

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

E-wallet atau dompet digital merupakan salah satu inovasi dalam sistem pembayaran elektronik yang memanfaatkan teknologi internet dan perangkat mobile. *E-wallet* memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital, melakukan pembayaran, transfer dana, serta berbagai transaksi finansial lainnya secara praktis dan efisien. Seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi di masyarakat, penggunaan *e-wallet* semakin meluas di Indonesia dan menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan, baik untuk transaksi online maupun offline.

E-wallet menawarkan berbagai kemudahan bagi penggunanya, seperti kecepatan dalam proses transaksi, kenyamanan dalam penggunaan aplikasi, serta fleksibilitas dalam mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Kemudahan penggunaan ini menjadi salah satu faktor penting yang mendorong adopsi *e-wallet* di kalangan masyarakat. Selain itu, aspek keamanan juga menjadi perhatian utama, mengingat *e-wallet* menyimpan data pribadi dan finansial pengguna. Oleh karena itu, penyedia layanan *e-wallet* terus meningkatkan sistem keamanan mereka guna melindungi pengguna dari potensi penyalahgunaan dan risiko kejahatan siber.

Pengguna *e-wallet* memiliki berbagai pilihan layanan dari berbagai penyedia seperti GoPay, OVO, Dana, LinkAja, dan lainnya. Masing-masing

e-wallet menawarkan fitur yang berbeda namun umumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan solusi pembayaran digital yang mudah, aman, dan efisien. Kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap layanan *e-wallet* akan mempengaruhi loyalitas mereka dalam menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Konsep dompet digital atau *e-wallet* pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 1990-an bersamaan dengan perkembangan teknologi internet dan perangkat lunak keuangan. Namun, adopsi secara luas baru terjadi pada awal 2000-an ketika semakin banyak perusahaan teknologi mulai mengembangkan solusi pembayaran digital yang terintegrasi dengan perangkat seluler. Di Indonesia, perkembangan *e-wallet* mulai menunjukkan peningkatan signifikan sejak munculnya layanan pembayaran digital seperti T-Cash (yang kini menjadi LinkAja) dan layanan sejenis lainnya.

Pertumbuhan industri *e-wallet* di Indonesia mengalami lonjakan pesat sejak tahun 2016, seiring dengan hadirnya platform seperti GoPay, OVO, Dana, dan LinkAja yang berhasil menarik perhatian masyarakat dengan berbagai promosi, kemudahan akses, dan integrasi layanan. Perkembangan ini juga didukung oleh pemerintah Indonesia melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan regulasi dari Bank Indonesia yang memberikan dasar hukum serta mendorong pertumbuhan industri keuangan digital secara sehat dan aman.

Seiring berjalananya waktu, *e-wallet* tidak hanya digunakan untuk transaksi pembayaran semata, tetapi juga meluas ke berbagai fitur tambahan seperti pembayaran tagihan, top up saldo, investasi mikro, dan pembelian produk digital lainnya. Inovasi ini memungkinkan *e-wallet* menjadi bagian dari gaya hidup digital masyarakat modern, khususnya di kalangan generasi muda dan pengguna aktif teknologi.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna *e-wallet* dan nilai transaksi digital di Indonesia, perusahaan penyedia layanan *e-wallet* terus berinovasi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Upaya ini mencakup pengembangan antarmuka aplikasi yang lebih ramah pengguna, peningkatan sistem keamanan, serta pelayanan pelanggan yang lebih responsif. Kemudahan penggunaan dan rasa aman yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan *e-wallet*.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* di Indonesia tanpa ada batasan wilayah tertentu. Berdasarkan pengukuran sampel responden, diketahui bahwa jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 140 responden. Hasil dari penyebaran kuesioner, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 168 responden. Peneliti memutuskan untuk menggunakan seluruh 168 responden ini untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian serta untuk memperkaya analisis data.

