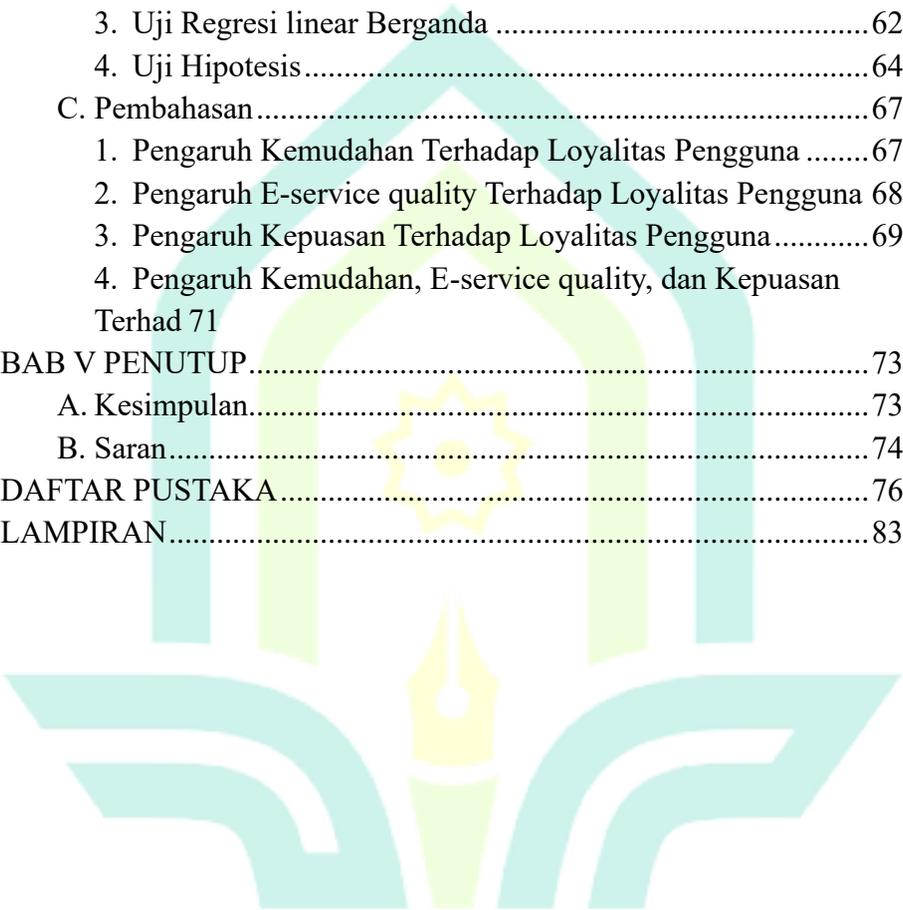
4121166



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	II
NOTA PEMBIMBING.....	III
PENGESAHAN.....	IV
MOTTO .....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT.....	X
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
TRANSLITERASI.....	XV
DAFTAR TABEL .....	XXI
DAFTAR GAMBAR.....	XXIII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XXIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori .....	10
B. Telaah Pustaka.....	21
C. Kerangka Berpikir.....	32
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Pendekatan Penelitian .....	35
3. Setting Penelitian.....	35
4. Populasi dan Sampel .....	35
5. Variabel Penelitian.....	38
6. Sumber Data.....	43

7. Teknik Pengumpulan Data .....	43
8. Metode Analisis Data .....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Deskripsi Data .....	47
B. Analisis Data .....	54
1. Uji Instrumen.....	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Uji Regresi linear Berganda .....	62
4. Uji Hipotesis.....	64
C. Pembahasan.....	67
1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pengguna .....	67
2. Pengaruh E-service quality Terhadap Loyalitas Pengguna	68
3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna.....	69
4. Pengaruh Kemudahan, E-service quality, dan Kepuasan Terhadap 71	
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	83



## TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berlandaskan pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza h	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, yang terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*)

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
..... َ .....	Fattah	A	A
..... ِ .....	Kasrah	I	I

..... ُ .....	Dammah	U	U
---------------	--------	---	---

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
... ِ	Fattah dan ya	Ai	a dan i
... ُ	Fattah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	ditulis	Kataba
فَعَلَ	ditulis	Fa'la
سُئِلَ	ditulis	Su'ila

