PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN AKSES, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA *E-WALLET* GOPAY MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI KOTA DEPOK

Muhammad Rivaldi Raihan[1*], Izzati Amperaningrum[2]

[1,2]*Universitas Gunadarma*
E-mail : Muhammad.rivaldi0910@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, ease of access, and perceived security on user satisfaction with the GoPay e-wallet through trust as an intervening variable in Depok City. This research used a quantitative approach with primary data collected through questionnaires distributed to 200 GoPay users in Depok City. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS. The results showed that service quality, ease of access, and perceived security had a positive and significant effect on both user satisfaction and trust. Trust also had a positive and significant effect on user satisfaction. Furthermore, service quality, ease of access, and perceived security had a positive and significant indirect effect on user satisfaction through trust. Perceived security was the most influential variable on both user satisfaction and trust. These findings indicate that maintaining transaction and personal information security is important for strengthening user trust and satisfaction with GoPay.

Keywords : *Service Quality, Ease Of Access, Perceived Security, Trust, User Satisfaction, E-Wallet.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* GoPay melalui kepercayaan sebagai variabel intervening di Kota Depok. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 pengguna GoPay di Kota Depok. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna maupun kepercayaan. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan. Persepsi keamanan menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengguna dan kepercayaan. Temuan ini menunjukkan pentingnya keamanan dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna GoPay.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, Kepuasan Pengguna, E-Wallet.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan dalam aktivitas transaksi masyarakat, termasuk penggunaan layanan pembayaran digital. Salah satu bentuk layanan tersebut adalah *electronic wallet* atau *e-wallet*, yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran, transfer, pembelian, dan berbagai transaksi lainnya secara digital. Meningkatnya penggunaan *e-wallet* juga menyebabkan persaingan antarpenyedia layanan semakin ketat. Beberapa platform yang banyak digunakan masyarakat Indonesia antara lain GoPay, DANA, ShopeePay, dan OVO. Berdasarkan data Katadata Databoks dan survei Populix (2024), GoPay termasuk dalam tiga besar platform *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa GoPay memiliki posisi yang cukup penting dalam perkembangan pembayaran digital di Indonesia.

Tingginya penggunaan GoPay perlu diikuti dengan kemampuan penyedia layanan dalam mempertahankan pengalaman dan kepuasan pengguna. Pengguna tidak hanya mempertimbangkan manfaat layanan, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan, kemudahan dalam menggunakan aplikasi, serta keamanan ketika melakukan transaksi. Dalam konteks Kota Depok yang merupakan bagian dari kawasan metropolitan Jabodetabek dengan aktivitas masyarakat dan ekonomi yang cukup tinggi, penggunaan pembayaran digital menjadi semakin relevan untuk dikaji. Namun, tingginya penggunaan layanan pembayaran digital tidak secara otomatis menunjukkan bahwa pengguna memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengukur penilaian pengguna GoPay berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

Kepuasan pengguna merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan layanan digital. Kepuasan dapat terbentuk dari kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna setelah menggunakan layanan. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan adalah kualitas layanan. Dalam penggunaan *e-wallet*, kualitas layanan berkaitan dengan keandalan sistem, kecepatan pelayanan, kemampuan menangani kendala, serta konsistensi layanan. Selain itu, kemudahan akses juga menjadi faktor penting karena pengguna membutuhkan aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan dalam menyelesaikan berbagai transaksi. Semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin kecil usaha yang diperlukan pengguna dalam melakukan aktivitas transaksi.

Faktor lainnya adalah persepsi keamanan. Penggunaan *e-wallet* berkaitan dengan transaksi keuangan, akun pengguna, dan data pribadi sehingga pengguna membutuhkan keyakinan bahwa informasi dan transaksi mereka terlindungi. Persepsi terhadap keamanan tersebut dapat memengaruhi penilaian pengguna terhadap layanan yang digunakan. Selain ketiga faktor tersebut, kepercayaan juga menjadi aspek penting dalam penggunaan layanan digital. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan mampu memberikan layanan secara andal, menjaga kepentingan pengguna, serta memenuhi harapan yang telah terbentuk.