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, usia, menggunakan lebih dari satu *e-wallet*, jenis *e-wallet* yang digunakan dalam sehari hari, bertransaksi menggunakan *e-wallet* dalam tiga bulan terakhir. Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing karakteristik responden yang terlibat akan diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Keterangan	Total	Percentase
Jumlah Sampel	168	100%
Jenis Kelamin		
- Laki- Laki	81	48,2%
- Perempuan	87	51,8%
Usia		
- 17 tahun	9	5,4%
- 18 - 20 tahun	40	23,8%
- 21 - 25 tahun	105	62,5%
- > 25 tahun	14	8,3%
Pekerjaan		
- Pelajar/Mahasiswa	96	57,1%
- Wiraswasta	10	6%
- Pegawai Swasta	35	20,8%
- PNS	11	6,5%
- Lain - lain	16	9,5%
Penghasilan Per Bulan		
- <1.000.000	39	23,2%
- 1.000.000-2.500.000	60	35,7%
- > 2.500.000- 5.000.000	39	23,2%
- > 5.000.000	30	17,9%
Sumber Penghasilan		
- Gaji pekerjaan tetap	54	32,1%
- Usaha pribadi	21	12,5%
- Pekerjaan paruh waktu	20	11,9%
- Orangtua	45	26,8%
- Beasiswa	14	8,3%
- Investasi	2	1,2%
- Lain - lain	12	7,1%

Mempunyai lebih dari satu <i>e-wallet</i> - Ya - Tidak	168 0	100% 0%
Pernah Bertransaksi menggunakan <i>E-wallet</i> dalam Tiga Bulan Terakhir - Ya - Tidak	168 0	100% 0%
Jenis <i>E-wallet</i> yang Digunakan - Dana - Ovo - Gopay - Shopeepay - LinkAja - Lain-lain	129 46 89 118 22 5	76,8% 27,4% 53% 70,2% 13,1% 3%

Sumber: Hasil olah data 2025

Berdasarkan data yang diperoleh dari 168 responden pengguna *e-wallet*.

Jika dilihat dari jenis kelamin, pengguna *e-wallet* didominasi oleh perempuan sebanyak 51,8%, sedangkan laki-laki sebanyak 48,2%, menunjukkan distribusi yang cukup seimbang antara keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital telah diterima secara merata oleh kedua jenis kelamin, tanpa adanya kesenjangan gender yang signifikan dalam penggunaan *e-wallet*.

Jika dilihat dari usia, mayoritas pengguna *e-wallet* berada pada rentang 21-25 tahun yang mencapai 62,5%, diikuti kelompok usia 18-20 tahun sebesar 23,8%, kemudian kelompok usia di atas 25 tahun sebanyak 8,3%, dan kelompok usia 17 tahun sebesar 5,4%. mengindikasikan bahwa

generasi muda, terutama mahasiswa dan fresh graduate, menjadi adopter utama teknologi finansial digital. Rendahnya persentase pengguna di atas 25 tahun (8,3%) menunjukkan masih adanya potensi pengembangan pasar pada segmen usia yang lebih dewasa.

Dari segi pekerjaan, sebagian besar pengguna *e-wallet* adalah pelajar/mahasiswa yang mencapai 57,1%, diikuti oleh pegawai swasta sebanyak 20,8%, kategori lain-lain sebesar 9,5%, PNS sebanyak 6,5%, dan wiraswasta sebesar 6%. Data ini menunjukkan bahwa kalangan akademisi menjadi pengguna terbesar layanan *e-wallet*.

Terkait dengan penghasilan per bulan, Mayoritas pengguna *e-wallet* berada pada kategori penghasilan menengah ke bawah dengan 58,9% memiliki penghasilan di bawah Rp2.500.000. Hal ini sesuai dengan profil pelajar/mahasiswa yang mendominasi pengguna. Menariknya, terdapat 17,9% pengguna berpenghasilan di atas Rp5.000.000, menunjukkan bahwa *e-wallet* juga diminati oleh kelompok berpenghasilan tinggi meskipun dalam proporsi yang lebih kecil.