## C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
....أ....ى	Fattah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
....ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
....و	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	Qāla
رَمَى	Ditulis	Ramā
قِيلَ	Ditulis	Qīla

## D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مَرَأَتٌ جَمِيلَةٌ	Ditulis	<i>mar'atun jamīlah</i>
--------------------	---------	-------------------------

2. Ta'marbutah mati, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فَاطِمَةٌ	Ditulis	<i>fāṭimah</i>
-----------	---------	----------------

### E. Syaddah

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah atau tasyid tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>al-birr</i>

### F. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sempang.

Contoh:

القَمَرِ	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البَدِيعِ	Ditulis	<i>al-badī'</i>

## G. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof /'/.  
Contoh:

أَمْرٌ	Ditulis	<i>umirtu</i>
شَيْءٌ	Ditulis	<i>syai`un</i>

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.  
Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Ditulis	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqîn
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ditulis	Ibrāhîm al-Khalîl

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.  
Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Ditulis	Wa mā Muhammadun illā rasl
--------------------------------	---------	----------------------------

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.  
Contoh:

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Ditulis	Lillāhi al-amrujamî'an
----------------------------	---------	------------------------

## **J. Tajwid**

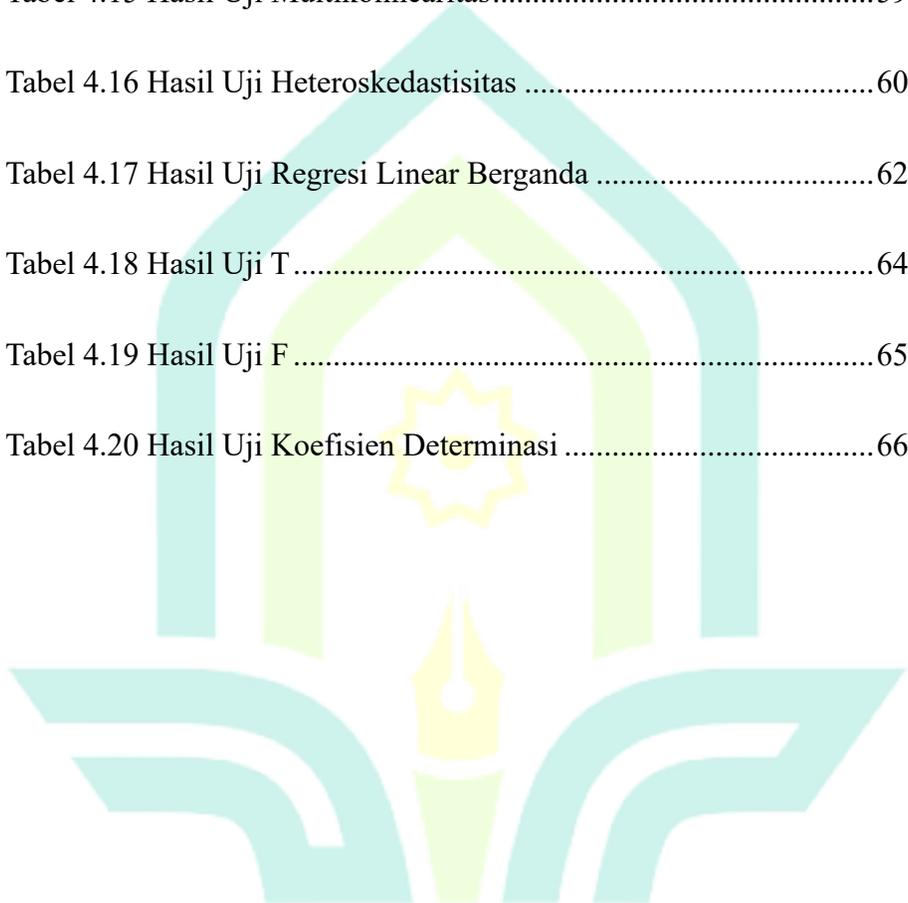
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.



