



Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Wallet Dana

The Effect of User Experience, Security, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Dana E-Wallet

Fira Aziza Simanjuntak¹, Jullimursyida², Naufal Bachri³, M. Subhan⁴

Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email : fira.210410302@mhs.unimal.ac.id¹, jullimursyidai@unimal.ac.id², naufal@unimal.ac.id³, m.subhan@unimal.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received : 17-04-2026

Revised : 19-04-2026

Accepted : 21-04-2026

Published : 23-04-2026

Abstract

This study aims to analyze the effect of user experience, security, and customer satisfaction on customer loyalty toward the DANA e-wallet. The background of this research is driven by the increasing use of the DANA e-wallet service in Indonesia, which requires service providers to improve the quality of user experience and security systems in order to create customer loyalty. The method used in this study is a quantitative approach employing multiple linear regression analysis using SPSS. Data were collected through online questionnaires distributed to 173 respondents who are active students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University and users of the DANA e-wallet. The results indicate that user experience has a positive and significant effect on customer loyalty ($t = 3.301$; $sig. = 0.001$), security has a positive and significant effect on customer loyalty ($t = 2.332$; $sig. = 0.021$), and customer satisfaction also has a positive and significant effect on customer loyalty ($t = 7.165$; $sig. = 0.000$) toward the DANA e-wallet. The coefficient of determination (Adjusted R^2) is 0.643, indicating that 64.3% of variation in customer loyalty is explained by the three variables. These findings suggest that better user experience, higher perceived security, and greater customer satisfaction lead to stronger customer loyalty toward DANA.

Keywords: Customer Loyalty, User Experience, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna, keamanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-wallet* DANA. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan layanan *e-wallet* DANA di Indonesia, yang menuntut penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dan sistem keamanan guna menciptakan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 173 responden yang merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh pengguna *e-wallet* DANA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 3,301$; $sig. = 0,001$), keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 2,332$; $sig. = 0,021$), dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 7,165$; $sig. = 0,000$) pada *e-wallet* DANA. Koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,643 mengindikasikan bahwa 64,3% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengalaman pengguna, semakin tinggi keamanan yang dirasakan, dan semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap setia menggunakan DANA.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Pelanggan.



PENDAHULUAN

Teknologi digital mengalami kemajuan yang pesat di Indonesia, berkontribusi dalam mempermudah berbagai aktivitas manusia. Salah satu contohnya adalah transaksi keuangan yang kini telah berubah menjadi digital berkat inovasi teknologi keuangan yang disebut *fintech*. Fintech merupakan gabungan antara teknologi dan layanan keuangan yang menggeser proses transaksi tradisional menjadi lebih efisien secara digital (Diva et al., 2024). Saat ini, salah satu jenis fintech yang paling banyak digunakan adalah layanan pembayaran digital, termasuk dompet digital atau *e-wallet* (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021).

Menurut survei Indonesia Fintech Trends 2024 yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (JakPat), 96% responden menyatakan telah memiliki atau menggunakan *e-wallet*. Di antara berbagai penyedia layanan *e-wallet* di Indonesia, DANA merupakan salah satu yang paling populer. DANA didirikan oleh Vincent Iswara dan mulai beroperasi pada 5 November 2018, dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. DANA berhasil menduduki peringkat pertama dalam *Top Publisher Awards 2024* pada kategori *Top Indonesia HQ'd Apps* berdasarkan *Mobile Performance Score* genre keuangan, dengan jumlah pengguna mencapai 170 juta pada tahun 2023.

Penggunaan *e-wallet* sangat populer di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa yang memiliki gaya hidup modern dan *cashless* (Nawawi, 2020). Pra-survei yang dilakukan penulis pada 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menunjukkan bahwa 98% menggunakan *e-wallet* dan 86% di antaranya menggunakan DANA. Sebanyak 67% mahasiswa telah menggunakan DANA lebih dari satu tahun, mengindikasikan adanya loyalitas pengguna yang cukup tinggi.