Dalam penelitian ini, kepercayaan ditempatkan sebagai variabel intervening yang menjelaskan hubungan antara kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan dengan kepuasan pengguna. Kualitas layanan yang baik dapat membentuk keyakinan terhadap kemampuan penyedia layanan, kemudahan akses dapat meningkatkan keyakinan bahwa layanan dapat digunakan sesuai kebutuhan, sedangkan persepsi keamanan dapat membangun keyakinan bahwa akun, data, dan transaksi pengguna memperoleh perlindungan yang memadai. Kepercayaan tersebut selanjutnya dapat berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan pengguna.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki keterkaitan dengan kepuasan maupun perilaku pengguna layanan digital. Putri, Prasetyo, dan Ageng (2024) menemukan bahwa keamanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna GoPay. Suarantalla, Supanto, dan Arifin (2025) menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki hubungan dengan kepuasan melalui kepercayaan sebagai mediator. Rahmawati dan Anwar (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan dapat memediasi pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan kembali. Sementara itu, Kusmawati *et al.* (2026) menunjukkan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Meskipun penelitian terdahulu telah membuktikan hubungan antara kualitas layanan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kepuasan, masih terdapat perbedaan dalam variabel, objek, variabel dependen, dan mekanisme hubungan yang digunakan. Beberapa penelitian menguji pengaruh secara langsung, sedangkan penelitian lainnya menempatkan kepercayaan sebagai mediator pada hubungan tertentu. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang menguji kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna serta menjelaskan peran kepercayaan sebagai variabel intervening, khususnya pada pengguna GoPay di Kota Depok.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* GoPay melalui kepercayaan sebagai variabel intervening di Kota Depok. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen terhadap kepercayaan, pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna, serta mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pengguna GoPay. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen, khususnya mengenai perilaku pengguna layanan pembayaran digital, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi penyedia layanan dalam meningkatkan kualitas, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan Google Form. Subjek penelitian adalah pengguna *e-wallet* GoPay yang berdomisili di Kota Depok, pernah melakukan transaksi menggunakan GoPay, berusia minimal 17 tahun, dan masih aktif menggunakan aplikasi GoPay. Objek penelitian terdiri atas kualitas layanan (X1), kemudahan akses (X2), persepsi keamanan (X3), kepercayaan (Z), dan kepuasan pengguna (Y). Data yang diperoleh berupa data kuantitatif dari jawaban responden terhadap instrumen penelitian (Sugiyono, 2020).

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna GoPay di Kota Depok yang pernah melakukan transaksi menggunakan layanan GoPay. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Menurut Hair *et al.* (2021), ukuran sampel dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator, yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini menggunakan 22 indikator sehingga diperoleh kebutuhan sampel sebesar 220 responden. Namun, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 pengguna GoPay yang memenuhi kriteria penelitian dan dinilai memadai untuk analisis menggunakan SmartPLS.

Variabel penelitian terdiri atas tiga variabel independen, yaitu kualitas layanan (X1), kemudahan akses (X2), dan persepsi keamanan (X3); satu variabel intervening, yaitu kepercayaan (Z); serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna (Y). Kualitas layanan diukur menggunakan indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Tjiptono, 2019). Kemudahan akses diukur melalui indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, fleksibel, dan mudah dipahami (Davis, 1989). Persepsi keamanan diukur melalui kerahasiaan data, keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan keandalan sistem keamanan (Audun J., 2007). Kepercayaan diukur melalui kepercayaan terhadap sistem, kejujuran layanan, keandalan layanan, dan rasa aman dalam menggunakan layanan (Mayer *et al.*, 1995). Sementara itu, kepuasan pengguna diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap layanan, pengalaman menggunakan layanan, keinginan menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Kotler & Keller, 2016).

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Kuesioner terdiri atas 22 item pernyataan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (*SEM*) berbasis *Partial Least Squares* (*PLS*) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Menurut Hair *et al.* (2021), *PLS-SEM* dapat digunakan untuk menguji hubungan prediktif antarvariabel laten dalam model penelitian.

Analisis data dilakukan melalui evaluasi *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* meliputi *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji reliabilitas. *Convergent validity* dinilai berdasarkan nilai *outer loading*, dengan nilai >0,70 sebagai kriteria umum, sedangkan nilai 0,50–0,60 masih dapat diterima pada penelitian tahap awal (Ghozali, 2021). *Discriminant validity* dinilai melalui *cross loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), dengan nilai AVE >0,50 menunjukkan validitas diskriminan yang baik. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan nilai >0,70 sebagai kriteria reliabilitas (Ghozali, 2021).

Evaluasi *inner model* dilakukan melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), *path coefficient*, *bootstrapping*, serta *indirect effect*. Nilai R^2 digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan *path coefficient* digunakan untuk melihat arah dan besarnya pengaruh antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada SmartPLS 4.0. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistics* >1,96 dan *P-values* <0,05 pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2021). Pengaruh tidak langsung diuji untuk mengetahui peran kepercayaan sebagai variabel intervening pada hubungan kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 200 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif GoPay, berusia minimal 17 tahun, pernah menggunakan GoPay sebagai sarana transaksi digital, dan berdomisili di Kota Depok. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form dengan 22 item pernyataan yang mengukur Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pengguna.

