

Analisis Perilaku Penggunaan Ulang *E-Wallet* Menggunakan Model *DeLone* dan *McLean*

Calvin^{1*}, Indasari Deu²

Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

*e-mail *Corresponding Author*: calvintanx5@gmail.com

Abstract

The rapid development in this era has influenced the increased use of e-transaction services. The majority of Indonesian millennials prefer to use these transaction services. E-wallet companies need to observe the services provided to consumers. The aim of this study is to evaluate the impact of user behavior of digital payment applications, OVO and GoPay e-wallets by utilizing the DeLone and McLean Model. Data in this study, was questionnaire, was obtained by distributing online survey to OVO and GoPay users in Batam and Tembilahan City who were aged between 27 and 42 years and had experience using both applications. Data was processed in SPSS version 25 and AMOS statistical program. The findings of this study indicate that there exists insight that electronic servqual and electronic-trust have an impact on the degree of user-satisfaction, while electronic-servqual, electronic-trust, and electronic-satisfaction have an impact on electronic loyalty towards these two applications in Batam and Tembilahan City.

Keywords: *E-wallet; OVO; GoPay; DeLone and McLean Model*

Abstrak

Perkembangan yang cepat pada saat ini telah berdampak pada peningkatan pemanfaatan layanan transaksi elektronik. Mayoritas milenial Indonesia lebih memilih untuk menggunakan layanan transaksi tersebut. Perusahaan *e-wallet* perlu mengamati pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak perilaku pengguna aplikasi pembayaran digital, dompet elektronik OVO dan GoPay dengan memanfaatkan Model DeLone dan McLean. Data untuk penelitian ini yaitu kuesioner diperoleh melalui penyebaran survei daring kepada pengguna OVO dan GoPay di Kota Batam dan Tembilahan yang berusia antara 27 hingga 42 tahun dan memiliki pengalaman penggunaan kedua aplikasi tersebut. Pengolahan data dilaksanakan menggunakan software statistik SPSS versi 25 serta AMOS. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat wawasan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna, sementara *e-servqual*, *e-trust*, dan *e-satisfaction* berdampak pada loyalitas elektronik terhadap kedua aplikasi ini di Kota Batam dan Tembilahan.

Kata kunci: *Dompet elektronik; OVO; GoPay; Model DeLone dan McLean*

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi di masa kini telah mempengaruhi dan mengubah kebiasaan hidup masyarakat, salah satunya bidang yang sangat terpengaruh adalah sistem pembayaran. Di masa kini, uang fisik atau kertas tidak lagi menjadi satu-satunya cara pembayaran, sistem pembayaran telah memasuki zaman teknologi finansial dan salah satunya adalah perkembangan *e-wallet* yang bisa disebut juga dengan *e-payment* [1]. *E-payment* menjadi semakin penting di dunia perindustrian ini karena terdapat beragam jenis *e-payment* yang dapat digunakan, seperti kredit, debit, *internet banking*, dan berbagai jenis uang elektronik lainnya [2].

Metode pembayaran fisik menghadapi beberapa keterbatasan yang menimbulkan sejumlah masalah bagi masyarakat, diantaranya seperti keterbatasan aksesibilitas saat melakukan transaksi jarak jauh yang memerlukan masyarakat untuk melakukan transaksi di bank atau lembaga keuangan lainnya, metode pembayaran fisik juga memerlukan waktu yang lebih lama untuk bisa dicairkan dan diproses [3]. Selain itu, uang tunai cenderung lebih rentan terhadap kehilangan atau pencurian. Oleh karena itu, konsumen menganggap metode pembayaran baru, yaitu *e-payment* ini lebih efektif daripada *cash* atau uang tunai [4].

Seiring berjalannya waktu, terdapat banyak penyedia layanan dompet digital baru yang hadir di Indonesia [3]. Menurut data survei tahun 2021, penggunaan *e-wallet* mencapai 64%, yang menjadikannya pilihan pembayaran yang paling diminati oleh masyarakat [5]. Menurut studi [6], *GoPay* dan *OVO* adalah aplikasi *e-payment* yang paling sering digunakan di Indonesia. Hingga kuartal 2 tahun 2020, *GoPay* tercatat memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak [7]. Selanjutnya, *OVO* menduduki peringkat kedua dalam jumlah pengguna aktif terbesar [6]. Fakta ini menunjukkan bahwa *GoPay* dan *OVO* memiliki daya tarik yang tinggi bagi kalangan masyarakat Indonesia.

Untuk menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan perlu menerapkan strategi dengan memberikan pelayanan yang unggul [8]. Oleh sebab itu, perusahaan harus memberikan kualitas layanan elektronik atau *E-ServQual* yang baik agar tetap mampu untuk bersaing. *E-Trust* atau kepercayaan elektronik adalah kesediaan konsumen untuk menerima ketidakpastian yang mungkin muncul dalam melakukan transaksi *online* [8]. *E-Satisfaction* atau kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali aplikasi pembayaran elektronik [9]. Menurut [10], minat penggunaan kembali atau *E-Loyalty* merupakan keinginan dan perilaku konsumen untuk menggunakan kembali layanan berdasarkan kepuasan yang mereka terima dari produk tersebut.