Pengguna *e-wallet* mengandalkan beragam sumber penghasilan dengan gaji pekerjaan tetap (32,1%) dan dukungan orangtua (26,8%) menjadi dua sumber utama. Hal ini konsisten dengan profesi pengguna yang didominasi mahasiswa dan pegawai. Adanya sumber penghasilan dari usaha pribadi (12,5%) dan pekerjaan paruh waktu (11,9%) menunjukkan kemampuan adaptasi *e-wallet* untuk berbagai aliran pendapatan.

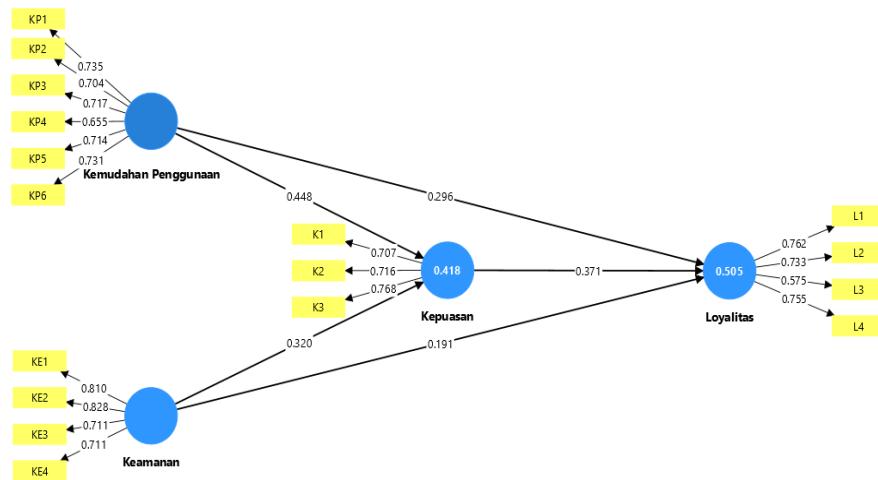
Berdasarkan data mengenai penggunaan layanan *e-wallet* dalam tiga bulan terakhir, terlihat bahwa 100% responden menyatakan pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* dalam tiga bulan terakhir. Hal ini menunjukkan tingkat aktivitas penggunaan *e-wallet* yang sangat tinggi dan konsisten di kalangan responden. Angka 100% ini mengindikasikan bahwa *e-wallet* telah menjadi alat pembayaran yang tidak hanya dimiliki, tetapi juga digunakan secara aktif dan rutin oleh seluruh responden dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dari sisi preferensi *e-wallet*, Dana menjadi yang paling banyak digunakan oleh 76,8% responden, diikuti oleh ShopeePay sebesar 70,2%, GoPay sebesar 53%, OVO sebesar 27,4%, LinkAja sebesar 13,1%, dan *e-wallet* lainnya sebesar 3%. Tingginya persentase penggunaan yang melebihi 100% secara total menegaskan bahwa pengguna cenderung memiliki dan aktif menggunakan lebih dari satu aplikasi *e-wallet*. Hal ini menunjukkan persaingan yang ketat antar penyedia layanan *e-wallet* dan strategi pengguna untuk memaksimalkan manfaat dari masing-masing platform.

C. Hasil Analisis Data

1. Evaluasi Measurement Model (*Outer Model*)

Pada analisis *outer model* akan dilakukan beberapa tahapan analisis menggunakan *software* SmartPLS melalui beberapa tahapan yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas.



Gambar 4. 1 Konstruk Penelitian Sebelum Eliminasi

Setelah dilakukan pengujian *outer model* menggunakan menu PLS

Algorithm maka dapat diketahui bahwa:

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen pada model ini diuji dengan melihat korelasi antara skor item atau skor komponen dengan konstruk yang diukur. Nilai *loading factor* yang menunjukkan validitas konvergen yang memadai adalah lebih dari 0,70.

