

**PENGARUH KEAMANAN BIOMETRIK, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana
di Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

GANANG MEIDI PUTRANDITO

NIM (4121112)

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

2025

**PENGARUH KEAMANAN BIOMETRIK, PERSEPSI KEMUDAHAN,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *FINANCIAL*
TECHNOLOGY
(Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana
di Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

GANANG MEIDI PUTRANDITO

NIM (4121112)

**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 dibawah ini:

Nama : GANANG MEIDI PUTRANDITO

NIM : 4121112

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH KEAMANAN BIOMETRIK, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana di Kota Pekalongan)”** adalah benar-benar karya peneliti sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 17 Oktober 2025
Yang menyatakan,



GANANG MEIDI PUTRANDITO
NIM. 4121112

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ganang Meidi Putrandito

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c. q. Ketua Prodi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ganang Meidi Putrandito
NIM : 4121112
Judul Skripsi : "Pengaruh Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen *Financial Technology* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna E-Wallet Dana Di Kota Pekalongan)"

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosyahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 17 Oktober 2025

Pembimbing,



Rohmad Abidin, M.Kom.
NIP. 198801062020121006

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Ganang Meidi Putrandito**
NIM : **4121112**
Judul Skripsi : **Pengaruh Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen *Fintech* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-wallet* Dana Di Kota Pekalongan**

Dosen Pembimbing : Rohmad Abidin, M.Kom.

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 5 November 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Ade Gunawan, M.M.
NIP. 19810425 201503 1 002


Versiandika Yudha Pratama, M.M.
NIP. 19910116 201903 1 006

Pekalongan, 10 November 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. AM: Muhsin Khafidz Ma'Shum, M. Ag.
NIP. 19780616 200312 1 003

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Namun sekiranya kita merasa gagal mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan!”

“Merdeka bukan hanya tentang kebebasan, merdeka juga berarti berani jadi diri sendiri, berani bicara apa adanya, dan yang paling penting berani berkontribusi dengan cara kita sendiri”

Windah Basudara



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam pembuatan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materiel maupun non materiel dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari peneliti kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua peneliti, Bapak Lukmanto Dwiko, dan Ibu Widiyati, yang selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi. Tanpa dukungan dan pengorbanan mereka, peneliti tidak akan mampu menempuh pendidikan ini. Peneliti sangat bersyukur atas semua pengorbanan waktu dan tenaga yang telah mereka lakukan.
2. Muhamad Masrur, M.E.I, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dari semester 1 hingga lulus.
3. Rohmad Abidin, M.Kom., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan serta arahan dari awal proses bimbingan hingga pengerjaan skripsi selesai.
4. Reva Qamarazkia Putri, selaku adik perempuan yang selalu memberikan dukungan tiada henti dalam melaksanakan kuliah dan skripsi.
5. Ardy Bayu Mukti, Fariz Afifandi Darmawan, Muhammad Alan Juniantono, dan Alan Nugroho, sahabat penulis dari masa kecil hingga saat ini.
6. M. Ervin Reswara, Fathul Arifin, Muhammad Syukron, Fira Aulia, Safitri Putriani, Lukky Aulia Rahmawati. Terima kasih telah menemani dan berjuang bersama selama dibangku perkuliahan hingga meraih gelar Sarjana.
7. Nanda Putri Wulandari, yang telah memberikan dukungan moral, semangat, serta doa yang tulus selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas pengertian, motivasi, dan kehadiran dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

ABSTRAK

GANANG MEIDI PUTRANDITO. Pengaruh Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen *Financial Technology* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana Di Kota Pekalongan).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan brand image terhadap kepuasan konsumen pada pengguna e-wallet Dana di Kota Pekalongan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Populasi penelitian meliputi seluruh mahasiswa pengguna *e-wallet* Dana di Kota Pekalongan, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan biometrik (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,783 > 0,05$. Sebaliknya, persepsi kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, dan brand image (X3) juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai $F_{hitung} = 43,485$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna *e-wallet* Dana terutama dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan citra merek yang positif, sementara keamanan biometrik belum menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berperan penting dalam meningkatkan penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap teknologi keuangan digital.

Kata Kunci: Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen, E-Wallet Dana, TAM.

ABSTRACT

GANANG MEIDI PUTRANDITO. “The Influence of Biometric Security, Perceived Ease of Use, and Brand Image on Consumer Satisfaction in Financial Technology (A Case Study of Dana E-Wallet Users among University Students in Pekalongan City)”

This study aims to analyze the influence of biometric security, perceived ease of use, and brand image on consumer satisfaction among DANA e-wallet users in Pekalongan City. This research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis. The population consists of students who actively use the DANA e-wallet in Pekalongan, with a total sample of 96 respondents determined using the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires and processed using SPSS version 22.

The results show that biometric security (X1) has no significant effect on consumer satisfaction, with a significance value of $0.783 > 0.05$. In contrast, perceived ease of use (X2) has a significant effect with a significance value of $0.002 < 0.05$, and brand image (X3) also has a significant effect with a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, all three independent variables significantly influence consumer satisfaction, with $F\text{-value} = 43.485$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value of 0.573 indicates that 57.3% of the variation in consumer satisfaction is explained by the three independent variables, while the remaining 42.7% is influenced by other factors not included in this study.

These findings indicate that consumer satisfaction with the Dana e-wallet is primarily influenced by the ease of use and positive brand image, while biometric security has not yet become a major determinant of satisfaction. This research supports the Technology Acceptance Model (TAM), which suggests that perceived ease of use and perceived usefulness play key roles in enhancing user acceptance and satisfaction with digital financial technology services.