Dalam kerangka penelitian ini, analisis SEM diterapkan untuk menguji dan menjelaskan faktor yang mempengaruhi pilihan pengguna ketika menggunakan kembali aplikasi pembayaran digital di Kota Batam dan Tembilahan. Pemilihan kedua kota ini sebagai lokasi penelitian didasarkan karena adanya perbedaan budaya dan kondisi infrastruktur yang dapat mempengaruhi perilaku pengguna, aksesibilitas, dan kualitas layanan digital. Analisis penggunaan aplikasi pembayaran digital ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perusahaan aplikasi *e-wallet* khususnya *GoPay* dan *OVO*, seperti pemahaman perilaku pengguna, memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan dan menciptakan layanan baru, meningkatkan kualitas layanan yang ada, mengidentifikasi masalah, dan menemukan solusi yang efektif. Hal ini akan membantu pihak tersebut untuk lebih memahami faktor apa saja yang mempengaruhi pertimbangan pengguna saat menggunakan platform mereka agar dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan daya saing antar perusahaan *e-wallet*.

2. Tinjauan Pustaka

Rujukan referensi penelitian sebelumnya yang penulis gunakan merupakan studi yang menerapkan SEM dalam analisisnya. Penelitian ini melakukan pengambilan sampel melalui metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan 151 responden yang memenuhi syarat penilaian yaitu, menggunakan *m-banking* setidaknya dua kali. Penelitian oleh [8] ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh *E-ServQual* kepada loyalitas melalui *E-Satisfaction* pengguna *mobile banking* syariah. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa *E-ServQual* memiliki dampak positif pada kepuasan dan loyalitas.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [11]. Objektif dari studi ini adalah mengenali faktor yang mempengaruhi kualitas *E-ServQual* pada *E-loyalty* dimediasi oleh *E-trust* dan *brand image*. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner, dengan analisa SEM. Peserta penelitian ini adalah individu yang menggunakan aplikasi *e-wallet* *OVO* di Kota Malang, jumlah sampel ditentukan dengan teknik *purposive sample* dengan jumlah partisipasi dari 200 peserta penelitian. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari *e-servquality* terhadap *E-loyalty*. Sebaliknya, ditemukan bahwa *e-servquality* memiliki dampak signifikan pada *e-trust* dan citra merek (*brand image*).

Analisis yang dilakukan oleh [7] memiliki tujuan untuk menganalisis dampak *E-servqual* dan *E-trust* pada minat penggunaan kembali melalui *E-customer satisfaction* kepada user *GoPay* di Kota Bandung. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif dan analisis kausal dengan metode kuantitatif. Sampel diambil menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *purposive sample*, jumlah responden penelitian ini adalah 400 individu. Analisa dilakukan dengan menerapkan metode SEM. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *E-Servqual* memengaruhi kesetiaan pelanggan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh [9] yang menggunakan teknik analisis SEM. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penggunaan *e-wallet* Boost oleh konsumen di Malaysia, menyelidiki dampak keterlibatan konsumen serta mengkategorikan penggunaan *e-wallet* menggunakan analitik *big data*. Dengan data sebanyak 18.149 postingan

pengguna yang diambil dari platform media sosial. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas sistem, informasi, dan layanan mempengaruhi penggunaan *e-wallet* dan *e-satisfaction*.

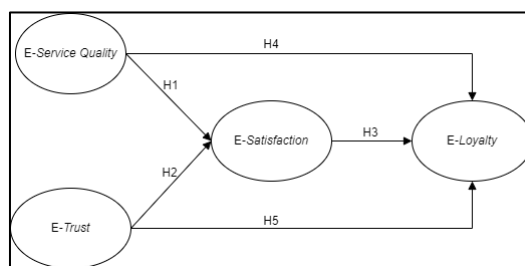
Penelitian [12] meneliti tentang faktor-faktor, seperti kemudahan penggunaan, keamanan, pengaruh sosial, dan kecepatan transaksi yang mempengaruhi *e-wallet* di Pahang, Malaysia. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi untuk pengambilan data dan analisis data dalam penelitian ini ditujukan kepada generasi Y dengan total responden sebanyak 384 orang di wilayah Timur Malaysia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 4 faktor tersebut berdampak signifikan pada adopsi *e-wallet*.

Dibandingkan dengan studi sebelumnya, perbedaan utama dalam studi ini merupakan penggunaan data yang bersifat khusus dari *user* aplikasi pembayaran digital GoPay dan OVO di Kota Batam dan Kota Tembilahan. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kedua aplikasi tersebut. Subjek penelitian adalah generasi Y dengan rentang usia antara 27 hingga 42 tahun di kedua kota tersebut. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dan data utama didapatkan melalui kuesioner yang dikumpulkan secara *online*. Penelitian mengenai analisis penggunaan aplikasi pembayaran digital ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam proses pengambilan keputusan bagi pihak aplikasi GoPay dan OVO. Hal ini akan membantu mereka untuk lebih memahami variabel apa saja yang mempengaruhi pilihan pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi di platform mereka.