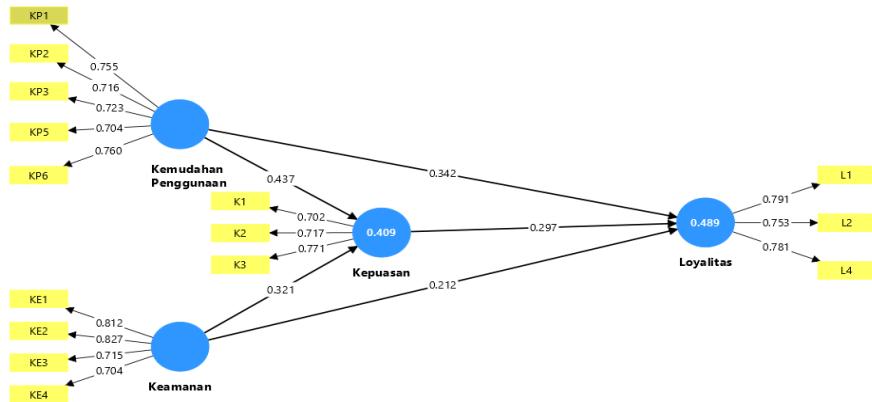
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen Sebelum Eliminasi

Konstruk	Item	<i>Outer Loading</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kepuasan (K)	K1	0.707	0.774	0.534
	K2	0.716		
	K3	0.768		
Keamanan (KE)	KE1	0.810	0.850	0.588
	KE2	0.828		
	KE3	0.711		
	KE4	0.711		
Kemudahan Penggunaan (KP)	KP1	0.735	0.859	0.504
	KP2	0.704		
	KP3	0.717		
	KP4	0.655		
	KP5	0.714		
	KP6	0.731		
Loyalitas Pengguna (L)	L1	0.762	0.801	0.505
	L2	0.733		
	L3	0.575		
	L4	0.755		

Sumber : Hasil olah data, 2025

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS pada Tabel 4.2, beberapa item menunjukkan *outer loading* di bawah 0,70, yang mengindikasikan validitas konvergen yang tidak memadai dan perlu dieliminasi. Pada konstruk kemudahan penggunaan item KP4 akan dieleminasi karena nilainya di bawah 0,70. Pada konstruk loyalitas pengguna item L3 juga akan dieleminasi. Sementara itu, konstruk kepuasan dan keamanan menunjukkan validitas konvergen yang memadai dengan semua item memiliki *outer loading* di atas 0,70. Eliminasi item-item tersebut diharapkan dapat meningkatkan validitas konvergen dari model yang digunakan.

Sehingga, struktur konstruk variabel akan berubah seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4. 2 Konstruk Penelitian Setelah Eliminasi

Berikut adalah tabel hasil *outer loading* setelah dilakukan eliminasi dan analisis ulang:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Konvergen Setelah Eliminasi

Konstruk	Item	Outer Loading	Composite Reliability	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan (K)	K1	0.702	0.774	0.534
	K2	0.717		
	K3	0.771		
Keamanan (KE)	KE1	0.812	0.850	0.588
	KE2	0.827		
	KE3	0.715		
	KE4	0.704		
Kemudahan Penggunaan (KP)	KP1	0.755	0.859	0.504
	KP2	0.716		
	KP3	0.723		
	KP5	0.704		
	KP6	0.760		
Loyalitas Pengguna (L)	L1	0.791	0.801	0.505
	L2	0.753		
	L4	0.781		

Sumber: Hasil olah data, 2025

Setelah eliminasi item-item yang tidak memenuhi kriteria validitas konvergen dan dilakukan analisis ulang, hasil *outer loading* menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada konstruk kemudahan penggunaan, semua item memiliki *outer loading* di atas 0,70, menunjukkan validitas konvergen yang kuat. Konstruk keamanan, kepuasan, dan loyalitas pengguna juga menunjukkan hasil yang baik dengan semua item memenuhi kriteria validitas konvergen.