Loyalitas pelanggan merupakan variabel penting karena tidak hanya mencerminkan kepuasan pengguna saat ini, tetapi juga komitmen mereka untuk terus menggunakan aplikasi di masa mendatang dan merekomendasikannya kepada orang lain (Lestari et al., 2024). Pengalaman pengguna (*user experience*) adalah faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena mencakup bagaimana seseorang merasa saat menggunakan produk, mulai dari kemudahan hingga kepuasan (Singh et al., 2019 dalam Widjieanto, 2020). Keamanan juga menjadi aspek penting, di mana aspek ini memiliki peranan krusial dalam membangun loyalitas dengan memberikan pelanggan rasa aman saat menggunakan produk atau layanan (Tjiptono, 2020 dalam Ramadhan & Sukati, 2024). Selain itu, kepuasan pelanggan yang tercapai akan mendorong terbentuknya loyalitas konsumen (Kartini et al., 2021).

Terdapat inkonsistensi dalam hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut. Chandra et al. (2023) menemukan pengalaman pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas, namun Hanif (2022) menyatakan sebaliknya. Septiani & Alam (2024) menemukan keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, namun Lestari et al. (2024) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan. Ajina et al. (2023) menemukan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, namun Lamawati et al. (2024) menyatakan kepuasan tidak berpengaruh. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman pengguna, keamanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-wallet* DANA di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang menggunakan *e-wallet* DANA lebih dari 6 bulan. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang berjumlah 2.809 mahasiswa dari lima program studi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling*. Penentuan ukuran sampel berdasarkan rumus Hair et al. (2019), yaitu (jumlah indikator + jumlah variabel laten). Setelah penyebaran kuesioner, diperoleh 173 responden yang memenuhi kriteria.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner dengan menggunakan skala Likert dari 1-5. Data Sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, dan website resmi yang mendukung topik penelitian.

Tabel 1. Instrumen Skala Likert

No	Skala	Kode Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Definisi Operasional Variabel

Setiap variable dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *indicator-indicator* spesifik sebagai berikut :

1. Loyalitas Pelanggan : Penggunaan ulang (Repeat Usage), Kesetiaan terhadap merek, Rekomendasi kepada orang lain (Word of Mouth).
2. Pengalaman Pengguna : Kemudahan penggunaan (Ease of Use) Kecepatan akses (Efficiency), Kejelasan fitur (Clarity of Features).;
3. Keamanan : Perlindungan data pribadi, Keamanan transaksi, Sistem autentikasi.
4. Kepuasan Pelanggan : Kesesuaian harapan, Kepuasan terhadap layanan, Pengalaman penggunaan.

Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas, dilakukan dalam menilai jarak kualitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan sah. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan yang dibuat di dalamnya mampu secara tepat mengukur variabel yang ingin diteliti.



Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Indikator Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
1	Loyalitas Pelanggan (Y)			
	1. Pernyataan 1	0,889	0,1493	Valid
	2. Pernyataan 2	0,899	0,1493	Valid
	3. Pernyataan 3	0,881	0,1493	Valid
2	Pengalaman Pengguna (X1)		0,1493	
	1. Pernyataan 1	0,874	0,1493	Valid
	2. Pernyataan 2	0,875	0,1493	Valid
	3. Pernyataan 3	0,841	0,1493	Valid
3	Keamanan (X2)		0,1493	
	1. Pernyataan 1	0,739	0,1493	Valid
	2. Pernyataan 2	0,800	0,1493	Valid
	3. Pernyataan 3	0,702	0,1493	Valid
	4. Pernyataan 4	0,705	0,1493	Valid
	5. Pernyataan 5	0,715	0,1493	Valid
4	Kepuasan Pelanggan (X3)		0,1493	
	1. Pernyataan 1	0,906	0,1493	Valid
	2. Pernyataan 2	0,903	0,1493	Valid
	3. Pernyataan 3	0,910	0,1493	Valid