3. Metode

3.1 DeLone dan McLean

Model DeLone dan McLean membantu dalam menilai keberhasilan sistem informasi bukan hanya dalam aspek teknis, melainkan juga dalam hal perspektif pengguna dan dampak organisasi. Model ini telah membantu dalam penelitian empiris dan pengembangan sistem informasi dengan memperhatikan berbagai aspek kesuksesan [13]. Model ini mengidentifikasi 6 faktor utama yang dapat digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu sistem [13], yaitu kemampuan, manfaat sistem, kepuasan pengguna, pengaruh individu, pengaruh organisasi, manfaat bersih.



Gambar 1. Konseptual Penelitian

Berikut terdapat perumusan hipotesis pada penelitian ini di bawah ini.

- H1 : *E-ServQual* memiliki dampak pada *E-Satisfaction*.
 H2 : *E-Trust* memiliki dampak pada *E-Satisfaction*.
 H3 : *E-Satisfaction* memiliki dampak pada *E-Loyalty*.
 H4 : *E-ServQual* memiliki dampak pada *E-Loyalty* dengan dimediasi oleh *E-Satisfaction*.
 H5 : *E-Trust* memiliki dampak pada *E-Loyalty* dengan dimediasi oleh *E-Satisfaction*.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pertanyaan
<i>E-Service Quality</i>	<i>ESQ</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>E-wallet</i> mampu memenuhi kebutuhan <i>user</i>. Pengguna <i>E-wallet</i> dapat dijangkau dalam waktu yang relative singkat. Saya merasa bahwa aplikasi ini lebih <i>user-friendly</i> dibandingkan dengan <i>E-wallet</i> lainnya.
<i>E-Trust</i>	<i>ET</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>E-wallet</i> ini memiliki keamanan yang terjamin. Data pribadi pengguna terlindungi. Aplikasi menunjukkan integritas dalam melindungi pengguna dari resiko penipuan.

Variabel	Indikator	Pertanyaan
<i>E- Satisfaction</i>	<i>EST</i>	4. Transaksi pembayaran yang mudah dan terjamin.
		5. Penggunaan layanan <i>E-wallet</i> sesuai dengan perjanjian dalam aplikasi.
		1. Pengguna merasa nyaman dalam menggunakan <i>E- wallet</i> .
		2. Fitur dalam <i>E- wallet</i> yang ditampilkan memiliki daya tarik bagi pengguna.
		3. Desain aplikasi <i>E- wallet</i> yang ditampilkan memiliki daya tarik bagi pengguna.
<i>E - Loyalty</i>	<i>EL</i>	4. Pengguna merasa puas dengan keamanan dalam aplikasi <i>E- wallet</i> .
		5. Pengguna merasa puas dengan layanan yang ditawarkan dalam aplikasi.
		1. Jika saya membutuhkan layanan <i>E- wallet</i> , saya akan menggunakan aplikasi ini.
		2. Saya setia dalam menggunakan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi ini.
		3. Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan <i>E- wallet</i> ini.
		4. Saya bersedia untuk memberikan ulasan positif terhadap aplikasi ini.
		5. Saya bersedia untuk membayar lebih untuk pengembangan aplikasi ini.

3.2 SEM (Structural Equation Model)

SEM adalah sebuah metode statistik dan matematika diterapkan untuk memodelkan keterkaitan kompleks antar variabel dalam studi, ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis tentang bagaimana variabel-variabel saling berhubungan dan bagaimana mereka memengaruhi satu sama lain [7]. Pengujian dilaksanakan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS v25 untuk mengkaji data dan penelitian dalam berbagai bidang ilmu sosial [14].

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data di studi ini diperoleh dengan mengimplementasikan metode *nonprobability sampling* yang menerapkan pendekatan *purposive sampling*. Metode ini menggunakan sampel berdasarkan kriteria yang paling relevan dan memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk merespons pertanyaan dalam penelitian. [15]. Studi ini akan memperoleh data dari konsumen yang sudah pernah menggunakan aplikasi *E-wallet* sebelumnya setidaknya 2 kali. Pengumpulan data sampel diperoleh melalui media kuesioner oleh 427 responden dari Kota Batam dan 389 responden dari Kota Tembilahan yang telah memenuhi kriteria. Kriteria target populasi penelitian ini merupakan generasi Y dengan rentang usia 27 tahun hingga 42 tahun di tahun 2023 yang pernah mengakses atau menggunakan aplikasi *E-wallet* OVO dan GoPay di Kota Batam dan Tembilahan.

3.4 Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah metode yang digunakan untuk menilai seberapa jauh hasil kuesioner dapat diandalkan atau sah [7]. Validitas kuesioner tercapai ketika kuesioner dapat menyimpulkan informasi variabel yang sedang diukur. Jika nilai signifikan menunjukkan $\leq 0,05$, maka dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai $\geq 0,05$, maka disimpulkan tidak valid [3].