Selain itu, nilai *Average variance extracted* (AVE) antara 0.504 hingga 0.588 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk memang benar-benar mengukur konstruk tersebut secara konsisten meskipun beberapa konstruk mungkin perlu ditingkatkan kualitas indikatornya untuk memperkuat hasil.

b. Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Kemudahan Penggunaan (KP)	Keamanan (KE)	Kepuasan (K)	Loyalitas Pengguna (L)
KP1	0.755	0.404	0.517	0.496
KP2	0.716	0.283	0.332	0.429
KP3	0.723	0.252	0.341	0.416
KP5	0.704	0.288	0.511	0.432
KP6	0.760	0.244	0.319	0.395
KE1	0.418	0.812	0.344	0.450
KE2	0.257	0.827	0.316	0.417
KE3	0.412	0.715	0.517	0.339
KE4	0.135	0.704	0.332	0.309
K1	0.366	0.397	0.702	0.412
K2	0.529	0.290	0.717	0.439
K3	0.343	0.416	0.771	0.458
L1	0.531	0.531	0.493	0.791

L2	0.445	0.445	0.389	0.753
L4	0.410	0.410	0.500	0.781

Sumber: Hasil olah data, 2025

Berdasarkan hasil analisis data uji validitas diskriminan, dapat dilihat pada tabel 4.4 bahwa setiap variabel memiliki nilai *loading factor* yang lebih tinggi pada indikatornya sendiri dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel mampu menjelaskan indikatornya sendiri dengan baik dan memiliki diskriminasi yang baik terhadap variabel lainnya.

Misalnya, untuk variabel kemudahan penggunaan, nilai *loading faktor* tertinggi terdapat pada indikatornya sendiri ($KP1= 0,755$, $KP2= 0,716$, $KP3= 0,723$, $KP5= 0,704$ dan $KP6= 0,760$) dibandingkan dengan indikator variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki validitas diskriminan yang baik. Demikian juga untuk variabel lainnya seperti keamanan (KE), kepuasan (K) dan loyalitas pengguna (L) masing-masing memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada indikatornya sendiri. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik.

c. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Composite reliability</i>	AVE	Keterangan
Keamanan	0.850	0.588	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0.852	0.536	Reliabel
Kepuasan	0.774	0.534	Reliabel
Loyalitas	0.819	0.601	Reliabel

Sumber: Hasil olah data 2025

Data hasil uji reliabilitas dalam tabel 4.6 menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, yang ditandai dengan nilai *composite reliability* yang signifikan, berkisar antara 0,774 hingga 0,852. Ini menegaskan bahwa konstruk-konstruk tersebut dapat diandalkan (reliabel) dalam mengukur konsep yang diwakilinya.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji R-Square Adjusted

Tabel 4. 6 Coefficient of Determination

	R-Square Adjusted
Kepuasan	0.402
Loyalitas	0.479

Sumber: Hasil olah data, 2025

Nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,402 pada konstruk kepuasan mengindikasikan bahwa 40,2% varians dalam kepuasan pengguna *e-wallet* dapat dijelaskan oleh dua konstruk eksogen, yaitu kemudahan penggunaan dan keamanan. Sementara itu, nilai *R-Square Adjusted*

sebesar 0,479 pada konstruk loyalitas menunjukkan bahwa 47,9% varians dalam loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen, yaitu kemudahan penggunaan, keamanan, serta kepuasan sebagai variabel mediasi.

Mengacu pada pendapat Hair et al. (2022), nilai R^2 sebesar 0,20 hingga 0,50 dalam penelitian sosial dianggap cukup dan dapat diterima. Oleh karena itu, meskipun nilai *R-Square Adjusted* tidak tergolong sangat tinggi, namun sudah menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelasan yang baik dan relevan dalam menggambarkan fenomena perilaku loyalitas pengguna *e-wallet*.

b. *Collinearity Statictic* (VIF)