Berdasarkan karakteristik responden, sebanyak 107 responden (53,5%) berjenis kelamin laki-laki dan 93 responden (46,5%) perempuan. Berdasarkan usia, responden berusia 17–25 tahun sebanyak 76 orang (38%), usia 26–35 tahun sebanyak 74 orang (37%), usia 36–45 tahun sebanyak

36 orang (18%), dan usia di atas 46 tahun sebanyak 14 orang (7%). Berdasarkan pekerjaan, responden terdiri atas 50 pelajar/mahasiswa (25%), 72 karyawan swasta (36%), 27 wiraswasta (13,5%), dan 51 responden dengan pekerjaan lainnya (25,5%). Berdasarkan lama penggunaan GoPay, sebanyak 21 responden (10,5%) telah menggunakan kurang dari satu tahun, 42 responden (21%) selama 1–2 tahun, 81 responden (40,5%) selama 3–4 tahun, dan 56 responden (28%) lebih dari empat tahun. Sementara itu, berdasarkan frekuensi penggunaan dalam satu bulan terakhir, sebanyak 63 responden (31,5%) menggunakan GoPay 1–5 kali, 84 responden (42%) sebanyak 6–10 kali, 32 responden (16%) sebanyak 11–15 kali, dan 21 responden (10,5%) lebih dari 15 kali. Data tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi pengguna dengan pengalaman penggunaan GoPay yang relatif panjang dan penggunaan yang cukup rutin.

Statistik Deskriptif

Pengukuran tanggapan responden menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Berdasarkan jumlah responden sebanyak 200 orang, skor terendah adalah 200 dan skor tertinggi 1.000 dengan interval 160. Kategori penilaian terdiri atas Sangat Rendah (200–360), Rendah (361–520), Sedang (521–680), Tinggi (681–840), dan Sangat Tinggi (841–1.000) (Sugiyono, 2023).

Hasil tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan

Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jumlah	Nilai
X1.1 Tampilan aplikasi GoPay terlihat menarik dan mudah dipahami	9	12	25	90	64	200	788
X1.2 GoPay dapat digunakan dengan baik sesuai kebutuhan transaksi saya	6	11	24	92	67	200	803
X1.3 GoPay memberikan respon yang cepat ketika terjadi kendala transaksi	9	10	36	83	62	200	779
X1.4 Saya merasa yakin terhadap kualitas layanan yang diberikan GoPay	7	15	22	91	65	200	792
X1.5 GoPay memberikan perhatian terhadap kebutuhan penggunanya	10	7	38	83	62	200	780
Rata-rata							**788,4**

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata Kualitas Layanan sebesar 788,4 dan berada pada kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada X1.2 sebesar 803 yang menunjukkan penilaian positif terhadap kemampuan GoPay dalam memenuhi kebutuhan transaksi. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada X1.3 sebesar 779 terkait kecepatan respons ketika terjadi kendala transaksi. Secara keseluruhan, responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan GoPay.

Selanjutnya, tanggapan responden terhadap variabel Kemudahan Akses disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Akses

Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jumlah	Nilai
X2.1 Saya dapat mempelajari cara penggunaan GoPay dengan mudah	7	14	21	95	63	200	792

X2.2 GoPay mudah digunakan dalam melakukan transaksi digital	6	13	20	87	74	200	812
X2.3 GoPay dapat digunakan secara fleksibel kapan saja sesuai kebutuhan saya	8	15	23	86	68	200	794
X2.4 Fitur-fitur yang tersedia pada GoPay mudah dipahami	9	16	26	80	69	200	789
Rata-rata							**796,75**

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Akses memperoleh rata-rata skor 796,75 dan termasuk kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada X2.2 sebesar 812, sedangkan nilai terendah terdapat pada X2.4 sebesar 789. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden menilai GoPay mudah digunakan dalam transaksi digital, meskipun kemudahan memahami fitur masih relatif lebih rendah dibandingkan aspek lainnya.