Keywords: Biometric Security, Perceived Ease Of Use, Brand Image, Consumer Satisfaction, E-Wallet, Technology Acceptance Model (TAM).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen *Financial Technology* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana Di Kota Pekalongan)”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat doa dan dukungan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti tujukan kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. M. Aris Syafi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Happy Sista Devi, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Rohmad Abidin, M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Muhamad Masrur, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mohon kritik dan sarannya untuk sempurnanya skripsi ini karena peneliti juga masih belajar dan dapat dijadikan sebagai acuan penulisan-penulisan berikutnya.

Pekalongan, 17 Oktober 2025

Penulis,

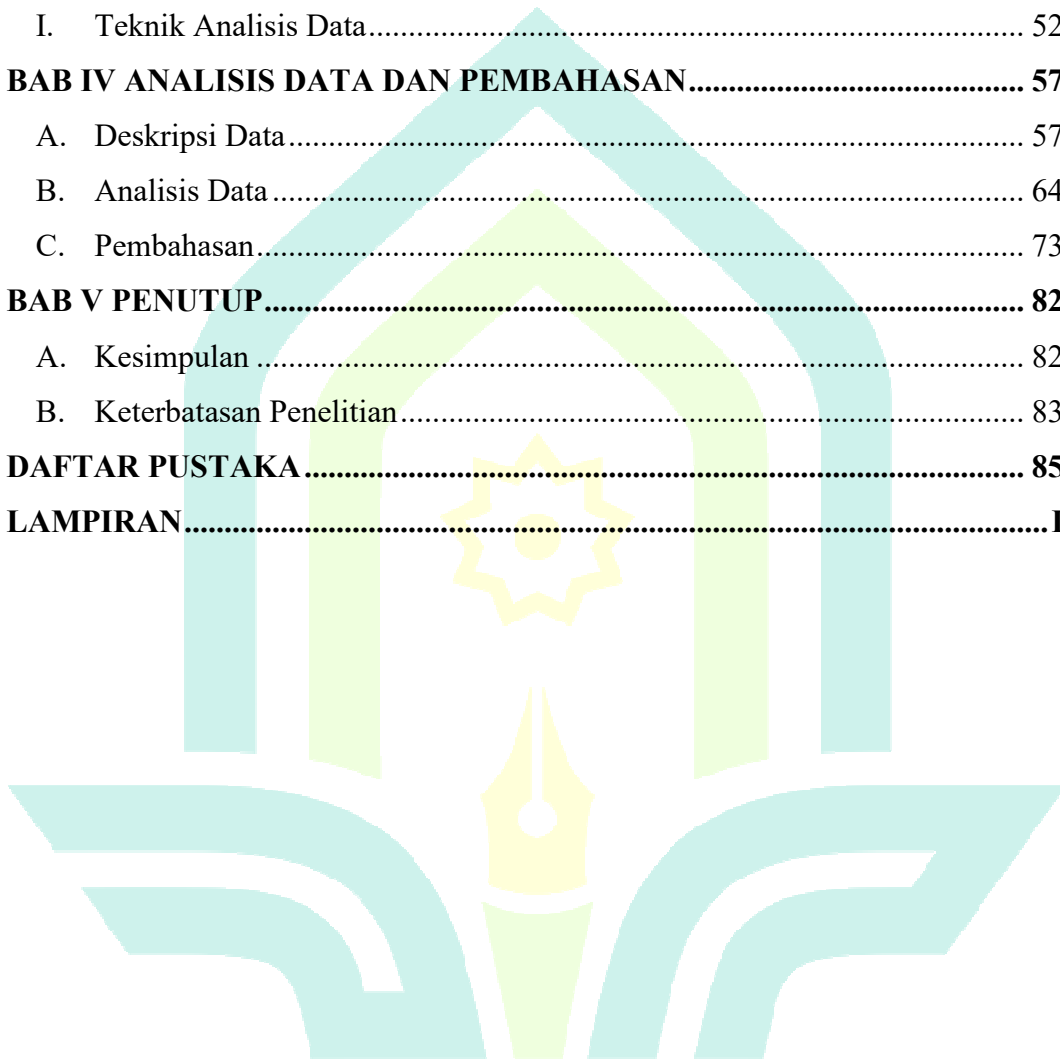


Ganang Meidi Putrandito
4121112

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Telaah Pustaka	30
C. Kerangka Berfikir.....	43
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Pendekatan Penelitian	47

C. Setting Penelitian	47
D. Populasi Penelitian.....	48
E. Sampel Penelitian.....	48
F. Variabel Penelitian.....	49
G. Sumber Data.....	51
H. Teknik Pengumpulan Data.....	51
I. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data.....	57
B. Analisis Data	64
C. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	I



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia 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.

1. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya 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	Qi
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	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Maddah

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

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...أ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

5. Syaddad (tasydid, geminasi)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

6. Kata sandang (artikel)

Kata sandang dalam tulisan arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qomariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyah

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf/1/diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti dengan huruf qomariyah

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

3. Baik huruf Syamsiyah dan Qomariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dibandingkan dengan tanda sempang. Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>

السيدة

ditulis

as-sayyidah

7. 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 apostrof /'/. Contoh:

أمرت

ditulis

umirtu

سَيِّئٌ

ditulis

syai'un

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. 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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an/

10. 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 disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Metode Pembayaran di Indonesia	2
Tabel 1.2 <i>E-wallet</i> Populer Indonesia	4
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	30
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	50
Tabel 3.2 Skala Likert	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.4 Kuesioner Variabel Keamanan Biometrik (X1)	60
Tabel 4.5 Kuesioner Variabel Persepsi Kemudahan (X2)	61
Tabel 4.6 Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> (X3)	62
Tabel 4.7 Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.14 Hasil Uji T (parsial)	70
Tabel 4.15 Hasil Uji F	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