## DAFTAR TABEL

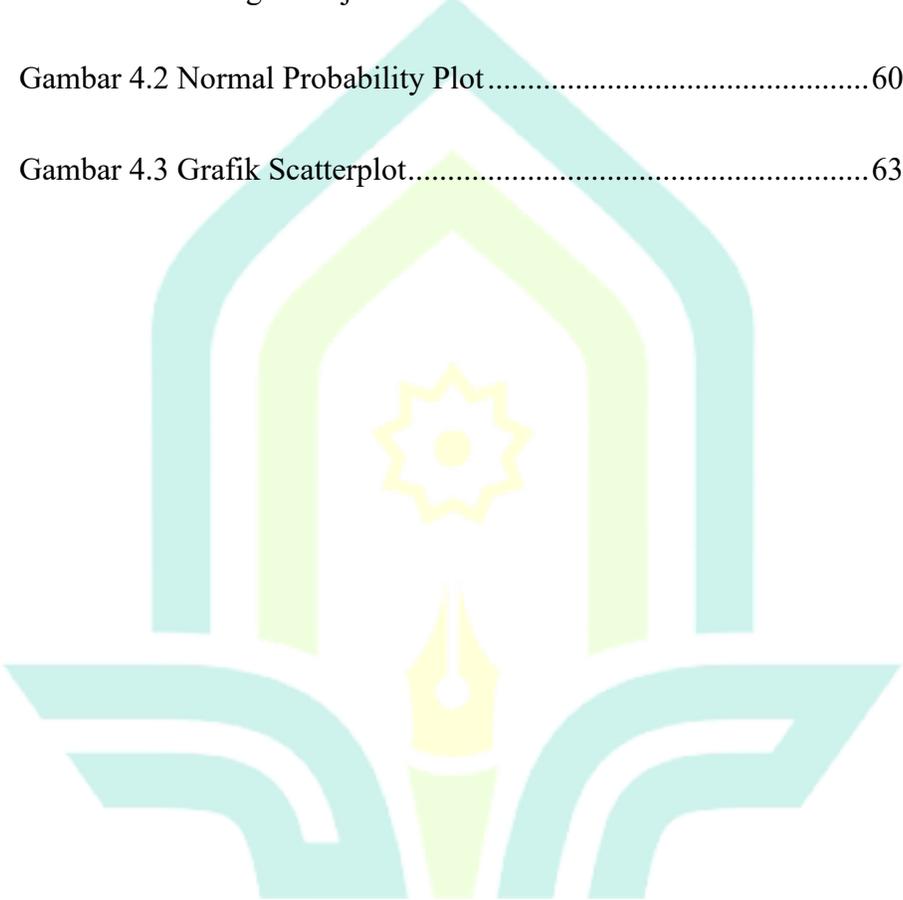
tabel 1.1 Data Pra Survei Pengguna Dan Non Pengguna <i>E-Wallet</i> Dana .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Uin K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan .....	36
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel .....	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Mahasiswa Aktif.....	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Fakultas .....	48
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Item Variabel Loyalitas Pengguna (Y) .....	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Kemudahan (X1).....	50
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Variabel E-Service Quality (X2)	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Kepuasan (X3) .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pengguna (Y) .....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1) .....	55

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X2) .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Rllibiitas.....	56
Tabel 4.14 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji T .....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	60
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	85
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA.....	90
LAMPIRAN 3. IDENTITAS RESPONDEN.....	97
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	98
LAMPIRAN 5. UJI ASUMSI KLASIK .....	102
LAMPIRAN 6. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA .....	104
LAMPIRAN 7. UJI HIPOTESIS.....	105
LAMPIRAN 8. R TABEL.....	106
LAMPIRAN 9. T TABEL.....	109
LAMPIRAN 10. F TABEL.....	112
LAMPIRAN 11. SURAT IZIN PENELITIAN.....	116
LAMPIRAN 12. SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .	117
LAMPIRAN 13. SURAT KETERANGAN SIMILARITY CHECKING.....	118
LAMPIRAN 14. DOKUMENTASI.....	119
LAMPIRAN 14. DATA DIRI .....	127

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia telah membawa transformasi signifikan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam sektor jasa keuangan. Inovasi di bidang ini semakin berkembang pesat dengan hadirnya financial technology (fintech), yaitu integrasi antara layanan keuangan dan teknologi digital yang mampu meningkatkan efisiensi serta kemudahan akses bagi penggunaannya. Salah satu bentuk fintech yang mengalami pertumbuhan paling pesat adalah dompet digital (e-wallet). Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, penggunaan e-wallet menjadi semakin populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda.

Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran pola transaksi dari konvensional ke digital, yang tidak hanya berdampak pada perilaku konsumen, tetapi juga menimbulkan kebutuhan akan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi keuangan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian guna mengkaji urgensi penggunaan e-wallet dalam konteks literasi keuangan, kenyamanan, kepercayaan, maupun loyalitas pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari digital native yang menjadi pengguna aktif layanan keuangan digital (Calendri & Utami, 2024).

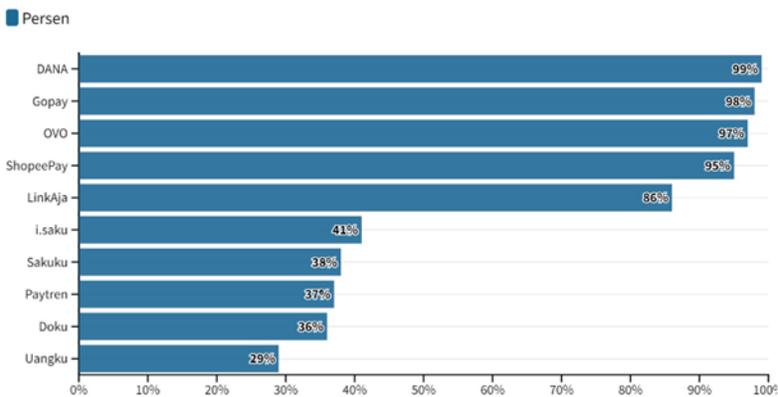
*E-wallet* adalah sebuah aplikasi penyedia jasa pelayanan yang dirintis oleh bank untuk memberikan efisiensi serta efektifitas pada pengguna saat melakukan transaksi non tunai (Fajar, 2023). DANA merupakan aplikasi *e-wallet* yang memudahkan pengguna untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai. Dengan memasukkan saldo yang dimiliki, pengguna dapat menggunakan saldo yang dimiliki untuk bertransaksi (Caron & Markusen, 2016). Pembelian

*online*, transfer uang, pembayaran tagihan, menjadi lebih mudah dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.

Satu penelitian yang dilaksanakan oleh DailySocial.id menyatakan bahwa level pemahaman penduduk Indonesia mengenai kemunculan perusahaan rintisan pembayaran digital mencapai 69 persen pada triwulan pertama (Q1) tahun 2022.

Gambar 1.1 startup digital payment paling banyak diketahui

**10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia**  
Q1 Tahun 2022



GoodStats

Sumber: DailySocial.id

Berdasarkan data dari DailySocial.id pada kuartal pertama tahun 2022, DANA menempati peringkat tertinggi sebagai startup digital payment yang paling dikenal masyarakat Indonesia, dengan tingkat popularitas mencapai 99% dari total responden survei. Temuan ini menunjukkan bahwa DANA memiliki tingkat awareness yang sangat tinggi di kalangan masyarakat pengguna layanan digital. Namun, meskipun angka ini menunjukkan popularitas yang besar, data tersebut belum menjelaskan secara spesifik aspek lain seperti intensitas penggunaan, kepuasan, atau loyalitas pengguna terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi persepsi, preferensi, dan penggunaan aktual dompet digital seperti DANA, khususnya di kalangan pengguna muda atau

mahasiswa sebagai bagian dari ekosistem digital yang berkembang.

DANA merupakan perusahaan rintisan di bidang pembayaran digital yang mampu mempermudah individu dalam melakukan beragam jenis transaksi tanpa memerlukan uang fisik. DANA bisa dimanfaatkan untuk melakukan pembayaran layanan, makanan, hiburan, dan pembayaran digital lainnya. Perangkat lunak ini bisa dimanfaatkan untuk menyelesaikan transaksi pembayaran secara langsung di lokasi maupun untuk belanja *online*, sehingga para pemakai aplikasi ini tak perlu lagi mendatangi mesin ATM, lembaga perbankan, atau toko ritel dan menunggu dalam antrian guna melakukan pembayaran (Mahendri & Sholiha, 2022).