Persepsi responden terhadap keamanan penggunaan GoPay selanjutnya disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Keamanan

Item Pernyataan	**STS**	**TS**	**KS**	**S**	**SS**	**Jumlah**	**Nilai**
X3.1 GoPay mampu menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna	5	16	27	80	72	200	798
X3.2 Saya merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan GoPay	6	16	17	95	66	200	799
X3.3 GoPay melindungi informasi pribadi pengguna dengan baik	1	21	26	63	89	200	818
X3.4 Sistem keamanan GoPay dapat dipercaya dalam menjaga keamanan transaksi	7	16	25	87	65	200	787
Rata-rata							**800,5**

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, Persepsi Keamanan memperoleh rata-rata skor 800,5 dan berada pada kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada X3.3 sebesar 818 mengenai perlindungan informasi pribadi, sedangkan nilai terendah terdapat pada X3.4 sebesar 787 mengenai keandalan sistem keamanan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap keamanan GoPay.

Tabel 4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan

Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Jumlah	Nilai
Z.1 Saya percaya sistem GoPay dapat berfungsi dengan baik	11	12	34	90	53	200	762
Z.2 Saya percaya GoPay memberikan informasi layanan secara jujur dan transparan	9	11	31	97	52	200	772
Z.3 Saya percaya GoPay mampu memberikan layanan yang konsisten	2	19	30	81	68	200	794
Z.4 Saya merasa nyaman mempercayakan transaksi digital kepada GoPay	5	16	33	100	46	200	766
Rata-rata							**773,5**

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 4 menunjukkan bahwa Kepercayaan memperoleh rata-rata skor 773,5 dan termasuk kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada Z.3 sebesar 794 mengenai konsistensi layanan, sedangkan nilai terendah terdapat pada Z.1 sebesar 762 mengenai kemampuan sistem GoPay berfungsi dengan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan responden terhadap GoPay berada pada tingkat positif, terutama dalam hal konsistensi layanan.

Selanjutnya, hasil tanggapan responden terhadap Kepuasan Pengguna disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pengguna

Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Nilai
Y.1 Layanan GoPay telah sesuai dengan harapan saya	5	20	12	86	77	200	810
Y.2 Saya merasa puas menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran digital	6	13	25	80	76	200	807
Y.3 Saya memiliki pengalaman yang baik selama menggunakan GoPay	7	16	21	63	63	200	789
Y.4 Saya bersedia menggunakan GoPay secara berulang dalam aktivitas transaksi sehari-hari	13	17	23	91	56	200	760
Y.5 Saya memiliki pengalaman yang baik selama menggunakan GoPay	8	17	24	92	59	200	777
Rata-rata							**788,6**

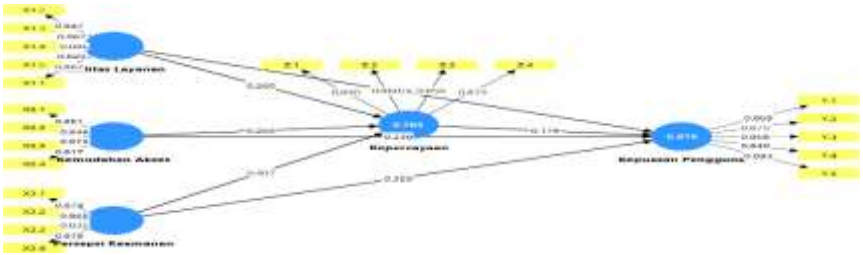
Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, Kepuasan Pengguna memperoleh rata-rata skor 788,6 dan termasuk kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada Y.1 sebesar 810 mengenai kesesuaian layanan dengan harapan, sedangkan nilai terendah terdapat pada Y.4 sebesar 760 mengenai kesediaan menggunakan GoPay secara berulang. Dengan demikian, responden secara umum merasa puas terhadap layanan GoPay. Namun, redaksi item Y.5 pada data kuesioner perlu diperiksa kembali karena masih menggunakan pernyataan yang sama dengan Y.3, sedangkan indikator operasionalnya adalah kesediaan merekomendasikan.

Analisis *Partial Least Square* (*PLS*)

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (*PLS-SEM*) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Evaluasi model terdiri atas *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk serta *inner model* untuk menguji hubungan antarvariabel.

Hasil *outer model* sebelum proses *bootstrapping* ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil *Outer Model*

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Hasil evaluasi validitas konvergen berdasarkan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	*Loading Factor*	AVE	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0,847	0,735	Valid
	X1.2	0,862		
	X1.3	0,886		
	X1.4	0,825		
	X1.5	0,847		
Kemudahan Akses	X2.1	0,851	0,717	Valid
	X2.2	0,846		
	X2.3	0,873		
	X2.4	0,817		
Persepsi Keamanan	X3.1	0,874	0,745	Valid
	X3.2	0,865		
	X3.3	0,835		
	X3.4	0,879		
Kepercayaan	Z.1	0,890	0,754	Valid
	Z.2	0,860		
	Z.3	0,850		
	Z.4	0,874		
Kepuasan Pengguna	Y.1	0,868	0,756	Valid
	Y.2	0,875		
	Y.3	0,869		
	Y.4	0,840		
	Y.5	0,893		

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dan nilai AVE setiap konstruk berada di atas 0,50. Dengan demikian, seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen.