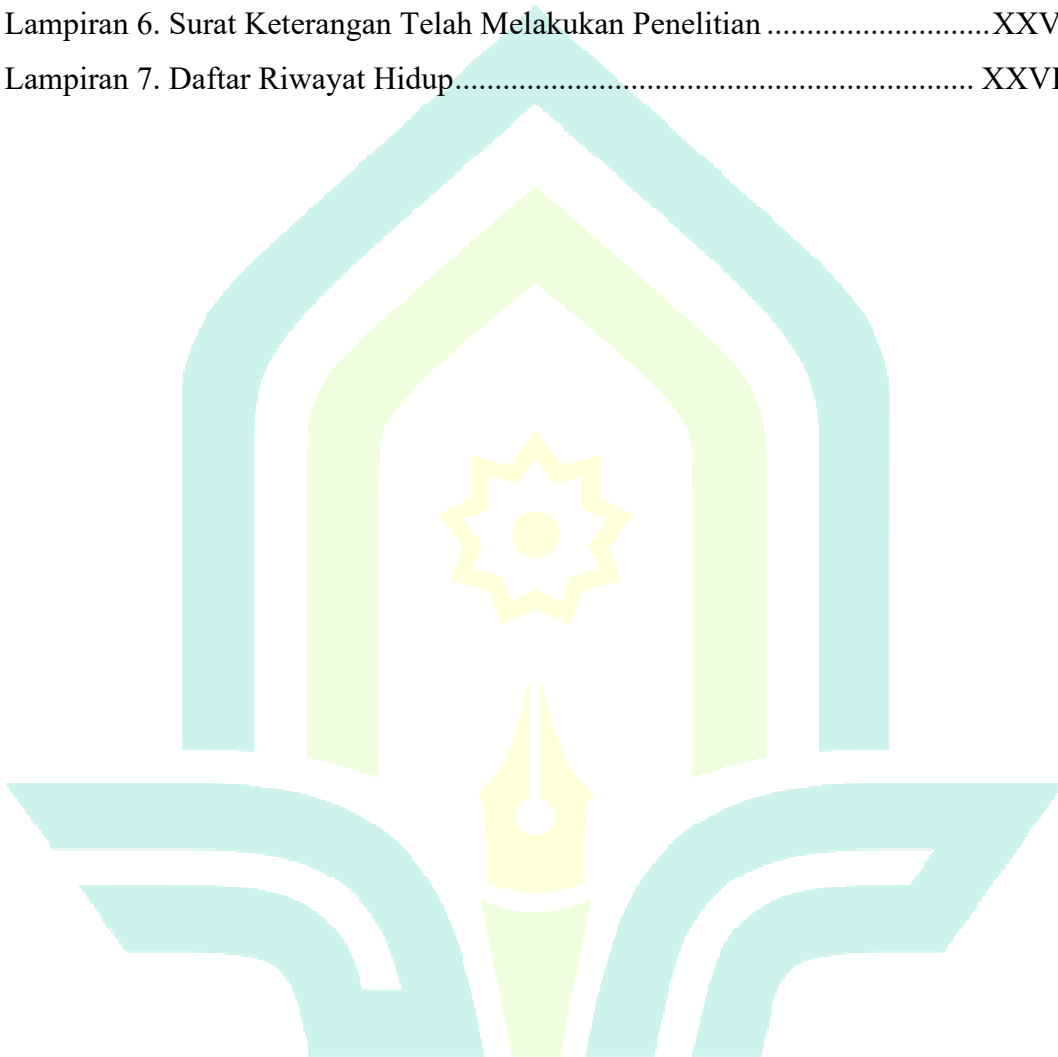
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	43
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	V
Lampiran 3. Hasil Output SPSS.....	IX
Lampiran 4. Tabel Statistik.....	XV
Lampiran 5. Dokumentasi Responden	XXIII
Lampiran 6. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXV
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	XXVI



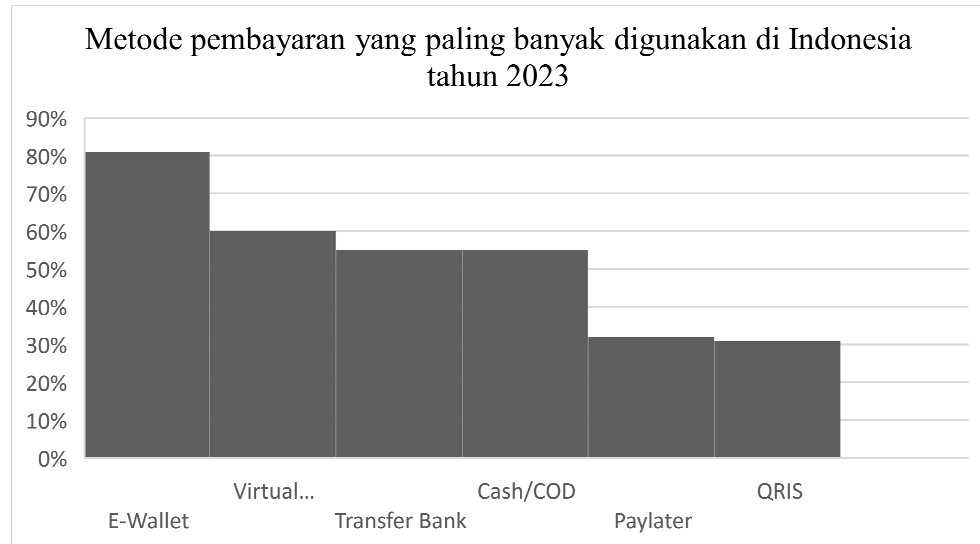
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman revolusi industri tahap keempat, kemajuan dalam teknologi dan informasi semakin berkembang dengan cepat. Perkembangan ini telah membawa transformasi signifikan di berbagai sektor, termasuk sosial, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Kemajuan dalam akses terhadap teknologi dan data global turut memengaruhi dinamika perubahan ini. Perubahan-perubahan ini turut didukung oleh peningkatan akses terhadap teknologi dan informasi dari seluruh dunia.. Dengan internet sebagai media pendukung, teknologi sekarang terbuka bagi setiap individu di berbagai penjuru (Wijaya et al., 2024).