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang mengevaluasi seberapa jauh kuesioner memberikan petunjuk yang konsisten terhadap suatu variabel [7]. Kuesioner dinyatakan reliabel ketika respons dari pengguna stabil dan konsisten. Apabila hasil uji reliabilitas tinggi, dapat dinyatakan bahwa

hasil data yang diperoleh akurat. Oleh karena itu, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6, bisa dikatakan hasil tidak reliabel. Sebaliknya, apabila nilai > 0,6, bisa dikatakan hasil reliabel [3].

3) Uji *Goodness of Fit*

Ketentuan yang perlu diperhatikan dalam menilai data sesuai dengan standar nilai yang ditentukan adalah *Chi-Square*, *CMIN/DF*, *GFI*, *AGFI*, *NFI*, *CFI*, *TLI*, *IFI*, dan *RMSEA* [11].

3.5 Uji Hipotesis

Uji ini dioperasikan dengan aplikasi AMOS yaitu dengan analisis regresi. Ketentuannya adalah *C.R.* (*Critical Ratio*) harus melebihi 1.96 dan signifikansi nilai *P* < 0.05 atau *** [3]; [13].

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan tabel 2 di bawah ini, terlampir hasil uji validitas pengguna aplikasi GoPay dan OVO di Kota Tembilahan. Seluruh variabel studi ini menunjukkan nilai *AVE* > 0.5 Oleh karena itu uji dapat dianggap valid.

Tabel 2. Uji Validitas Pengguna Aplikasi Gopay dan OVO di Kota Tembilahan

Variabel	Item	GoPay		OVO	
		Indicator loadings	AVE	Indicator Loadings	AVE
<i>E- Service Quality</i>	ESQ1	0.957	0.828	0.969	0.883
	ESQ2	0.965		0.894	
	ESQ3	0.799		0.955	
<i>E- Trust</i>	ET1	0.813	0.652	0.937	0.857
	ET2	0.712		0.900	
	ET3	0.783		0.984	
	ET4	0.919		0.897	
	ET5	0.795		0.908	
<i>E-Satisfaction</i>	EST1	0.980	0.935	0.974	0.790
	EST2	0.944		0.985	
	EST3	0.946		0.944	
	EST4	0.982		0.770	
	EST5	0.983		0.739	
<i>E-Loyalty</i>	EL1	0.938	0.887	0.564	0.543
	EL2	0.933		0.859	
	EL3	0.981		0.810	
	EL4	0.948		0.623	
	EL5	0.907		0.784	

Berdasarkan tabel 3 di bawah ini, terlampir hasil uji validitas pengguna aplikasi GoPay dan OVO di Kota Batam. Seluruh variabel studi ini menunjukkan nilai *AVE* > 0.5, Oleh karena itu uji dapat dianggap valid.

Tabel 3. Uji Validitas Pengguna Aplikasi Gopay dan OVO di Kota Batam

Variabel	Item	GoPay		OVO	
		Indicator loadings	AVE	Indicator Loadings	AVE
<i>E- Service Quality</i>	ESQ1	0.724	0.572	0.836	0.674
	ESQ2	0.773		0.788	
	ESQ3	0.771		0.837	
<i>E- Trust</i>	ET1	0.767	0.562	0.701	0.563
	ET2	0.750		0.732	
	ET3	0.780		0.726	
	ET4	0.764		0.813	
	ET5	0.682		0.776	

Variabel	Item	GoPay		OVO	
		Indicator loadings	AVE	Indicator Loadings	AVE
E-Satisfaction	EST1	0.763	0.581	0.855	0.698
	EST2	0.738		0.816	
	EST3	0.803		0.838	
	EST4	0.756		0.832	
	EST5	0.748		0.835	
E-Loyalty	EL1	0.804	0.645	0.878	0.692
	EL2	0.808		0.795	
	EL3	0.714		0.787	
	EL4	0.844		0.889	
	EL5	0.838		0.804	

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel pada pengguna GoPay dan OVO di Kota Tembilahan bernilai *Cronbach's Alpha* > dari 0.6. Dengan begitu, seluruh variabel bisa dikatakan reliabel. Hasil uji tersebut sesuai yang terlihat di tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Pengguna Aplikasi GoPay dan OVO di Kota Tembilahan

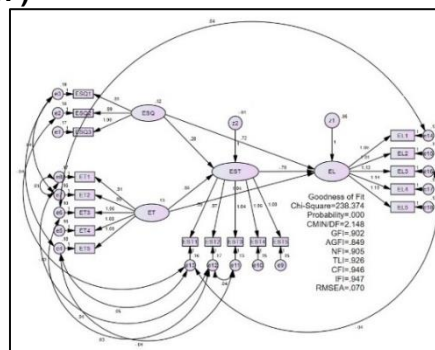
Variabel	Item	GoPay	OVO
		<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i>
E- Service Quality	ESQ	0.896	0.910
E- Trust	ET	0.863	0.957
E- Satisfaction	EST	0.982	0.924
E- Loyalty	EL	0.967	0.774

Uji reliabilitas pada pengguna pengguna GoPay dan OVO di Kota Batam bernilai *Cronbach's Alpha* > dari 0.6. Dengan begitu, seluruh variabel bisa dikatakan reliabel. Hasil uji tersebut sesuai pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Pengguna Aplikasi GoPay dan OVO di Kota Batam