Di pasar *e-wallet* yang sangat kompetitif, loyalitas pelanggan kini menjadi faktor penting dalam kesuksesan perusahaan. Mempertahankan konsumen dapat meningkatkan reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan, maka loyalitas pelanggan sangat penting bagi sebuah bisnis (Putra & Raharjo, 2021). Pelanggan yang loyal mampu berkomitmen untuk konsisten membeli produk atau layanan secara berulang di masa mendatang. Salah satu tantangan yang terbesar dalam dunia bisnis adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal (Rohana, 2020).

Kemudahan menjadi aspek yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan dalam beragam aspek kehidupan, termasuk belanja *online*. Demikian pula, membayar apa pun secara *online* menggunakan *e-wallet* dapat mempermudah segala aktivitas kehidupan (Wahyuningsih & Nirawati, 2022). Kemudahan yaitu sejauh mana seseorang menganggap suatu teknologi mudah digunakan karena tidak membutuhkan banyak usaha (Rusdianti, 2024). Penelitian yang dilakukan (Maslahah et al., 2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna *e-money*. Penelitian juga dilakukan oleh (Wahyuningsih & Nirawati, 2022) mengatakan bahwa variabel kemudahan (X1)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan (Samara & Susanti, 2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dengan loyalitas pelanggan yaitu tidak signifikan dengan T-statistik sebesar 0,907 ( $<1,9828$ ). Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam pengujian ini, maka dugaan penelitian kemudahan penggunaan dengan loyalitas pelanggan ditolak.

*E-service quality* menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pengguna. *E-service quality* merujuk pada kemampuan aplikasi guna menyajikan pelayanan yang optimal dan tepat guna bagi pemakai (Handayanti et al., 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mahendri & Azah, 2023) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan pada pengguna DANA di Jombang dipengaruhi oleh *e-service quality* karena konsumen akan lebih sering menggunakan dompet digital untuk bertransaksi keuangan jika layanannya cepat dan efisien. Penelitian yang dilakukan (Suryani et al., 2020) mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan (Zarkasyi et al., 2023) mengatakan bahwa kualitas pelayanan elektronik tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Hal ini bahwa konsumen akan memilih makanan dan minuman tanpa mempertimbangkan *e-service quality*. Selain itu, program Gojek (*GoFood*) telah memanfaatkan layanan elektroniknya secara maksimal dan mempermudah pelanggan untuk memilih makanan atau minuman yang mereka inginkan.

Adapun faktor lain yang bisa berdampak pada kesetiaan konsumen, yakni rasa puas pelanggan. Kepuasan konsumen terhadap suatu entitas bisnis dapat muncul akibat adanya pengalaman dalam melakukan transaksi dengan perusahaan, yang kemudian menimbulkan respons positif dari pihak pelanggan (Supertini et al., 2020). Pelanggan yang senang dan percaya pada produk atau jasa layanan akan berkomitmen untuk

menggunakannya secara berulang kali. Ketika pelanggan senang, mereka mungkin akan merasa puas dan tidak mungkin beralih ke perusahaan lain (Novyantri & Setiawardani, 2021). Loyalitas seseorang terhadap suatu layanan atau produk meningkat seiring dengan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan atau produk tersebut. Pelanggan yang puas akan memberikan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang (Rohana, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dewa & Safitri, 2020) mengenai Pengaruh Kepuasan Pada Kesetiaan Konsumen OVO selama Periode Pembatasan Fisik. Menunjukkan bahwa kesetiaan pelanggan terdorong secara signifikan oleh tingkat kepuasan mereka, sehingga semakin tinggi rasa puas konsumen, semakin besar pula tingkat loyalitas yang ditunjukkan. Studi yang dilakukan oleh (Apriliani et al., 2020) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan membercard dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kepuasan pelanggan. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh (Najmudin et al., 2022) mengatakan bahwa variabel kepuasan tidak berpengaruh pada loyalitas.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan kepada 33 responden pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan bahwa dari beberapa mahasiswa banyak yang menggunakan *e-wallet* DANA. Berikut merupakan data yang telah didapatkan dari responden:

Tabel 1.1 Data pra survei pengguna dan non pengguna *E-Wallet* DANA

<b>FAKULTA S</b>	<b>PENGGUN A</b>	<b>NON PENGGUAN A</b>	<b>JUMLA H</b>
FTIK	7	3	10
FUAD	5	-	5
FASYA	12	-	12

FEBI	6	-	6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>33</b>

Dari data pra survei yang dilakukan peneliti sebanyak 33 responden yakni Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan 30 Mahasiswa yaitu pengguna *e-wallet* DANA dan 3 diantaranya bukan pengguna (non-pengguna) *e-wallet* DANA.