Sumber ; Data primer yang diolah, 2025

- Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Hasilnya menunjukkan bahwa semua instrument penelitian reliable, karena nilai *Cronbach Alpha* masing masing variable melebihi ambang batas minimum 0,60. Hal ini mengindikasi bahwa item item yang digunakan dalam kuisisioner konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur variable variable yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Standar Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,829	0,60	Reliable
Pengalaman Pengguna	0,782	0,60	Reliable
Keamanan	0,892	0,60	Reliable
Loyalitas Pelanggan	0,868	0,60	Reliable

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas : Grafik histogram dan P – Pplot menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.
- Uji Multikolinieritas : Hasil Menunjukkan bahwa tidak terjadi indikasi multikolinieritas diantara variable variable independent.



3. Uji Heteroskedastisitas : Grafik Scatterplot tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan: $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, di mana Y = loyalitas pelanggan, X_1 = pengalaman pengguna, X_2 = keamanan, X_3 = kepuasan pelanggan, α = konstanta, b = koefisien regresi, dan e = error. Pengujian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas), analisis koefisien determinasi (R^2), dan uji t parsial dengan $\alpha = 5\%$. Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pengguna memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,301 > t$ tabel $1,974$, sehingga H_1 diterima. Pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-wallet* DANA.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Chandra et al. (2023) yang menemukan pengalaman pengguna (*user experience*) memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas pelanggan. Demikian pula penelitian Samara & Susanti (2023) dan Widjianto (2020) yang juga menunjukkan pengaruh signifikan antara pengalaman pengguna dan loyalitas. Pengalaman pengguna yang baik mencakup kemudahan penggunaan layanan digital, akses yang cepat, tampilan yang menarik, dan pelayanan yang responsif. Ketika pelanggan merasa bahwa aplikasi dibuat dengan memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan mereka, maka akan muncul keterikatan emosional yang mendorong loyalitas (Azhara & Rozza, 2024).

Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel Keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,332 > t$ tabel $1,974$, sehingga H_2 diterima. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-wallet* DANA.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Septiani & Alam (2024) dan Wahyuningsih & Nirawati (2022) yang menunjukkan keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Ketika pengguna merasa transaksi yang mereka lakukan aman dan informasi pribadi mereka terlindungi, mereka cenderung lebih percaya dan terus menggunakan layanan tersebut secara berulang. Karena *e-wallet* merupakan layanan keuangan digital dengan risiko seperti kebocoran data dan penipuan *online*, kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan menjadi sangat determinan dalam mempertahankan loyalitas (Lubis & Sitorus, 2023).

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $7,165 > t$ tabel $1,974$, sehingga H_3 diterima. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *e-wallet* DANA. Kepuasan pelanggan merupakan variabel dengan pengaruh paling dominan di antara ketiga variabel independen ($\beta = 0,455$).



Hasil ini didukung oleh penelitian Ajina et al. (2023), Cuhanazriansyah et al. (2021), dan Sukirman et al. (2024) yang menyebutkan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan terhadap suatu layanan, maka semakin besar pula kecenderungan pelanggan untuk melakukan penggunaan ulang. Perusahaan yang ingin mempertahankan pelanggannya harus terus berupaya memberikan layanan dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, karena hal ini akan mendorong terbentuknya loyalitas yang berkelanjutan (Sudirman et al., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan terhadap 173 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh sebagai pengguna *e-wallet* DANA, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Pertama, pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 3,301$; $sig. = 0,001$). Pengalaman pengguna yang baik dan memuaskan mampu meningkatkan loyalitas, karena pengguna merasa nyaman dan mudah dalam mengoperasikan aplikasi sehingga cenderung tetap menggunakan dan merekomendasikan DANA. Kedua, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 2,332$; $sig. = 0,021$). Rasa aman dan perlindungan yang dirasakan pelanggan dalam bertransaksi melalui DANA sangat penting dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas. Ketiga, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t = 7,165$; $sig. = 0,000$) dan merupakan variabel yang paling dominan. Ketika pengguna merasa layanan memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka lebih cenderung untuk terus menggunakan dan merekomendasikan DANA. Secara bersama-sama, ketiga variabel mampu menjelaskan 64,3% variasi loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu: (1) sampel terbatas pada mahasiswa FEB Universitas Malikussaleh sehingga belum dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas; (2) variabel yang diteliti belum mencakup faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas seperti kepercayaan, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan; serta (3) data dikumpulkan pada satu periode tertentu. Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih beragam dan mengkaji variabel tambahan seperti kepercayaan, kualitas layanan, atau promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, N. I., Wardana, A. A., & Puspawati, D. (2022). Faktor Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Area Solo Raya.
- Adestyan, F. M., & Rapida, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna BSI Net Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.32627/maps.v6i1.586>
- Ajina, A. S., Joudeh, J. M. M., Ali, N. N., Zamil, A. M., & Hashem, T. N. (2023). The effect of mobile-wallet service dimensions on customer satisfaction and loyalty: An empirical study. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2229544. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229544>
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, 25(3), 446-461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>