Variabel	Item	GoPay	OVO
		<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i>
E- Service Quality	ESQ	0.626	0.753
E- Trust	ET	0.802	0.804
E- Satisfaction	EST	0.819	0.891
E- Loyalty	EL	0.862	0.888

4.3 Uji Goodness of Fit (GoF)



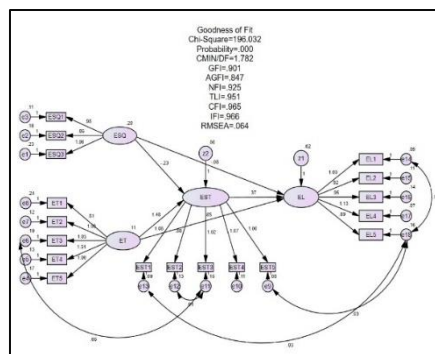
Gambar 2. Full Model Structural Modification pada Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Batam

Gambar 2 di atas menunjukkan hasil uji *GoF* pada aplikasi GoPay di Kota Batam. Nilai *Chi-Square* menunjukkan angka 238.374, melebihi batas nilai tabel yaitu 118.751. Ini menunjukkan kesesuaian model ini hanya dalam tingkat marginal. Selain itu, angka-angka *GFI*, *NFI*, *TLI*, *IFI*, *CFI*, dan *RMSEA* sudah memenuhi standar yang ditetapkan. Namun, *CMIN/DF* dan

AGFI dianggap kurang optimal karena nilai CMIN/DF > dari batas yang telah ditetapkan, yaitu 2.148, dan nilai AGFI < dari batas nilai yang telah ditentukan, yaitu 0.849. Dengan begitu, dapat dinyatakan bahwa model analisis SEM dalam penelitian ini mampu menjelaskan seluruh variabel dengan cukup baik. Hasil uji tersebut dipaparkan di tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji *GoF* pada Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Batam

Indeks	Kriteria	Result	Description
<i>Chi Square</i>	Diharapkan rendah	238.374	Moderate
CMIN/DF	≤ 2	2.148	Moderate
GFI	≥ 0.90	0.902	Good
AGFI	≥ 0.90	0.849	Moderate
NFI	≥ 0.90	0.905	Good
TLI	≥ 0.90	0.926	Good
CFI	≥ 0.90	0.946	Good
IFI	≥ 0.90	0.947	Good
RMSEA	≤ 0.08	0.070	Good



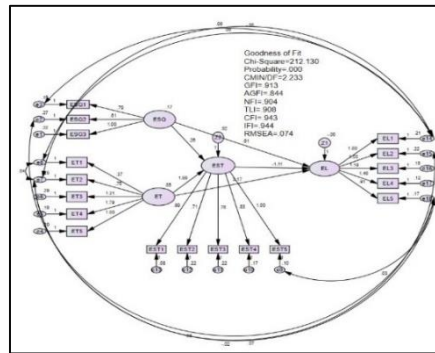
Gambar 3. Full Model Structural Modification pada Pengguna Aplikasi OVO di Kota Batam

Gambar 3 di atas menunjukkan hasil uji *GoF* pada aplikasi OVO di Kota Batam. Nilai *Chi-Square* menunjukkan angka 196.032, melebihi batas nilai tabel yaitu 108.648. Ini menunjukkan kesesuaian model ini hanya dalam tingkat marginal. Selain itu, angka-angka CMIN/DF, GFI, NFI, TLI, IFI, CFI, dan RMSEA sudah memenuhi standar yang ditetapkan. Namun AGFI dianggap kurang optimal karena nilai AGFI < dari batas nilai yang telah ditentukan, yaitu 0.847. Dengan begitu, dapat dinyatakan bahwa model analisis SEM dalam penelitian ini mampu menjelaskan seluruh variabel dengan cukup baik. Hasil uji tersebut seperti yang dipaparkan di tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji *GoF* pada Pengguna Aplikasi OVO di Kota Batam

Indeks	Kriteria	Result	Description
<i>Chi Square</i>	Diharapkan rendah	196.032	Moderate
CMIN/DF	≤ 2	1.782	Good
GFI	≥ 0.90	0.901	Good
AGFI	≥ 0.90	0.847	Moderate
NFI	≥ 0.90	0.925	Good
TLI	≥ 0.90	0.951	Good
CFI	≥ 0.90	0.965	Good
IFI	≥ 0.90	0.966	Good
RMSEA	≤ 0.08	0.064	Good