Loyalitas terhadap penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa terbukti cukup tinggi, didukung oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses, fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan mereka, serta promosi. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih dan tetap menggunakan *e-wallet* tertentu yang memberikan pengalaman pengguna yang nyaman dan aman, serta mampu memenuhi kebutuhan transaksi digital mereka secara efisien (Samara & Susanti, 2023).

Meskipun penggunaan *e-wallet* seperti DANA semakin meningkat, belum banyak penelitian yang secara spesifik menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna DANA di lingkungan mahasiswa perguruan tinggi Islam, khususnya di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang relevan namun belum mencakup konteks dan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian oleh Amelia (2024) yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Wallet* OVO menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan OVO. Artinya, semakin mudah, terpercaya, dan memuaskan suatu layanan, maka semakin tinggi loyalitas pengguna. Sementara itu, Samara & Susanti (2023) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (*E-Wallet*) di Kalangan Mahasiswa

Universitas Buddhi Dharma, menemukan bahwa kemudahan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, namun pengalaman pengguna tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel memberikan pengaruh yang sama terhadap loyalitas pelanggan, tergantung pada konteks dan karakteristik responden.

Namun, belum ada kajian yang secara eksplisit membahas integrasi antara kemudahan, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna aplikasi DANA, khususnya pada mahasiswa di lingkungan kampus Islam seperti UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Hal ini menciptakan gap penelitian, mengingat karakteristik mahasiswa UIN yang memiliki latar belakang pendidikan agama, serta tingkat adaptasi terhadap teknologi yang bisa berbeda dari mahasiswa umum. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih kontekstual mengenai perilaku digital mahasiswa UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya dalam menggunakan *e-wallet*. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada objek dan kombinasi variabel yang digunakan, yaitu menguji pengaruh kemudahan, *e-service quality*, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna aplikasi DANA secara spesifik pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sebuah kelompok yang belum banyak dijadikan fokus utama dalam studi-studi sebelumnya.

Berdasarkan fenomena yang ada, transaksi online dapat memberikan Kemudahan dalam penggunaan, *E-Service Quality*, dan Kepuasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah transaksi *online* dengan menggunakan *E-Wallet* DANA sudah familiar dikalangan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dari uraian diatas peneliti ingin mengangkat topik ini dengan memilih tema “Pengaruh Kemudahan, *E-Service Quality* dan Kepuasan Terhadap

Loyalitas Pengguna Aplikasi *E-Wallet* Dana (Studi Pada Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan)”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* dana pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* dana pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* dana pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?
4. Apakah kemudahan, *e-service quality* dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* dana pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah ini ditunjukkan untuk membuat ruang lingkup penelitian menjadi lebih tepat, dan bebas dari lingkungan yang terlalu luas yang dapat menyempurnakan penelitian. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu pengguna *e-wallet* DANA.
2. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kemudahan, *e-service quality*, dan kepuasan.
3. Subjek Penelitian ini adalah populasi yang menggunakan *e-wallet* dana untuk melakukan transaksi pada Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan :

1. Menganalisis pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* Dana pada mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* Dana pada mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* Dana pada mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Menganalisis pengaruh kemudahan, *e-service quality* dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* Dana pada mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a) Memberikan wawasan kepada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tentang pentingnya isu-isu tertentu yang berkaitan dengan kemudahan, *e-service quality*, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* dana.
  - b) Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah sumbangan pemikiran dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam memberi studi loyalitas pengguna
  - c) Berguna sebagai dasar peneliti selanjutnya yang mempelajari topik yang sama di lingkungan yang berbeda atau dengan variabel yang berbeda.
2. Manfaat Praktis

Bisa dijadikan masukan bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet* untuk bisa memperbaiki, memegembangkan, dan meningkatkan dalam faktor kemudahan, dan *e-service quality*, serta kepuasan sehingga bisa mendorong loyalitas pengguna dalam penggunaannya

