SAKOLA - Journal of Sains Cooperative Learning and Law
E-ISSN: 3046-7179 P-ISSN: 3046-787X
Vol. 2 No. 1 April 2025

Analisis Pengaruh Kemudahan Menggunakan, Fitur Layanan, dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan E-wallet GoPay Pada Generasi Z Indonesia

Afivudin Ariyanto[1] Titik Desi Harsoyo[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia[1,2]
Email: 210510169@student.mercubuana-yogya.ac.id[1] desi_harsoyo@mercubuana-yogya.ac.id[2]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan risiko terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet GoPay pada Generasi Z di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan secara online kepada 100 responden yang merupakan pengguna GoPay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan dan risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay, sementara kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Fitur layanan yang inovatif dan lengkap menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk memilih GoPay, sedangkan risiko yang dikelola dengan baik meningkatkan kepercayaan pengguna. Temuan ini memberikan implikasi teoritis dan manajerial bagi pengembang aplikasi e-wallet dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif, khususnya untuk menarik dan mempertahankan pengguna dari kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: E-Wallet, Gopay, Generasi Z, Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Risiko

Abstract

This study aims to analyze the influence of ease of use, service features, and risk on the decision to use the GoPay e-wallet application on Generation Z in Indonesia. The research method used is quantitative causal with data collection techniques through questionnaires distributed online to 100 respondents who are GoPay users. The results of the study indicate that service features and risks have a positive and significant influence on the decision to use GoPay, while ease of use does not have a significant influence. Innovative and complete service features are the main factors that encourage users to choose GoPay, while well-managed risks increase user trust. These findings provide theoretical and managerial implications for e-wallet application developers in developing more effective marketing and product development strategies, especially to attract and retain users from Generation Z.

Keywords: *E-Wallet, Gopay, Generation Z, Ease Of Use, Service Features, Risk*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara Generasi Z berpartisipasi dalam pasar. Generasi Z tumbuh dalam lingkungan di mana teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. Pergeseran dari menggunakan uang tunai ke metode pembayaran non-tunai seperti dompet digital atau *e-wallet* adalah salah satu perubahan perilaku konsumen yang paling terlihat. Kemajuan teknologi telah memungkinkan pelanggan untuk menggunakan pembayaran non-tunai. Ekonomi digital memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan masyarakat terhadap *e-wallet* dan gaya hidup (Rahmawati & Yuliana, 2020). Serta, untuk mengurangi risiko yang dapat ditimbulkan oleh penerapan sistem pembayaran digital serta untuk mencegah inflasi yang disebabkan oleh banyaknya uang tunai yang beredar (Tarantang *et al.,* 2019). Berdasarkan *website* resmi Bank Indonesia (Dompet Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi, 2024), dompet digital adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan untuk melakukan transaksi dan menyimpan barang. Presiden Direktur Visa Indonesia Riko

Abdurrahman dalam Kompas.com (Media, 2024) mengatakan, pembayaran dengan dompet digital terus meningkat, mencapai 92% di kalangan penduduk Indonesia pada tahun sebelumnya. Di sisi lain, uang tunai turun menjadi 80% pada tahun 2022 dari 84% pada tahun sebelumnya. Studi riset digital dari *Neurosensum* yang disampaikan oleh ANTARA News (antaranews.com, 2021), melaporkan bahwa pengguna dompet digital telah meningkat sebesar sekitar 44% dalam satu tahun terakhir setelah pandemi COVID-19.