Hasil uji validitas diskriminan berdasarkan *cross loading* disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Indikator	Kualitas Layanan	Kemudahan Akses	Persepsi Keamanan	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna
X1.1	0,867	0,750	0,715	0,719	0,752
X1.2	0,847	0,720	0,703	0,694	0,734
X1.3	0,862	0,752	0,747	0,723	0,769
X1.4	0,886	0,770	0,758	0,737	0,752
X1.5	0,825	0,726	0,740	0,700	0,757
X2.1	0,723	0,851	0,732	0,713	0,756
X2.2	0,757	0,846	0,733	0,705	0,730
X2.3	0,751	0,873	0,755	0,731	0,753
X2.4	0,708	0,817	0,718	0,692	0,763
X3.1	0,735	0,771	0,874	0,743	0,810
X3.2	0,777	0,759	0,865	0,756	0,810

X3.3	0,677	0,685	0,835	0,688	0,710
X3.4	0,760	0,776	0,879	0,762	0,779
Z.1	0,724	0,725	0,757	0,890	0,763
Z.2	0,748	0,745	0,739	0,860	0,770
Z.3	0,713	0,715	0,734	0,850	0,725
Z.4	0,710	0,729	0,741	0,874	0,746
Y.1	0,768	0,803	0,772	0,756	0,868
Y.2	0,770	0,765	0,770	0,754	0,875
Y.3	0,778	0,789	0,789	0,773	0,869
Y.4	0,708	0,724	0,767	0,704	0,840
Y.5	0,790	0,768	0,819	0,771	0,893

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Nilai *cross loading* masing-masing indikator menunjukkan nilai tertinggi pada konstruk yang diukurnya. Dengan demikian, seluruh indikator memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Selanjutnya, hasil pengujian reliabilitas konstruk ditampilkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Keterangan
Kualitas Layanan	0,910	0,910	0,933	Reliabel
Kemudahan Akses	0,868	0,869	0,910	Reliabel
Persepsi Keamanan	0,886	0,888	0,921	Reliabel
Kepercayaan	0,891	0,892	0,925	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,919	0,920	0,939	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Menurut Ghozali (2021), nilai tersebut menunjukkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Analisis *Inner Model*

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen dan besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen. Hasil nilai R-Square disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
Kepercayaan (Z)	0,783	0,780	Kuat
Kepuasan Pengguna (Y)	0,878	0,876	Kuat

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Nilai R-Square Kepercayaan sebesar 0,783 menunjukkan bahwa 78,3% variasi Kepercayaan dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, dan Persepsi Keamanan. Sementara itu, R-Square Kepuasan Pengguna sebesar 0,878 menunjukkan bahwa 87,8%

variasinya dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, Persepsi Keamanan, dan Kepercayaan. Berdasarkan kriteria Ghozali (2021), kedua nilai tersebut termasuk kategori kuat.

Besarnya kontribusi masing-masing variabel dalam model selanjutnya dianalisis melalui *effect size* (F^2) yang disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji *Effect Size* (F^2)

Variabel	Kepercayaan	Keterangan	Kepuasan Pengguna	Keterangan
Kualitas Layanan	0,064	Efek kecil	0,076	Efek kecil
Kemudahan Akses	0,059	Efek kecil	0,083	Efek kecil
Persepsi Keamanan	0,157	Efek sedang	0,184	Efek sedang
Kepercayaan	–	–	0,057	Efek kecil

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Hasil *effect size* menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan memiliki kontribusi paling besar terhadap Kepercayaan (0,157) dan Kepuasan Pengguna (0,184), keduanya termasuk efek sedang. Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses memiliki efek kecil terhadap Kepercayaan maupun Kepuasan Pengguna. Kepercayaan juga memiliki efek kecil terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai 0,057.

Nilai *predictive relevance* (Q^2) dihitung berdasarkan nilai R-Square variabel endogen. Hasil perhitungan diperoleh nilai Q^2 sebesar 0,974. Nilai tersebut lebih besar dari 0,35 sehingga menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang tinggi.