Pesatnya inovasi teknologi digital berimplikasi pada berbagai aspek kehidupan, terutama sistem pembayaran. Inovasi yang kini banyak digunakan adalah dompet digital (*e-wallet*), aplikasi berbasis teknologi yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan secara efisien, aman, dan praktis. Di Indonesia, dompet digital telah menjadi alternatif pembayaran yang semakin digemari, dengan aplikasi Dana menempati posisi sebagai bagian dari layanan yang paling sering dimanfaatkan oleh masyarakat.

Tabel 1.1 Metode Pembayaran di Indonesia

Sumber: East Ventures (data diolah 2025)

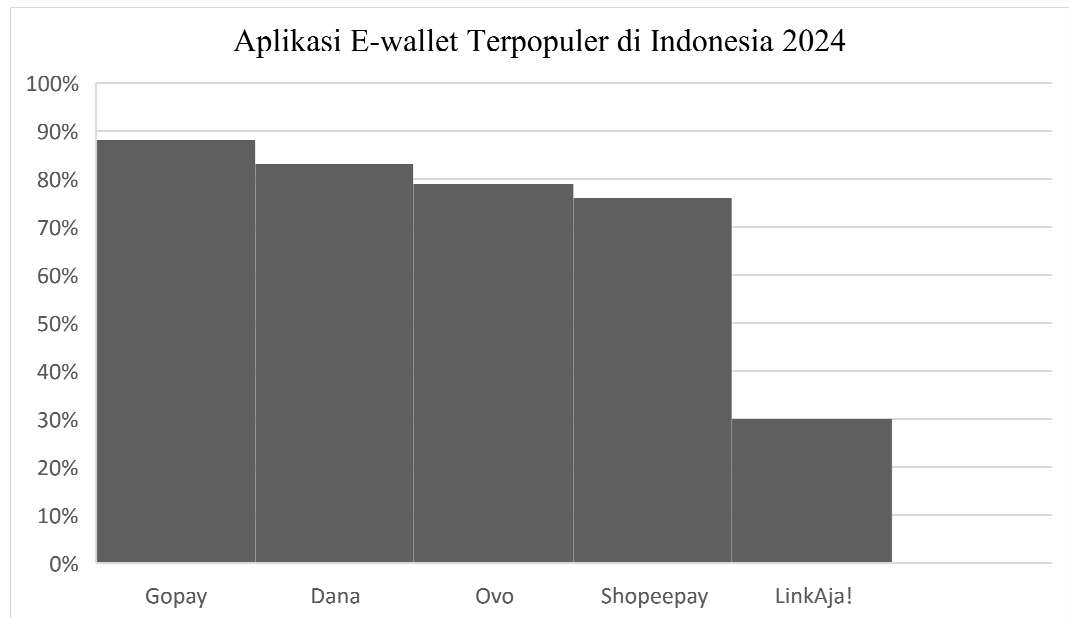
Berdasarkan data yang dihimpun oleh East Ventures (EV) dalam laporan *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, pada tahun 2023, masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi, dengan tingkat pemakaian mencapai 81%. Posisi selanjutnya ditempati oleh penggunaan akun virtual sebesar 60%. Selain itu, metode pembayaran melalui transfer bank dan tunai atau pembayaran di tempat (COD) juga masih digunakan dengan persentase masing-masing 55%. Sementara itu, metode pembayaran berbasis *paylater* dan QR/QRIS tercatat memiliki persentase penggunaan sebesar 32% dan 31% secara berurutan. Perkembangan teknologi digital dan perangkat seluler telah mengubah cara masyarakat bertransaksi sejalan dengan meningkatnya adopsi dompet digital sebagai alat pembayaran yang populer. Dompet digital menawarkan berbagai manfaat seperti transaksi yang lebih cepat dan aman, peningkatan aksesibilitas, serta kenyamanan yang lebih

baik. Sebagai bagian dari *financial technology*, dompet digital memungkinkan pengguna untuk menyimpan informasi kartu debit, kredit, atau rekening bank untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara digital (Jannah et al., 2024). Kebiasaan masyarakat yang tidak lagi menyimpan uang tunai maupun kartu fisik dalam dompet untuk keperluan transaksi harian telah mendorong pertumbuhan industri *financial technology* (fintech), khususnya melalui peluncuran produk dompet digital. Kenaikan jumlah entitas bisnis dalam sektor ini menyebabkan intensitas persaingan antar perusahaan meningkat. Karena hal tersebut, setiap perusahaan berupaya merancang produk yang unggul untuk memperoleh posisi strategis di pasar. Keberagaman jenis dompet digital yang tersedia saat ini dipengaruhi oleh banyaknya penawaran fitur yang menarik, praktis, inovatif, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna (Chusnah & Indriana, 2020).

Beberapa tahun yang lalu, penggunaan internet terbatas pada aktivitas komunikasi dan pencarian informasi. Namun, seiring waktu, perkembangan internet mengalami peningkatan yang sangat pesat, di Indonesia, pemanfaatan internet mulai diperluas ke dalam sistem pembayaran, dimana masyarakat kini cenderung memilih metode transaksi non-tunai seperti dompet digital, kartu ATM, kartu kredit, cek, maupun *e-wallet* dibandingkan dengan uang fisik. Perkembangan ini secara langsung mendorong terbentuknya budaya *cashless* di tengah masyarakat, khususnya

melalui penggunaan dompet digital yang semakin meluas (Novitasari & Supriyanto, 2020).