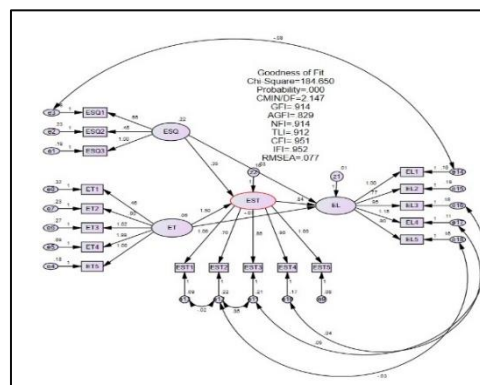
Gambar 4 di atas menunjukkan hasil uji *GoF* pada aplikasi GoPay di Kota Tembilahan. Nilai *Chi-Square* menunjukkan angka 212.130, melebihi batas nilai tabel yaitu 136.591. Ini menunjukkan bahwa kesesuaian model ini hanya cukup dalam tingkat marginal. Selain itu, angka GFI, NFI, TLI, IFI, CFI, dan RMSEA sudah memenuhi standar yang ditetapkan. Namun, CMIN/DF dan AGFI dianggap kurang optimal karena nilai CMIN/DF > dari batas yang telah ditetapkan, yaitu 2.233, dan nilai AGFI < dari batas nilai yang telah ditentukan, yaitu 0.844. Dengan begitu, dapat dinyatakan bahwa model analisis SEM dalam penelitian ini mampu menjelaskan seluruh variabel dengan cukup baik. Hasil uji tersebut seperti yang dipaparkan di tabel 8.



Gambar 4. Full Model Structural Modification Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Tembilahan

Tabel 8. Temuan Uji GoF Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Tembilahan

Indeks	Kriteria	Result	Description
Chi Square	Diharapkan rendah	212.130	Moderate
CMIN/DF	≤ 2	2.233	Moderate
GFI	≥ 0.90	0.913	Good
AGFI	≥ 0.90	0.844	Moderate
NFI	≥ 0.90	0.904	Good
TLI	≥ 0.90	0.908	Good
CFI	≥ 0.90	0.943	Good
IFI	≥ 0.90	0.944	Good
RMSEA	≤ 0.08	0.074	Good



Gambar 5. Full Model Structural Modification pada Pengguna Aplikasi OVO di Kota Tembilahan

Gambar 5 di atas menunjukkan hasil uji *GoF* aplikasi OVO di Kota Tembilahan. Nilai *Chi-Square* pada uji ini menunjukkan angka 184.650, melebihi batas nilai tabel yaitu 135.480. Ini menunjukkan bahwa kesesuaian model ini hanya dalam tingkat marginal. Selain itu, angka-angka GFI, NFI, TLI, IFI, CFI, dan RMSEA sudah memenuhi standar yang ditetapkan. Namun, CMIN/DF dan AGFI dianggap kurang optimal karena nilai CMIN/DF > dari batas yang telah ditetapkan, yaitu 2.147, nilai AGFI < dari batas nilai yang telah ditentukan, yaitu 0.829. Dengan begitu, dapat dinyatakan bahwa model analisis SEM dalam penelitian ini dianggap mampu menjelaskan seluruh variabel dengan cukup baik. Hasil uji tersebut seperti yang dipaparkan pada tabel 9.

Tabel 9. Temuan Uji Goodness of Fit pada Aplikasi OVO di Kota Tembilahan

Indeks	Kriteria	Result	Description
Chi Square	Diharapkan rendah	184.650	Moderate
CMIN/DF	≤ 2	2.147	Moderate
GFI	≥ 0.90	0.914	Good
AGFI	≥ 0.90	0.829	Moderate
NFI	≥ 0.90	0.914	Good
TLI	≥ 0.90	0.912	Good

Indeks	Kriteria	Result	Description
CFI	≥ 0.90	0.951	Good
IFI	≥ 0.90	0.952	Good
RMSEA	≤ 0.08	0.077	Good

4.4 Hasil Hipotesis

Hipotesis diuji dengan memeriksa nilai kritis dan tingkat signifikansi dalam bobot regresi (*Regression weights*). Untuk memvalidasi hipotesis, persyaratan yang harus dipenuhi adalah bahwa C.R. (*Critical Ratio*) > 1.96 serta nilai $P < 0.05$ atau $***$. Hasil uji hipotesis pada responden yang menggunakan aplikasi GoPay di Kota Batam disajikan pada tabel 10.

Tabel 10. Temuan Uji Hipotesis pada Responden Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Batam

		C.R.	P	Deskripsi
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	8.898	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	7.876	***	Diterima
<i>E -Satisfaction</i>	→ <i>E - Loyalty</i>	8.775	***	Diterima
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	7.171	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	7.040	***	Diterima

Hasil dari H1 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [17]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $8.898 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H1 dinyatakan diterima.

Hasil dari H2 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [8]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $7.876 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H2 dinyatakan diterima.

Hasil dari H3 membuktikan *E - Satisfaction* berdampak pada *E - Loyalty*. Temuan ini seiring dengan studi [7]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $8.775 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H3 dinyatakan diterima.

Hasil dari H4 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [3]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $7.171 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H4 dinyatakan diterima.

Hasil dari H5 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [11]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $7.040 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H5 dinyatakan diterima.

Hasil uji hipotesis pada pengguna OVO di Kota Batam disajikan di tabel 11.