Kesesuaian model selanjutnya dievaluasi menggunakan SRMR dan NFI. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji *Goodness of Fit*

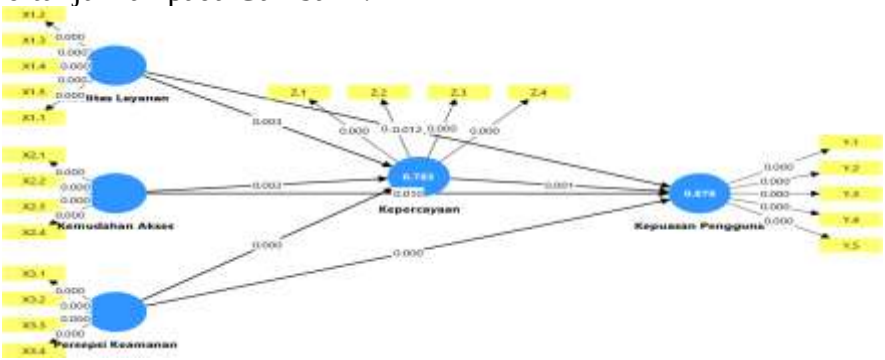
Indikator	Saturated Model	Estimated Model	Keterangan
SRMR	0,044	0,044	Kesesuaian baik
NFI	0,860	0,860	Kesesuaian tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Nilai SRMR sebesar 0,044 berada di bawah 0,10, sedangkan NFI sebesar 0,860 menunjukkan kesesuaian model yang baik. Dengan demikian, model penelitian dinilai memiliki tingkat kesesuaian yang memadai untuk pengujian hubungan antarvariabel.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS 4.0. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila T-statistics > 1,96 dan P-values < 0,05. Hasil *bootstrapping* ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil *Bootstrapping*

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Hasil pengujian pengaruh langsung disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji *Path Coefficient*

Hubungan	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Kualitas Layanan → Kepuasan Pengguna	0,219	3,521	0,012	Signifikan
Kemudahan Akses → Kepuasan Pengguna	0,238	2,588	0,010	Signifikan
Persepsi Keamanan → Kepuasan Pengguna	0,355	3,684	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan → Kepercayaan	0,260	3,040	0,003	Signifikan
Kemudahan Akses → Kepercayaan	0,260	3,183	0,002	Signifikan
Persepsi Keamanan → Kepercayaan	0,407	4,422	0,000	Signifikan
Kepercayaan → Kepuasan Pengguna	0,179	3,255	0,001	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Berdasarkan Tabel 12, seluruh hubungan langsung memiliki T-statistics > 1,96 dan P-values < 0,05 dengan arah koefisien positif. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (β=0,219; p=0,012) dan Kepercayaan (β=0,260; p=0,003). Kemudahan Akses juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (β=0,238; p=0,010) dan Kepercayaan (β=0,260; p=0,002). Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (β=0,355; p<0,001) serta Kepercayaan (β=0,407; p<0,001). Selain itu, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (β=0,179; p=0,001). Dengan demikian, H1 sampai H7 diterima.

Pengaruh tidak langsung melalui Kepercayaan diuji menggunakan *Specific Indirect Effect*. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji *Specific Indirect Effect*

Hubungan	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Kualitas Layanan → Kepercayaan → Kepuasan Pengguna	0,047	2,191	0,029	Signifikan
Kemudahan Akses → Kepercayaan → Kepuasan Pengguna	0,047	2,013	0,045	Signifikan
Persepsi Keamanan → Kepercayaan → Kepuasan Pengguna	0,073	2,882	0,004	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Tabel 13 menunjukkan bahwa seluruh pengaruh tidak langsung signifikan karena T-statistics > 1,96 dan P-values < 0,05. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan (β=0,047; p=0,029). Kemudahan Akses juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan (β=0,047; p=0,045). Demikian pula Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan (β=0,073; p=0,004). Dengan demikian, H8, H9, dan

H10 diterima, sehingga Kepercayaan terbukti memediasi pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, dan Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna.

Perbandingan besarnya pengaruh langsung berdasarkan nilai Original Sample disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Variabel yang Paling Berpengaruh

Hubungan	Original Sample (O)
Kualitas Layanan → Kepuasan Pengguna	0,219
Kemudahan Akses → Kepuasan Pengguna	0,238
Persepsi Keamanan → Kepuasan Pengguna	0,355
Kualitas Layanan → Kepercayaan	0,260
Kemudahan Akses → Kepercayaan	0,260
Persepsi Keamanan → Kepercayaan	0,407

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0, 2026.