Tabel 1.2 *E-wallet* Populer Indonesia



Sumber: Populix (data diolah 2025)

Menurut survei yang dilakukan oleh Populix terhadap 1.000 responden, Gopay tercatat sebagai platform pembayaran digital dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia, dengan tingkat penggunaan mencapai 88%. Disusul oleh Dana dengan persentasi 83%, OVO 79%, ShopeePay 76%, dan LinkAja! dengan persentase 30%.

Meskipun terdapat berbagai *e-wallet* lainnya seperti GoPay, OVO, dan ShopeePay, Dana memiliki keunikan tersendiri yang menarik untuk diteliti. Dana dipilih karena menawarkan keamanan yang kuat, kemudahan dalam melakukan transaksi di berbagai platform, dan strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal. Selain itu, Dana juga berhasil menarik pengguna dari berbagai kalangan, tidak terbatas pada wilayah atau segmen

tertentu seperti beberapa *e-wallet* lainnya. Seiring bertambahnya pengguna Dana, faktor seperti keamanan, kemudahan penggunaan, dan citra merek menjadi hal penting yang memengaruhi kepuasan pengguna. (Sari & Benardin, 2024).

Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, mahasiswa merupakan kelompok yang paling cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, termasuk penggunaan aplikasi dompet digital seperti Dana. Sebagai generasi muda yang aktif menggunakan internet dan smartphone, mahasiswa memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, sehingga menjadi representatif untuk meneliti perilaku adopsi teknologi keuangan modern. Kajian penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Kesuma & Nurbaiti (2023), keduanya melakukan survei kepada 100 orang mahasiswa yang berumur 18-23 tahun, hasilnya membuktikan bahwa aplikasi *e-wallet* Dana sangat disukai oleh kalangan terpelajar seperti mahasiswa. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fariduddin (2025) mengungkapkan bahwa 100 orang yang disurvei merupakan mahasiswa pengguna Dana yang tergolong konsumen potensial dan rasional yang sering melakukan berbagai transaksi nontunai untuk kebutuhan sehari-hari, seperti pembayaran makanan, transportasi online, hingga belanja daring.

Di era digital, biometrik semakin banyak diadopsi oleh lembaga keuangan bank dan non bank. Penerapan biometrik dalam layanan dompet digital dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dengan memberikan

keamanan dan kenyamanan transaksi. Akurasi, kecepatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan teknologi biometrik menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Biometrik yang diterapkan pada *e-wallet* Dana harus bisa dipastikan akurat, cepat, mudah digunakan, dan mampu melindungi data pengguna (Fernanda et al., 2024). Teknologi biometrik mengandalkan karakteristik fisik atau perilaku individu, seperti sidik jari, pola telapak tangan, fitur wajah, iris mata, dan lainnya, sebagai dasar identifikasi. Setiap individu memiliki karakteristik biometrik yang bersifat unik. Bahkan individu yang merupakan kembar identik tetap menunjukkan perbedaan dalam fitur biometriknya. Oleh karena itu, karakteristik tersebut sangat sulit untuk diduplikasi, sehingga teknologi biometrik dapat digunakan secara andal dalam proses otentikasi identitas (Hartono et al., 2022). Jannah et al. (2024) melalui penelitian kualitatifnya menyebutkan bahwa penerapan autentikasi biometrik pada dompet digital merupakan langkah yang efektif dalam memperkuat sistem keamanan transaksi. Teknologi ini tidak hanya memberikan perlindungan yang lebih tinggi dibandingkan metode konvensional seperti PIN atau kata sandi, tetapi juga meningkatkan kenyamanan pengguna. Biometrik seperti sidik jari, pengenalan wajah, dan iris mata terbukti mampu mengurangi risiko akses ilegal secara signifikan.

Persepsi kemudahan juga merupakan unsur penting dalam mempengaruhi kebahagiaan/kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chusnah & Indriana (2020) seseorang

cenderung merasa puas dalam menggunakan *e-wallet* apabila layanan tersebut mudah digunakan, memiliki risiko yang rendah, dan pengguna memiliki pemahaman yang cukup tentang cara kerjanya. Jika pengguna merasa bahwa penggunaan *e-wallet* tidak rumit dan tidak menimbulkan masalah, maka tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Oleh karena itu, persepsi pengguna terhadap kemudahan dan keamanan teknologi *e-wallet* sangat berpengaruh terhadap kepuasan mereka dalam menggunakannya. (Bittaqwa, 2024).

Brand image juga memiliki peran penting dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Citra merek yang positif dapat mencerminkan keandalan dan kualitas layanan dari suatu platform *fintech*, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna. Konsumen cenderung lebih loyal terhadap merek yang memiliki reputasi baik dan memberikan pengalaman positif dalam penggunaan layanan. Secara umum, konsumen lebih memilih merek yang sudah dikenal karena merasa lebih percaya dan nyaman dengan produk yang familiar. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa merek terkenal biasanya memiliki kualitas yang baik, lebih mudah ditemukan, dan selalu tersedia. Oleh karena itu, merek-merek ternama lebih cenderung dipakai daripada merek yang kurang dikenal luas (Pangestika & Khasanah, 2021). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aprilyanti & Putra (2022), reputasi merek yang baik berkontribusi pada meningkatnya kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa kualitas citra merek berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan.