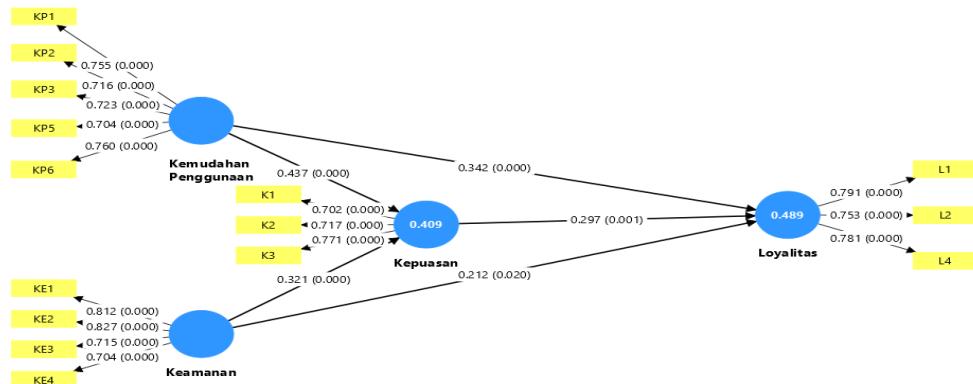
Tabel 4. 7 Collinearity Statictic (VIF)

	VIF
Keamanan -> Kepuasan	1.204
Keamanan -> Loyalitas	1.379
Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan	1.204
Kemudahan Penggunaan -> Loyalitas	1.527
Kepuasan -> Loyalitas	1.693

Sumber: Hasil olah data, 2025

Berdasarkan tabel VIF (*Variance Inflation Factor*), semua nilai berada di bawah 5 (berkisar 1.204-1.693), yang menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas serius antar variabel. Artinya, setiap variabel independen memiliki kontribusi yang berdiri sendiri dan tidak saling menduplikasi dalam memengaruhi loyalitas pengguna.

c. Uji Hipotesis



Gambar 4. 3 Konstruk *Bootstrapping* Teknik BCA SmartPLS

1. *Dirrect Effect* (Pengaruh Langsung)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Kemudahan Penggunaan -> Loyalitas	0.342	0.000	H1 diterima
Keamanan -> Loyalitas	0.212	0.020	H2 diterima
Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan	0.437	0.000	H3 diterima
Keamanan -> Kepuasan	0.321	0.000	H4 diterima
Kepuasan -> Loyalitas	0.297	0.001	H5 diterima

Sumber: Hasil olah data, 2025

Interpretasi Hipotesis

1. Pengujian H1

Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai *original sample* sebesar 0,342 dan *p-value* sebesar 0,000.

2. Pengujian H2

Hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai *original sample* sebesar 0,212 dan *p-value* sebesar 0,020.

3. Pengujian H3

Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dengan nilai *original sample* sebesar 0,437 dan *p-value* sebesar 0,000.

4. Pengujian H4

Hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dengan nilai *original sample* sebesar 0,321 dan *p-value* sebesar 0,000.

5. Pengujian H5

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai *original sample* sebesar 0,297 dan *p-value* sebesar 0,001.

2. *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan -> Loyalitas	0.130	0.005	H6 diterima
Keamanan -> Kepuasan -> Loyalitas	0.095	0.012	H7 diterima

Sumber: Hasil olah data, 2025

Interpretasi Hipotesis

6. Pengujian H6

Kepuasan sebagai variabel mediasi pada hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas pengguna menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan nilai *original sample* sebesar 0,130 dan *p-value* sebesar 0,005.

7. Pengujian H7

Kepuasan sebagai variabel mediasi pada hubungan antara keamanan dan loyalitas pengguna menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan nilai *original sample* sebesar 0,095 dan *p-value* sebesar 0,012.

3. Pembahasan

Pengujian H1 menunjukan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Nugraha dkk (2021), Grendia & Utami (2022), serta Lubis & Sitorus (2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut secara berulang (loyal). Kemudahan penggunaan meliputi kemudahan dalam mengakses fitur utama, kemudahan dalam pemahaman cara penggunaan dan tampilan antarmuka yang mudah dipahami. Ini menunjukkan bahwa ketika menggunakan *e-wallet* pengguna tidak perlu usaha yang besar untuk menggunakannya, sehingga cenderung tetap setia

menggunakannya. Dengan demikian, dalam konteks penelitian ini, bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*, maka kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *e-wallet* semakin besar.