Tabel 11. Temuan Uji Hipotesis SEM pada Responden Pengguna Aplikasi OVO di Kota Batam

		C.R.	P	Deskripsi
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	8.392	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	8.087	***	Diterima
<i>E -Satisfaction</i>	→ <i>E - Loyalty</i>	8.196	***	Diterima
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	7.295	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	6.685	***	Diterima

Hasil dari H1 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [17]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $8.392 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H1 dinyatakan diterima.

Hasil dari H2 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [8]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $8.087 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H2 dinyatakan diterima.

Hasil dari H3 membuktikan *E - Satisfaction* berdampak pada *E - Loyalty*. Temuan ini seiring dengan studi [7]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai $8.196 > 1.96$, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H3 dinyatakan diterima.

Hasil dari H4 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [3]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai

7.295 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H4 dinyatakan diterima.

Hasil dari H5 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [11]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 8.685 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H5 dinyatakan diterima.

Hasil uji hipotesis pengguna GoPay di Kota Tembilahan disajikan di tabel 12.

Tabel 12. Temuan Uji Hipotesis Pengguna Aplikasi GoPay di Kota Tembilahan

		C.R.	P	Deskripsi
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	4.522	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	8.149	***	Diterima
<i>E -Satisfaction</i>	→ <i>E - Loyalty</i>	4.819	***	Diterima
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	6.367	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	9.050	***	Diterima

Hasil dari H1 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [17]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 4.522 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H1 dinyatakan diterima

Hasil dari H2 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [8]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 8.149 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H2 dinyatakan diterima.

Hasil dari H3 membuktikan *E - Satisfaction* berdampak pada *E - Loyalty*. Temuan ini seiring dengan studi [7]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 4.819 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H3 dinyatakan diterima.

Hasil dari H4 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [3]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 6.367 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H4 dinyatakan diterima.

Hasil dari H5 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [11]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 9.050 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H5 dinyatakan diterima.

Hasil uji hipotesis pengguna OVO di Kota Tembilahan disajikan di tabel 13.

Tabel 13. Temuan Uji Hipotesis Pengguna Aplikasi OVO di Kota Tembilahan

		C.R.	P	Deskripsi
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	6.181	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Satisfaction</i>	7.865	***	Diterima
<i>E -Satisfaction</i>	→ <i>E - Loyalty</i>	5.798	***	Diterima
<i>E -Service Quality</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	4.642	***	Diterima
<i>E-Trust</i>	→ <i>E -Loyalty</i>	8.174	***	Diterima

Hasil dari H1 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [17]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 6.181 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H1 dinyatakan diterima.

Hasil dari H2 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [8]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 7.865 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H2 dinyatakan diterima.

Hasil dari H3 membuktikan *E - Satisfaction* berdampak pada *E - Loyalty*. Temuan ini seiring dengan studi [7]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 5.798 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H3 dinyatakan diterima.

Hasil dari H4 membuktikan *E-ServQual* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [3]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 4.642 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar $*** < 0.05$. Berdasarkan hasil ini, H4 dinyatakan diterima.

Hasil dari H5 membuktikan *E - Trust* berdampak pada *E - Loyalty* dengan dimediasi oleh *E - Satisfaction*. Temuan ini seiring dengan studi [11]. Hal ini terbukti dengan C.R. bernilai 8.174 > 1.96, dan tingkat signifikansinya sebesar *** < 0.05. Berdasarkan hasil ini, H5 dinyatakan diterima.

4.5 Pembahasan dan Rekomendasi

Hasil studi membuktikan bahwa variabel *E-ServQual* berpengaruh pada *E-Satisfaction*, mengartikan bahwa kualitas pelayanan yang baik di kedua aplikasi dapat meningkatkan kepuasan pengguna, studi ini membuktikan bahwa GoPay dan OVO berhasil menyediakan kualitas pelayanan yang baik dan mudah digunakan di Kota Batam dan Tembilahan. Lalu, variabel *E-Trust* memengaruhi *E-Satisfaction*, menunjukkan bahwa keamanan aplikasi yang baik meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, ini mengindikasikan bahwa GoPay dan OVO sukses membangun tingkat kepercayaan aplikasi yang tinggi di kedua kota yang diteliti. Selain itu variabel *E-ServQual*, *E-Trust*, dan *E- Satisfaction* memiliki dampak positif kepada *E- Loyalty*. Ini mengindikasikan bahwa semua faktor tersebut berkontribusi dalam meningkatkan niat pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi pembayaran digital di Kota Batam dan Tembilahan. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dan infrastruktur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pengguna aplikasi *e-wallet*. Dengan hasil penelitian tersebut, dapat membantu perusahaan baik GoPay maupun OVO untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaannya dalam menggunakan aplikasi tersebut khususnya di Kota Batam dan Tembilahan. Selain itu, juga dapat menambah wawasan bagi pedagang atau pengusaha untuk menggunakan *e-wallet* GoPay atau OVO dalam proses transaksi yang diminati pelanggan mereka.

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan yang perlu diperhatikan. Fokus utama penelitian terbatas pada pengguna aplikasi GoPay dan OVO di Kota Batam dan Tembilahan. Oleh sebab itu, untuk penelitian di masa depan, direkomendasikan untuk mempertimbangkan perbandingan dari aplikasi pembayaran digital lain, baik di kota yang sama yang menjadi objek penelitian saat ini, maupun di kota-kota lain. Tujuannya adalah untuk memperluas *scope* penelitian dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, perusahaan dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam penelitian ini agar dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan daya saing antar perusahaan *e-wallet*.