Kota Pekalongan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki relevansi empiris, potensi akademis, serta nilai kebaruan (*novelty*) yang kuat dalam konteks penggunaan teknologi keuangan digital, khususnya *e-wallet* Dana. Penelitian mengenai perilaku pengguna Dana di Kota Pekalongan masih terbatas, dengan memilih lokasi ini, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*) dan memberikan kontribusi ilmiah baru terhadap literatur lokal tentang penggunaan *fintech* di kota kecil dan menengah. Peningkatan penggunaan Dana sebagai *e-wallet* menimbulkan kebutuhan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti keamanan, kemudahan, dan citra merek. Namun, meskipun telah banyak penelitian tentang faktor-faktor tersebut, masih terdapat sejumlah kesenjangan lain (*research gap*) dalam literatur terdahulu. Sebagian besar penelitian sebelumnya meneliti keamanan secara umum tanpa menyoroti keamanan biometrik secara spesifik. Padahal, teknologi biometrik memiliki karakteristik unik yang sulit dipalsukan dan berpotensi besar dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna. Selain itu, variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan *brand image* terhadap kepuasan pengguna, belum pernah dikaji secara simultan dalam satu model regresi di penelitian sebelumnya. Umumnya studi terdahulu hanya menguji dua dari tiga variabel tersebut secara terpisah.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memberikan unsur kebaruan (*novelty*) yaitu keamanan biometrik sebagai variabel independen

spesifik, bukan keamanan umum seperti pada banyak studi sebelumnya. Penggabungan tiga variabel (biometrik, kemudahan, dan *brand image*) secara simultan dalam memengaruhi kepuasan pengguna juga menjadi unsur kebaruan yang dimana kombinasi ini belum dikaji sebelumnya secara kuantitatif dalam satu model regresi.

Merujuk pada penjelasan sebelumnya, penelitian ini ditujukan untuk menelaah sejauh mana pengaruh keamanan biometrik, persepsi kemudahan penggunaan, serta citra merek terhadap kepuasan pengguna aplikasi *e-wallet* Dana, khususnya di kalangan mahasiswa yang berdomisili di Kota Pekalongan. Diharapkan bahwa temuan studi ini akan memberikan masukan yang bermanfaat untuk pengembangan layanan dompet digital yang lebih efektif dan ramah pengguna, serta membantu pengguna dalam memilih dompet digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem keamanan biometrik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*?
2. Bagaimana faktor kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*?
3. Bagaimana *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*?
4. Bagaimana sistem keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan *brand image* berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sistem keamanan biometrik terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*.
4. Untuk mengetahui pengaruh sistem keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen *fintech e-wallet*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, penelitian ini memungkinkan membantu dalam pengembangan penelitian ilmiah, terutama yang melibatkan penggunaan dompet digital (*e-wallet*) dalam transaksi keuangan. Temuan studi ini diharapkan dapat menjadi rujukan ilmiah tambahan yang memberikan manfaat bagi pembaca, serta landasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai tema-tema yang terkait.
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan memberikan mahasiswa dan masyarakat umum agar lebih mudah memahami serta mempertimbangkan hal-hal penting sebelum memilih layanan *e-wallet*, sehingga pilihan yang diambil bisa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing pengguna.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dalam lima bab utama dengan rincian sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini berisi penjabaran mengenai alasan dilakukannya penelitian, identifikasi masalah, tujuan dan kontribusi penelitian, serta pernyataan hipotesis. Bagian ini berfungsi sebagai pengantar yang membangun dasar pemahaman untuk bab-bab selanjutnya.

BAB II (LANDASAN TEORI)

Bab ini memaparkan teori terkait, kajian pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian.

BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)

Bab ini, memuat informasi mengenai jenis penelitian yang dilakukan, pendekatan yang diterapkan, lokasi atau setting penelitian, variabel yang diteliti, sumber data, serta teknik analisis data yang dimanfaatkan pada penelitian.

BAB IV (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Menjelaskan gambaran objek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan terkait temuan penelitian.

BAB V (PENUTUP)

Bab terakhir ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan, serta daftar pustaka yang berisi seluruh referensi yang digunakan selama proses penyusunan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