Pengujian H2 menunjukkan bahwa variabel keamanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal ini sesuai dengan penelitian Wahyuningsih & Nirawati (2023) serta Septiani & Alam (2024), yang menyatakan bahwa sistem keamanan yang kuat mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna. Dalam konteks penelitian ini, ketika pengguna *e-wallet* memiliki rasa aman yang tinggi terhadap informasi pribadi dan transaksi, maka mereka akan cenderung bertahan menggunakan layanan *e-wallet* tersebut secara konsisten.

Pengujian H3 menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu seperti Nugraha et al. (2021), Putra & Hayuningtyas (2023), serta Ramadhani & Bertuah (2023), yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan tersebut.

Dalam penelitian ini, kepuasan akan terbentuk ketika persepsi pengguna terhadap hal-hal seperti sejauh mana aplikasi mudah dipelajari, seberapa fleksibel pengguna dalam mengakses fitur, serta kejelasan tampilan aplikasi sesuai dengan harapan mereka dalam menggunakan *e-wallet*. Dengan demikian, saat pengguna merasa bahwa aplikasi *e-wallet*

tidak menyulitkan, mudah digunakan kapan saja, dan memberikan pengalaman penggunaan yang lancar, maka kepuasan pun terbentuk.

Pengujian H4 menunjukkan bahwa variabel Keamanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Masiaga et al. (2022), Kinasisih (2012), serta Fichan & Narundana (2022), yang menyatakan bahwa sistem keamanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan digital.

Dalam penelitian ini keamanan dinilai dari dua aspek utama yaitu jaminan keamanan sistem dan perlindungan terhadap kerahasiaan data pribadi. Saat pengguna merasa aplikasi memiliki sistem otentikasi yang kuat, perlindungan terhadap informasi sensitif, dan perlakuan serius terhadap privasi, maka hal tersebut menciptakan rasa nyaman dan tenang dalam bertransaksi. Kondisi ini secara langsung meningkatkan kepuasan karena pengguna merasa kebutuhan dasar mereka yaitu keamanan dalam bertransaksi telah terpenuhi. Dengan demikian, keamanan bukan hanya menjadi alat proteksi, tetapi juga menjadi salah satu aspek yang memperkuat kepuasan emosional pengguna dalam menggunakan layanan *e-wallet* secara berkelanjutan.

Pengujian H5 menunjukkan bahwa variabel kepuasan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Samara & Susanti (2023) dan Nugraha et al.

(2021), yang menjelaskan bahwa kepuasan menjadi faktor penting yang mendorong pengguna untuk tetap setia terhadap suatu layanan.

Dalam penelitian ini, kepuasan mencakup persepsi terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, nilai manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan usaha yang dikeluarkan, serta kesesuaian layanan dengan harapan pengguna. Intinya, semakin besar kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima pengguna, maka semakin besar pula kemungkinan mereka akan menjadi pengguna yang loyal. Dengan demikian, dalam penelitian ini semakin puas seseorang menggunakan suatu *e-wallet* maka loyalitasnya akan semakin tinggi.

Pengujian H6 menunjukkan bahwa kepuasan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif signifikan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas pengguna. Hasil ini berarti bahwa kemudahan dalam menggunakan layanan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap loyalitas, tetapi juga memberikan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pengguna. Ketika pengguna merasa layanan mudah diakses dan digunakan, mereka akan merasa puas, dan kepuasan tersebut mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ismi & Abdilla (2023) yang menyatakan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas pengguna. Hasil mereka menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas.

Pengujian H7 menunjukkan bahwa kepuasan juga berperan sebagai variabel mediasi yang berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan antara keamanan dan loyalitas pengguna. Artinya, ketika pengguna merasa aman saat menggunakan layanan, rasa aman tersebut meningkatkan kepuasan mereka, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas. Pengaruh tidak langsung ini menegaskan bahwa keamanan tidak hanya penting secara langsung, tetapi juga secara emosional melalui rasa puas pengguna.

Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Dwiyanti et al. (2023) yang menemukan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh keamanan terhadap loyalitas pengguna. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor keamanan, seperti perlindungan data dan transaksi yang aman, menciptakan rasa percaya yang membentuk kepuasan, dan kepuasan inilah yang memperkuat keterikatan pengguna terhadap layanan.