Berdasarkan Tabel 14, Persepsi Keamanan merupakan variabel dengan pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai Original Sample sebesar 0,355. Persepsi Keamanan juga menjadi variabel dengan pengaruh terbesar terhadap Kepercayaan dengan nilai sebesar 0,407. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek keamanan merupakan faktor yang paling dominan dalam menjelaskan Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna GoPay pada penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, dan Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan. Kepercayaan selanjutnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna serta berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan ketiga variabel independen terhadap Kepuasan Pengguna.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,219, *T-statistics* sebesar 3,521, dan *P-value* sebesar 0,012. Dengan demikian, H1 diterima. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memperoleh nilai rata-rata 788,4 dan termasuk kategori Tinggi. Penilaian tertinggi terdapat pada kemampuan GoPay digunakan sesuai kebutuhan transaksi, sedangkan penilaian relatif lebih rendah terdapat pada kecepatan respons ketika terjadi kendala transaksi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula kepuasan terhadap GoPay. Kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan transaksi menjadi salah satu aspek yang mendukung penilaian positif pengguna. Hasil penelitian ini sejalan dengan Firdaus dan Setyarko (2025) yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GoPay.

Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa Kemudahan Akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,238, *T-statistics* sebesar 2,588, dan *P-value* sebesar 0,010, sehingga H2 diterima. Kemudahan Akses memperoleh nilai rata-rata 796,75 dan termasuk kategori Tinggi. Aspek yang memperoleh penilaian tertinggi

adalah kemudahan penggunaan GoPay dalam melakukan transaksi digital, sedangkan pemahaman terhadap fitur memperoleh penilaian relatif lebih rendah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan layanan menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan pengguna GoPay. Semakin mudah layanan digunakan dan dipahami, semakin positif pengalaman pengguna dalam melakukan transaksi digital. Temuan ini sejalan dengan Putri, Prasetyo, dan Ageng (2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna GoPay.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Persepsi Keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,355, *T-statistics* sebesar 3,684, dan *P-value* sebesar 0,000, sehingga H3 diterima. Nilai rata-rata Persepsi Keamanan sebesar 800,5 dan termasuk kategori Tinggi. Perlindungan informasi pribadi memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan kepercayaan terhadap sistem keamanan dalam menjaga transaksi memperoleh nilai relatif lebih rendah.

Temuan ini menunjukkan bahwa aspek keamanan menjadi pertimbangan penting dalam membentuk kepuasan pengguna GoPay. Perlindungan informasi pribadi dan keamanan transaksi dapat meningkatkan keyakinan pengguna dalam menggunakan layanan. Nilai *Original Sample* sebesar 0,355 juga menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan merupakan variabel dengan pengaruh langsung terbesar terhadap Kepuasan Pengguna dibandingkan Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan

Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,260, *T-statistics* sebesar 3,040, dan *P-value* sebesar 0,003, sehingga H4 diterima. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berada pada kategori Tinggi. Kemampuan GoPay dalam memenuhi kebutuhan transaksi memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan kecepatan respons ketika terjadi kendala memperoleh penilaian relatif lebih rendah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap GoPay. Ketika layanan mampu memenuhi kebutuhan transaksi dan memberikan pengalaman penggunaan yang baik, pengguna cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap layanan tersebut. Temuan ini mendukung penelitian Firdaus dan Setyarko (2025) mengenai pentingnya kualitas layanan dalam penilaian pengguna GoPay.

Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,260, *T-statistics* sebesar 3,183, dan *P-value* sebesar 0,002, sehingga H5 diterima. Nilai rata-rata Kemudahan Akses sebesar 796,75 dan termasuk kategori Tinggi. Kemudahan melakukan transaksi digital menjadi aspek yang memperoleh penilaian tertinggi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan GoPay dapat mendukung terbentuknya kepercayaan pengguna. Layanan yang mudah digunakan memberikan pengalaman yang lebih sederhana sehingga pengguna merasa lebih yakin dalam melakukan transaksi. Hasil ini sejalan dengan Rahmawati dan Anwar (2023) yang menunjukkan adanya hubungan antara *perceived convenience* dan kepercayaan dalam penggunaan *electronic money*.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Kepercayaan

Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,407, *T-statistics* sebesar 4,422, dan *P-value* sebesar 0,000,

sehingga H6 diterima. Nilai rata-rata Persepsi Keamanan sebesar 800,5 dan termasuk kategori Tinggi. Perlindungan informasi pribadi menjadi aspek dengan penilaian tertinggi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan pengguna GoPay. Pengguna yang merasa informasi pribadi dan transaksi terlindungi cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap layanan. Nilai *Original Sample* sebesar 0,407 juga merupakan yang terbesar dibandingkan Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses, sehingga Persepsi Keamanan menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,179, *T-statistics* sebesar 3,255, dan *P-value* sebesar 0,001, sehingga H7 diterima. Kepercayaan memperoleh nilai rata-rata 773,5 dan termasuk kategori Tinggi. Aspek kepercayaan terhadap konsistensi layanan memperoleh penilaian tertinggi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap GoPay, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Kepercayaan terhadap kemampuan sistem, kejujuran informasi, konsistensi layanan, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi menjadi bagian yang mendukung kepuasan pengguna. Temuan ini sejalan dengan Syahidah dan Aransyah (2023) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *e-wallet*.

Pengaruh Tidak Langsung Melalui Kepercayaan

Hasil *Specific Indirect Effect* menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,047, *T-statistics* sebesar 2,191, dan *P-value* sebesar 0,029. Kemudahan Akses juga berpengaruh positif dan signifikan melalui Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,047, *T-statistics* sebesar 2,013, dan *P-value* sebesar 0,045. Dengan demikian, H8 dan H9 diterima.

Selanjutnya, Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,073, *T-statistics* sebesar 2,882, dan *P-value* sebesar 0,004, sehingga H10 diterima. Nilai pengaruh tidak langsung tersebut merupakan yang terbesar dibandingkan Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses. Temuan ini menunjukkan bahwa Kepercayaan mampu menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan, kemudahan akses, dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna. Hasil tersebut sejalan dengan Rahmawati dan Anwar (2023) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan dapat memediasi hubungan *perceived convenience* dengan minat penggunaan kembali *electronic money*.

Variabel yang Paling Berpengaruh

Berdasarkan hasil *path coefficient*, Persepsi Keamanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,355, lebih besar dibandingkan Kualitas Layanan sebesar 0,219 dan Kemudahan Akses sebesar 0,238. Persepsi Keamanan juga menjadi variabel paling berpengaruh terhadap Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,407, sedangkan Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses masing-masing sebesar 0,260.

Hasil tersebut diperkuat oleh nilai *F Square*, yaitu Persepsi Keamanan sebesar 0,157 terhadap Kepercayaan dan 0,184 terhadap Kepuasan Pengguna. Dengan demikian, Persepsi

Keamanan menjadi faktor yang paling dominan dalam model penelitian, baik dalam membentuk Kepercayaan maupun Kepuasan Pengguna GoPay di Kota Depok.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, dan Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *e-wallet* GoPay di Kota Depok. Ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan, sedangkan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Selain itu, Kepercayaan terbukti berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan Kualitas Layanan, Kemudahan Akses, dan Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna.

Dari ketiga variabel independen, Persepsi Keamanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,355, serta paling berpengaruh terhadap Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,407. Persepsi Keamanan juga memiliki pengaruh tidak langsung terbesar terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,073, dibandingkan Kualitas Layanan dan Kemudahan Akses yang masing-masing sebesar 0,047. Dengan demikian, aspek keamanan menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna GoPay di Kota Depok.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada dosen pembimbing, responden pengguna *e-wallet* GoPay di Kota Depok, serta pihak-pihak lain yang telah membantu dalam pengumpulan data dan penyelesaian penelitian ini. Dukungan dan kontribusi yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Audun, J. (2007). *Sumber mengenai indikator persepsi keamanan.*

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Firdaus, Y., & Setyarko, Y. (2025). Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dompet digital GoPay: Studi pada mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi, 3*(1), 210–224. https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i1.3035

Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9 untuk penelitian empiris* (Edisi ke-3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.

Katadata Databoks. (2024). *Data penggunaan e-wallet di Indonesia*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kusmawati, et al. (2026). *Kepercayaan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan keputusan penggunaan e-wallet*.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review, 20*(3), 709–734.

Populix. (2024). *Data survei penggunaan e-wallet di Indonesia*.

Putri, I. G. A. D. N., Prasetyo, A., & Ageng, A. (2024). *Pengaruh keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna GoPay*.

Rahmawati, P., & Anwar, M. (2023). Trust mediates the effect of perceived benefits and perceived convenience on the interest in reusing electronic money. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 2*(3), 855–870. https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4889

Suarantalla, Supanto, & Arifin. (2025). *E-service quality terhadap kepuasan melalui kepercayaan sebagai mediator*.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna dompet digital DANA melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 12*(1), 36–44. https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Andi Offset.