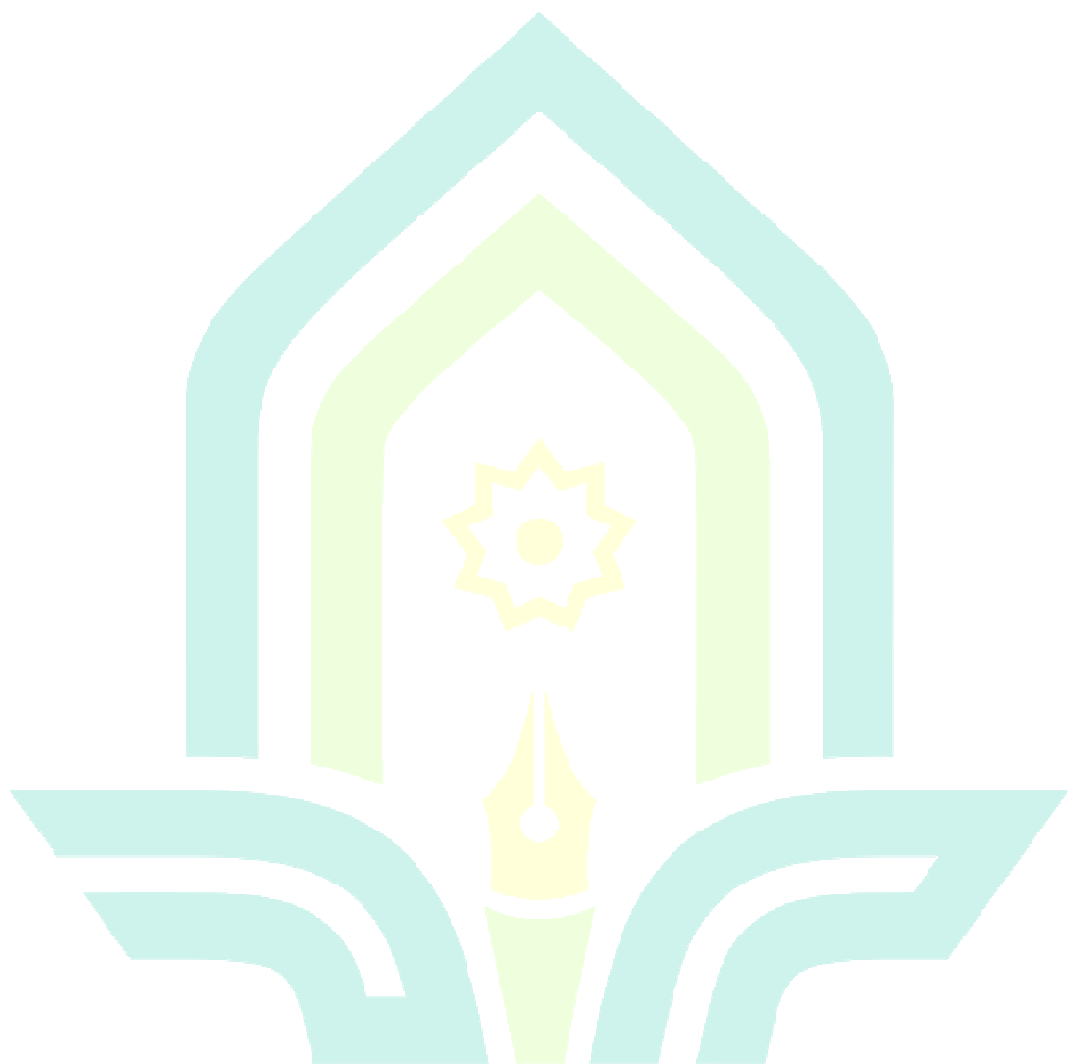
Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Keamanan Biometrik, Persepsi Kemudahan, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen *Financial Technology* Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* Dana di Kota Pekalongan”, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel keamanan biometrik (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fitur keamanan biometrik seperti sidik jari atau pengenalan wajah sudah diterapkan, namun aspek tersebut belum menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna *e-wallet* Dana.
2. Variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya, semakin mudah aplikasi Dana digunakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan tersebut.
3. Variabel brand image (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa citra merek yang positif mampu menumbuhkan kepercayaan dan rasa puas pengguna terhadap *e-wallet* Dana.
4. Secara simultan, variabel keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *e-wallet* Dana.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa aspek yang menjadi kendala atau kelemahan yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa di wilayah Kota Pekalongan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke seluruh pengguna *e-wallet* Dana di wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden agar hasilnya lebih representatif terhadap populasi pengguna *e-wallet* secara umum.

Kedua, penelitian ini hanya meneliti variabel keamanan biometrik, persepsi kemudahan, dan *brand image*, maka dari itu diperlukan penelitian lanjutan yang melibatkan variabel lain agar dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam penggunaan *e-wallet* Dana. Disarankan agar penelitian berikutnya menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (*trust*), kualitas layanan (*service quality*), promosi, dan loyalitas pengguna, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna fintech. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas populasi penelitian tidak hanya pada mahasiswa, tetapi juga pada masyarakat umum di berbagai daerah, serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* untuk memperdalam pemahaman terhadap perilaku pengguna *e-wallet*.



DAFTAR PUSTAKA

- A'la, C. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Islam, UIN Sumatera Utara Medan.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (1st ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aprilyanti, V., & Putra, K. E. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital OVO Pada Masa Pandemi COVID-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3), 546–555.
- Arianto, F., & Hayani, N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Ease of Use, dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kota Pekanbaru. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3(1), 9–16.
- Azizah, N. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Muamalat DIN (Digital Islamic Network)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Palopo.
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia No 19/12/2017*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI_191217.pdf, diakses pada 16 Januari pukul 12.51 WIB
- Bittaqwa, B. B. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kalangan Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN RIL Angkatan 2020)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Intan Lampung.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis* (1st ed.). CV IRDH.
- Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana). *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111–122.
- Dahlan, K. S. S., Purwanto, E., Bachtiar, D., Septiani, K. M., Ridwan, N., Susanto, D. A., Marey, D. R. E., & Deviny, J. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Network* (1st ed.). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.

- Fariduddin, F. (2025). *Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pada Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kabupaten Pekalongan)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, UIN K. H. Abdurrahman Wahid.
- Fernanda, W. A., Nasution, J., & Silalahi, P. R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan, dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Ilmu AKademik*, 1(4), 679–689.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, D. J. S., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (1st ed., Vol. 5). CV Pustaka Ilmu Group.
- Hartono, N., Rizaldy, A., & Lestari, Ni. A. (2022). Studi Literature Sistem Keamanan Biometrik Untuk Verifikasi dan Transaksi Dompot Digital. *Journal Software, Hardware and Information Technology*, 2(2), 10–14. <https://doi.org/10.24252/shift.v2i2.30>
- Hasna, F. N., & Trifiyanto, K. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Security, dan Confirmation Terhadap Kepuasan Pengguna Fintech E-wallet DANA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(5), 565–576.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Huzaema, M., Dermawan, R., & Azhar, R. M. (2023). The Influence Of Brand Image and Variaty Seeking On Dana E-wallet Brand Moving Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable In FEB UPN “Veteran” Jawa Timur Students. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 7(3), 7673–7691.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (1st ed.). Penerbit Lakeisha.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Jannah, M., Hidayat, M. F., Agustiyani, M., Buana, P. W., & Purwani, F. (2024). Implementasi Autentikasi Biometrik Untuk Meningkatkan Keamanan dan Privasi Pengguna Dompot Digital. *Journal of Scientech Research and Development*, 6(2), 531–539.
- Kesuma, P., & Nurbaiti. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan

- Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Marhaendra, A. N., & Mahyuzar, H. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kebumen. *Journal of Digital Business and Management*, 2(2), 84–90. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i2.400>
- Narasati, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170.
- Novitasari, R., & Supriyanto, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(1), 28–36. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>
- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience, Brand Trust dan Brand Satisfaction terhadap Brand Loyalty Financial Technology: E-Wallet (Studi pada Pengguna DANA di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.235>
- Pratama, S. H. (2024). *Pengaruh Social Influence, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Purwokerto)*.
- Primayanti, S. D. (2023). *Pengaruh Kualitas, Kemudahan, Manfaat, Risiko, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Layana Mobile Banking BSI (Studi Pada Nasabah ASN di UIN Surakarta)*.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli

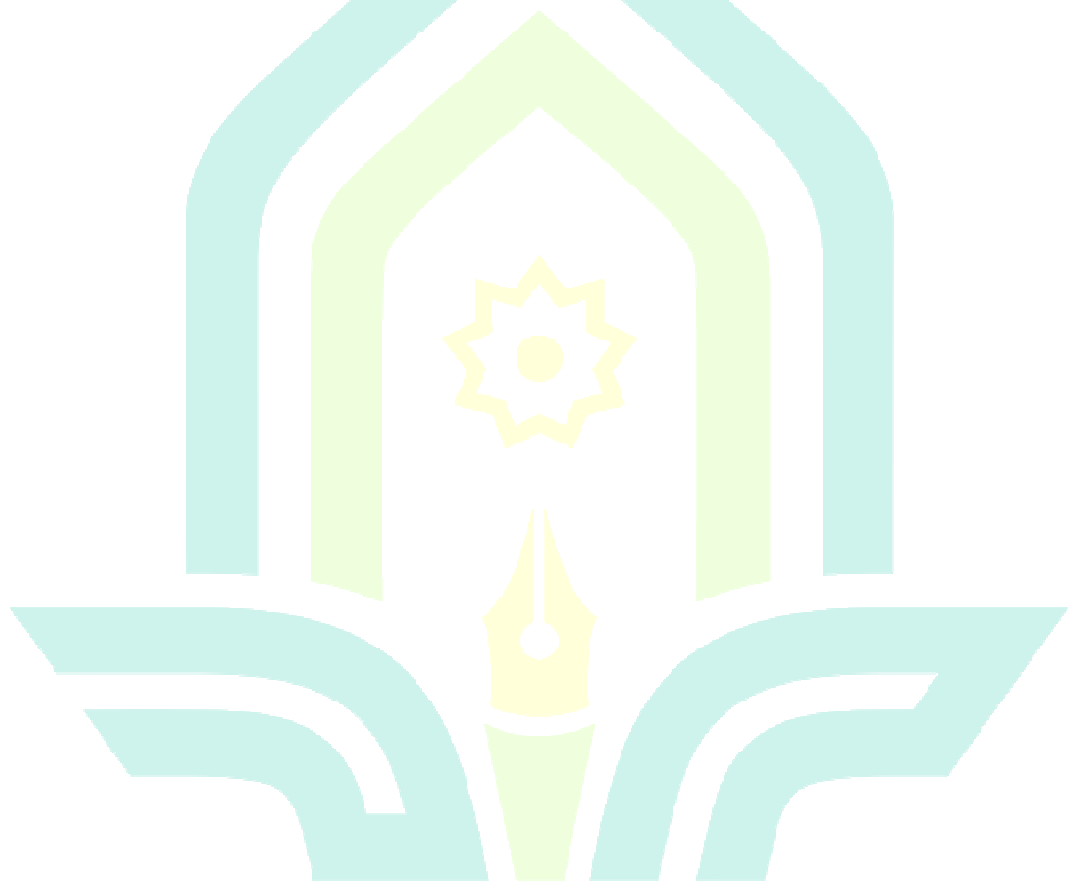
- Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Rifai, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (1st ed.). UIN Khas Press.
[http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, J., Rizaldi, R., Salahuddin, Mellyssa, W., & Usardi. (2020). Sistem Pengaman Pintu Menggunakan Sidik Jari Dan Android. *VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal*, 2(1), 33–40.
- Sari, W. D., & Benardin, B. (2024). Pengaruh Keamanan , Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Dana Di Kota Bengkulu. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 900–909.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (1st ed., Issue January). CV Media Sains Indonesia.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89.
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Wahid, L. O. A. (2022). *Analisis Faktor Penerimaan Autentikasi Biometrik pada Pengguna Smartphone di Indonesia*. Tesis, Universitas Islam Indonesia, Program Studi Informatika.
- Wahyupamudi, N. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Financial Teknologi (Fintech) Payment LinkAja Syariah di Sragen*.
- Wardhana, A. (2024). Brand image. In *New Scientist* (1st ed., Vol. 165). Eureka Media Aksara.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model (TAM)* (1st ed.). CV Seribu Bintang.

Wijaya, A. N., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater Di Kabupaten Bekasi. *Global: Jurnal Lentera BITEP*, 02(01), 28–41.

Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Mirai Management*, 7(2), 531–540.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustiofa. (2021). *Ekonometrika (Teknik dan Aplikasi dengan SPSS)* (1st ed.). Mandala Press.



Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Ganang Meidi Putrandito
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 30 Mei 2003
3. Alamat Rumah : Perum Pepabri Tanjung B. 2 No. 8 Kec. Tirto
Kab. Pekalongan
4. No. Handphone : 085727840819
5. Email : gmeidiputrandito@gmail.com
6. Nama Ayah : Loekmanto Dwiko
7. Pekerjaan Ayah : Pensiun ASN
8. Nama Ibu : Widiyati
9. Pekerjaan Ibu : Wirausaha

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN Pacar (2009-2015)
2. SMP : SMPN 2 Pekalongan (2015-2018)
3. SMA : SMAN 3 Pekalongan (2018-2021)

Pekalongan, 17 Oktober 2025



Ganang Meidi Putrandito