5. Simpulan

Mengacu pada hasil penelitian ini menggunakan analisis SEM, hasil penelitian ini membuktikan bahwa *E- Loyalty* atau minat penggunaan kembali aplikasi *e-wallet* GoPay dan OVO dipengaruhi oleh variabel *E-ServQual*, *E- Trust*, dan *E- Satisfaction*. Selain itu, variabel *E-ServQual* dan *E-Trust* memberikan dampak positif pada *E-Satisfaction*. Semua faktor tersebut berdampak positif kepada *E - Loyalty* untuk GoPay dan OVO di Kota Batam dan Kota Tembilahan. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital, kepercayaan, serta kepuasan pengguna mempengaruhi minat penggunaan kembali aplikasi *e-wallet* GoPay dan OVO di kota Batam dan Tembilahan.

Daftar Referensi

- [1] R. F. Vernando, D. Frederica, C. Theodora, V. S. Harefa, S. Sherly, and C. Theodora, "Tingkat Efektifitas Regulasi dan Sistem Keamanan Terhadap Penurunan Keresahan Pengguna E-wallet," *J. Buana Akunt.*, vol. 7, no. 2, pp. 179–190, 2022.
- [2] D. Arigawati and I. Cahyaningsih, "Pengaruh Sistem E-Payment terhadap Peningkatan Motivasi Belanja Online dan Aktivitas Sektor Riil," *Goodwill*, vol.3, no.2, pp. 392–398, 2021.
- [3] F. P. Tunggadewi and H. Pudjoprastyono, "Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 5, no. 1, pp. 406–422, 2022.
- [4] J. Tarantang, A. Awwaliyah, M. Astuti, and M. Munawaroh, "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia," *J. al-qardh*, vol. 4, no. 1, pp. 60–75, 2019.
- [5] Kredivo, *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia*. Jakarta: Kredivo, 2021.
- [6] W. San Taslim and N. Felita, "Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Pengguna E-Wallet OVO Dan Go-Pay Di Pontianak," *Obis*, vol. 4, no. 1, pp. 13–21, 2022.
- [7] S. Rahmawaty, B. R. Kartawinata, A. Akbar, and T. I. Wijaksana, "The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Customer Loyalty through E-Customer Satisfaction as an

- Intervening Variable (Study on Gopay Users in Bandung),” in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Bandung, 5495–5506, 7 Maret, 2021.
- [8] B. H. Fatikah and H. Albanna, “The Influence of E-Servqual and E-Trust on E-Loyalty: The Role of E-Satisfaction as an Intervening on Islamic Mobile Banking Customer,” *J. Bus. Manag. Islam. Bank.*, vol. 1, no. 1, pp. 119–130, 2022.
- [9] S. Teng and K. W. Khong, “Examining Actual Consumer Usage of E-Wallet: a Case Study of Big Data Analytics,” *Comput. Human Behav.*, vol. 121, no. 106778, pp. 1–18, 2021.
- [10] N. M. W. Kusumadewi, “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 8, pp. 4983–5006, 2019.
- [11] L. Pratiwi, S. Sunaryo, and M. Mugiono, “The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty Mediated by E-Trust and Brand Image Variables: a Study on OVO E-Wallet Application Users in Malang City,” *Int. J. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 10, no. 6, pp. 56–62, 2021.
- [12] H. Azman, C. S. Lih, and S. N. Yahaya, “Factors Affecting Adoption Of E-Wallet Among Gen Y In Pahang,” *J. Technol. Manag. Technopreneursh*, vol. 9, no. 2, pp. 102–112, 2021.
- [13] D. N. Maftuhah, L. Ellyanti, D. I. Sensuse, D. Elisabeth, N. Safitri, and S. Lusa, “Knowledge Management System Evaluation Using DeLone McLean Model: A Case Study of IT Service Desk Bank XYZ,” *J. Nas. Pendidik. Tek. Inform. JANAPATI*, vol. 12, no. 2, pp. 223–233, 2023.
- [14] M. Emamdin, J. S. K. Singh, and B. Chan Yin Fah, “Role of E-trust, E-loyalty, and E-satisfaction on Online Buying Behaviour among Millennials in Kuala Lumpur, Malaysia.,” *Glob. Bus. Manag. Res.*, vol. 12, no. 3, pp. 1–16, 2020.
- [15] J. Collier, *Applied structural equation modeling using AMOS: Basic to advanced techniques*. Routledge, 2020.
- [16] M. Berliana and D. A. Zulestiana, “Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia,” *REMIK Ris. dan E-Jurnal Manaj. Inform. Komput.*, vol. 4, no. 2, pp. 223–229, 2020.
- [17] W. K. Pratiwi and S. Wahyuni, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Berrybenka di Shopee,” *SEIKO J. Manag. Bus.*, vol. 6, no. 2, pp. 444–464, 2023.