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan e-wallet Dana, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut. Mahasiswa sebagai pengguna cenderung setia menggunakan layanan yang mudah diakses, mudah dipahami, serta memberikan kenyamanan dalam transaksi digital.
2. E-Service Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik, meskipun penting, belum menjadi faktor dominan dalam membentuk loyalitas pengguna di kalangan mahasiswa. Pengguna cenderung lebih fokus pada kemudahan dan kepuasan dasar daripada aspek layanan teknis seperti kecepatan respon, pemenuhan layanan, atau privasi.
3. Kepuasan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Pengalaman penggunaan yang menyenangkan, sesuai harapan, serta kinerja aplikasi yang memadai akan meningkatkan kepuasan dan berdampak pada meningkatnya loyalitas. Mahasiswa yang merasa puas akan lebih mungkin untuk terus menggunakan aplikasi dan merekomendasikannya kepada orang lain.
4. Secara simultan, Kemudahan, *E-Service Quality*, dan Kepuasan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Ini menunjukkan bahwa loyalitas dibentuk oleh kombinasi dari berbagai faktor,

bukan hanya satu aspek saja. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan loyalitas pengguna harus mencakup pendekatan menyeluruh yang memperhatikan kemudahan penggunaan, kualitas layanan, serta kepuasan pengguna.

Dengan demikian, penyedia layanan *e-wallet* perlu fokus pada peningkatan kemudahan dan kepuasan pengguna secara konsisten, sambil tetap memperbaiki kualitas layanan elektronik sesuai dengan ekspektasi pasar, agar dapat meningkatkan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

## **B. Saran**

1. Bagi DANA
  - a. Mengimplementasikan teknologi terbaru untuk meningkatkan fitur dan fungsionalitas aplikasi, menjaga daya saing dipasar modal
  - b. Memperkuat sistem keamanan untuk melindungi data dan transaksi pengguna dari ancaman siber
  - c. Memastikan aplikasi selalu tersedia dan berjalan secara lancar, mengurangi waktu henti dan meningkatkan kecepatan transaksi
  - d. Memastikan pengguna dapat dengan mudah mengakses dan memanfaatkan promosi yang ditawarkan tanpa prosedur yang rumit
  - e. Terus memperbaiki desain antarmuka pengguna agar lebih mudah digunakan, sehingga pengguna dapat mengakses berbagai fitur lebih mudah.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Peneliti selanjutnya memperluas jangkauan selain UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang loyalitas pengguna *e-wallet* DANA diberbagai wilayah.
  - b. Peneliti selanjutnya bisa melakukan analisis lebih lanjut seperti moderasi dan mediasi untuk memahami

hubungan yang lebih kompleks antara variabel yang diteliti

- c. Peneliti selanjutnya perlu memperbarui indikator, mengingat teknologi yang terus berkembang agar sesuai dengan perkembangan teknologi terbaru.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2017). Manajemen komunikasi periklanan. In *Aswaja Pressindo*.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology and Health* (Vol. 26, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Amelia, R. S. R. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet OVO. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Angga Hidayat, & Prima Sadewa. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi evIEWS terhadap sikap belajar dan kemampuan pemecahan masalah statistik. *Edumaspul Jurnal Pendidikan*, 4(1), 321–328.
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Apriyanda, A. A., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, dan Kredibilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Wallet Dana. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.21219>
- Asikin, D. D., & NurShyfa, E. (2023). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet (Dana) di Kota Cimahi, Jawa Barat. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(2), 101–113. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i2.1306>
- Bakri, A. N. (2016). *Spiritual Marketing*.

- Calendri, G., & Utami, W. (2024). *PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA E-WALLET DANA DI KOTA PADANG*. Vol.25 No., 1–3.
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). *PENGARUH E- SECURITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP E- CUSTOMER LOYALTY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI DANA SEBAGAI VARIABEL MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA Generasi Z Kota Bandar Lampung )*.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada Masa Physical Distancing. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2652>
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., Mariani T.R, S., & Anisah, A. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(20), 287–303. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i2.2203>
- Farisal Abid, M. M., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 93–100. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26227>
- Fauzi, N. R., & Oktaroza, M. L. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Dompot Digital. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i2.4343>
- Handayanti, D. N., Indarto, M. R., Tinggi, S., Manajemen, I., & Yogyakarta, Y. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-

Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Muhammad Roni Indarto*, 4(1), 83–104.