- Azhara, R. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile.
- Badriyah, N., Wibowo, E., & Sumaryanto, S. (2020). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dengan Kekuatan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Probank*, 5(2), 227–240. <https://doi.org/10.36587/Probank.V5i2.728>
- Chandra, A., dkk. (2023). Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Gopay dengan Trust Sebagai Variable Intervening. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 346-352. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1042>
- Cuhanazriansyah, M. R., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DANA pada masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(2), 311–319. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i2.35853>
- Damayanti, S. L., Yani, Y., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.3988>
- Dana.id. (2024). Duduki Peringkat #1, DANA Jadi Aplikasi Keuangan Indonesia Berperforma Terbaik. Diakses dari <https://www.dana.id/corporate/newsroom/duduki-peringkat-1-dana-jadi-aplikasi-keuangan-indonesia-berperforma-terbaik>
- Diva, M., Anshori, M. I., & Madura, U. T. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review.
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (Eighth edition)*. Cengage.
- Hanif, R. (2019). Menentukan Loyalitas Pengguna Shoopay Berdasarkan User Experience Dan Kepercayaan Pelanggan.
- Hutami, L. T. H., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada.
- Kartika, M. A. C., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Data, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *Journal of Management and Social Sciences*, 1(3), 37–53. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.155>
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i1.423>



- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di Indonesia berdasarkan Google Trends Analytics.
- Lamawati, Y., Nada, Z. Q., & Hidayat, S. (2024). Analisis Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Dompot Digital Dana. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 296–304. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i2.1288>
- Leonard, V. R., Zaman, B., & Bahri, S. (2022). Perancangan Ulang UI/UX Pada Website Lelangyuk Menggunakan Pendekatan User Centered Design. *JTRISTE*, 9(1), 31–45.
- Lestari, N. P., Lenny, A., & Mandagie, Y. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Dana Di Jurusan Manajemen UNSRAT Angkatan 2023.
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective. *2nd International Conference on Science and Technology Computer*, 1-6.
- Muhasim, D. A., Tan, S. Y., Hassan, M. A., Pavel, M. I., & Susmit, S. (2022). Customer Satisfaction with Digital Wallet Services: An Analysis of Security Factors. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(1). <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0130124>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Pratama, A. F., & Purnomo, D. (2023). Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 450–455. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.734>
- Rachmawati, I., & Mohaidin, Z. (2019). Understanding User Experience, Satisfaction, And Loyalty of Telecommunication Service Providers in Indonesia. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.36>
- Ramadhan, D., & Sukati, I. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Kota Batam.
- Ratri, S. K., Hanggara, B. T., & Mursityo, Y. T. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna (User Experience) pada Website E-commerce di Indonesia menggunakan Metode Scenario Testing dan SUPR-Q.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>



Saragih, R. B. (2025). Mediasi User Experience Pada E-Service Quality, User Interface, Dan On Time Delivery Terhadap Loyalitas Pelanggan Lazada Kota Medan.