Hes, A. D., Engka, D. S. M., & Rompas, W. F. I. (2023). Pengaruh Tarif, Jam Kerja, dan Jumlah Bonus Terhadap Pendapatan Driver Maxim Bike di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(9), 121–132.

Hilal, N. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi Penjualan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Digital Wallet OVO*. 29–31.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. penerbit Erlangga.

Kotler, P., Keller, D. K. L., Brady, D. M., Goodman, M., & Hansen, M. T. (2012). *Marketing Management*.

Lestari, D. R. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA MOBILE BANKING BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) Studi. In *Repository UIN Walisongo Semarang*.

Mahdyvianra, E. M., Kultum, U., & Ramadani, D. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty pelanggan Edukasystem.Com melalui e-satisfaction dan e-Trust (Studi Kasus PT Eduka Teknologi Indonesia di Kota Bandung). *Journal of Business Management Education* |, 6(3).

Mahendri & Sholiha. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 265–275.

Mahendri, W., & Azah, I. N. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas

Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 81–93.

Maros, H., & Juniar, S. (2016). Pengaruh sosial media marketing terhadap kinerja bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Akuntansi*, 1–23.

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>

Maslahah, S., Hilda, H., & Fakhrina, F. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Terhadap Loyalitas Pengguna E-Money (Pada Produk E-Money Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Radial Palembang)*. 2(1), 100–105.

Muhammad Aditya Fajar. (2023). *Pengaruh penanganan keluhan, keamanan dan e-service quality terhadap loyalitas penggunaan e-wallet dana pada mahasiswa di kota padang*.

Najmudin, M., Widiyanto, A., Dwiwinarno, T., & Setyanta, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman “Kirimaja” Yogyakarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 61–70.

Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana’s Digital Wallet (Study On Dana Users) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Medias. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(3), 49–58.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing*

*Research*, 17(4). <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>

- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use E-health: A conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(July), 2569–2580.
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11.
- Putrie, A. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Transaksi Pembelian Online Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–14.
- Rasya, N. R., Istijarno, A. A., Yasmin, S. N., & Ratnasari, I. (2023). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Gopay Di Jabodetabek. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati (JRAMM)*, 12(3), 179–186. <https://doi.org/10.33024/jur.jeram.v12i3.7045>
- Rohana, T. (2020). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32.
- Rusdianti. (2024). *PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH PEER TO PEER LENDING SYARIAH (STUDI KASUS PADA UMKM KOTA BANDA ACEH)* Disusun.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi DompotDigital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260.
- Saribu, A. L. N. D., Dimas, Sabrina, H., Syahrial, H., & Hasman, H. C.

P. (2024). PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KECAMATAN MEDAN HELVETIA. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 99–111.

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*. PUATAKABARUPRESS.

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

Suryani, N. K., Putu, N., Lestari, N. E., Kadek, N., Program, S., & Akuntansi, S. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee.co.id. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 34–43.

Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal: Studi Kasus Indihome di Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.567>

Ulansari, L. P. E., & Yudiantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 312–321.

Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-WALLET APLIKASI DANA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, Volume 7 N(112).

Zarkasyi, N. A., Supeni, R. I., & Sumowo, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Go-Food). *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jeaev1i1.25>



## Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup



### RIWAYAT HIDUP PENULIS

#### A. IDENTITAS

Nama : Natasya Mutiara Agus Virma  
 Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 21 Agustus 2002  
 Alamat Rumah : Ds. Sumurjomblangbogo, Kec.  
 Bojong, Kab.  
 Pekalongan  
 Nomor Handphone : 0812 2990 8987  
 Email : [natasyamutiaraagusvirma@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:natasyamutiaraagusvirma@mhs.uingusdur.ac.id)  
 Nama Ayah : Agus Kumoro  
 Pekerjaan Ayah :  
 Nama Ibu : Rozi Qotul Amanah  
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

#### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 01 Sumurjoblangbogo
2. SMP : SMP Negeri 02 Bojong
3. SMA : SMA Negeri 1 Bojong

Pekalongan, 23 Mei 2025  
 Penulis

**NATASYA MUTIARA AGUS VIRMA**

4121166