Menurut Mahmudah (2021), kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa mereka dapat menggunakan suatu sistem tanpa usaha yang keras. Kemudahan menggunakan sangat mudah untuk mengukur seberapa mudah memperkirakan menggunakan teknologi akan mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha (Rodiah & Melati, 2020). Semakin besar persepsi masyarakat tentang kemudahan menggunakan, maka semakin besar pula ketertarikan masyarakat untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* GoPay. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Masputra *et al.* (2023), Ringo *et al.* (2023) dan Harahap (2024) yang menyatakan ada pengaruh positif dari variabel kemudahan menggunakan terhadap keputusan pembelian. Fitur layanan adalah sistem layanan dan aplikasi yang mudah digunakan untuk menarik pengguna (Rinta *et al*., 2021). Jika produk memiliki fitur, pelanggan dapat memilihnya dan bagi pemasar, fitur sangat penting untuk perusahaan untuk membandingkan produk mereka dengan produk pesaing lainnya (Endriyanto & Indrarini, 2022). Sesuai dengan kebutuhan pengguna, membuat fitur mudah dipahami, dan memudahkan berbagai transaksi melalui *e-wallet*, fitur layanan menunjukkan minat pengguna. Hal ini diperkuat dalam penelitian yang dilakukan Oktiani & Faezal (2024), Rumuar & Nugroho (2024) dan Tarihoran *et al.* (2023) yang menyatakan ada pengaruh positif dari variabel fitur layanan terhadap keputusan pembelian.

Risiko dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian yang ditimbulkan oleh penggunaan suatu produk atau jasa, yang mana hasil penggunaan tersebut memungkinkan munculnya hasil negatif atau kemungkinan kerugian (Atieq & Nurpiani, 2022). Ketika ada risiko, orang mempertimbangkan untuk melakukan transaksi *online* (Rithmaya, 2016). Meskipun layanan pembayaran semakin populer di era digital, orang harus memahami risiko yang dapat mempengaruhi keputusan mereka saat menggunakannya. yang menyatakan ada pengaruh positif dari variabel risiko terhadap keputusan pembelian. Hal ini diperkuat dalam penelitian yang dilakukan Alfani & Ariani (2023), Wahyuningtyas & Weasaga (2022), dan Ramadhan *et al*. (2024) yang menyatakan ada pengaruh positif dari variabel risiko terhadap keputusan pembelian. Menurut Berlianmastan *et al.* (2024), keputusan menggunakan merupakan sikap yang dilakukan sebelum membuat keputusan tentang transaksi atau penggunaan, pelanggan mempertimbangkan banyak faktor. Sedangkan menurut Alistriwahyuni (2019) dalam penelitian Himawati & Firdaus (2021), keputusan menggunakan merupakan informasi dari berbagai sumber, termasuk faktor upaya pemasar dan faktor lingkungan budaya, mempengaruhi perilaku konsumen. Pemasar menggunakan upaya mereka untuk menyampaikan informasi tentang produk mereka untuk membuat konsumen menggunakan produk tersebut.

Penelitian Pendahuluan dan Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kemudahan Menggunakan Terhadap Keputusan Menggunakan

Fakta bahwa kemudahan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian *online* menunjukkan bahwa lebih banyak keputusan pembelian dibuat dengan lebih mudah (Rihardiansyah, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Masputra *et al.* (2023) menunjukkan bahwa Kemudahan menggunakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman *online* Shopee PayLater, dengan koefisien positif

pada variabel kemudahan. Hal serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ringo *et al.* (2023) menunjukkan bahwa Kemudahan menggunakan memiliki dampak positif terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran. Penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2024) juga menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopee PayLater pada Gen Z. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H1: Kemudahan menggunakan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* aplikasi GoPay pada generasi Z di Indonesia.

Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan

Produk ini memenuhi kebutuhan pelanggan dan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat untuk menggunakannya karena fiturnya yang menarik dan mudah dipahami dan dipahami oleh semua orang (Tarihoran *et al.,* 2023). Hasil penelitian Rumuar & Nugroho (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari fitur layanan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan Mobile Banking di Kalangan Gen Z. Hal serupa dengan penelitian Oktiani & Faezal (2024), menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi BRI Mobile (BriMo). Begitu pula, penelitian oleh Tarihoran *et al.* (2023) menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki dampak positif terhadap keputusan untuk menggunakan layanan IndiHome pada PT. TELKOM akses di Medan. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H2: Fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* aplikasi GoPay pada generasi Z di Indonesia.

Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan

Seseorang yang memiliki persepsi risiko yang lebih besar akan membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Persepsi risiko ini dapat menimbulkan keraguan bagi pelanggan yang akan membuat keputusan pembelian (Dary & Pudjihardjo, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfani & Ariani (2023) menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik QRIS. Hal tersebut serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningtyas & Weasaga (2022) menunjukkan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* di tokopedia.com. Begitu pula, penelitian Ramadhan *et al.* (2024) menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan pembayaran Shopee PayLater. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H3: Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* aplikasi GoPay pada generasi Z di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal, karena menguji pengaruh variabel independen yaitu kemudahan menggunakan (X1), fitur layanan (X2), dan risiko (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan menggunakan (Y). Sumber Data yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

1. Data Primer: Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang menggunakan aplikasi *e-wallet* GoPay secara *online* melalui *Google Form.*
2. Data Sekunder: Data sekunder dalam penelitian ini mencakup *website* riset, artikel, jurnal, dan internet (data Bank Indonesia, Antara News, Databoks dan Kompas.com).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z, yaitu individu yang lahir pada tahun 1997-2012 yang menjadi pengguna aplikasi *e-wallet* GoPay di Indonesia. Populasi ini bersifat *infinit*, berarti jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menerapkan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive* sampling dalam pemilihan sampel. Teknik *non-probability* sampling merupakan metode pemilihan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama atau diketahui untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *purposive* sampling ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan tujuan spesifik atau kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Responden dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topik yang sedang diteliti (Pinto *et al.*, 2024). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Responden memiliki dan menggunakan aplikasi *e-walle*t GoPay. 2) Responden lahir pada tahun 1997-2012, dan minimal usia 17 tahun karena masuk kategori dewasa dan Responden merupakan warna negara Indonesia (WNI), karena responden merupakan generasi Z di Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik survei untuk pengumpulan data, dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner adalah alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dan meminta jawaban responden (Makbul, 2021). Kuesioner disebarkan secara *online* kepada responden melalui tautan *Google Form* yang dibagikan lewat berbagai platform media sosial seperti *WhatsApp*, Instagram, dan lainnya. Isi kuesioner terdiri dari pertanyaan tentang profil responden dan pernyataan yang berkaitan dengan variabel kemudahan menggunakan, fitur layanan, risiko, dan keputusan untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* GoPay.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Obyek Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z memiliki pola konsumsi digital yang unik, di mana faktor kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan risiko menjadi pertimbangan utama dalam keputusan mereka menggunakan layanan *e-wallet* seperti GoPay. Dengan karakteristik Generasi Z yang mengutamakan efisiensi, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi digital, GoPay memiliki tantangan sekaligus peluang besar dalam mempertahankan loyalitas pengguna di tengah persaingan ketat industri *e-wallet* di Indonesia.

Pengaruh Kemudahan Menggunakan Terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan dalam mempelajari, memahami, fleksibilitas, efisiensi, dan pemenuhan kebutuhan mendapat penilaian yang baik, indikator tersebut tidak menjadi penentu utama dalam keputusan pengguna. Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi cenderung menganggap kemudahan penggunaan sebagai standar dalam aplikasi digital sehingga tidak menjadi faktor krusial dalam memilih e-wallet. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator dengan rata-rata penilaian tertinggi adalah aspek yang berkaitan dengan kemudahan memahami fitur, sementara indikator dengan rata-rata penilaian terendah adalah pemenuhan kebutuhan transaksi. Meskipun secara umum responden setuju bahwa GoPay mudah digunakan, fleksibel, dan efisien, aspek ini tidak cukup kuat untuk mendorong pengguna dalam memilih GoPay sebagai e-wallet utama mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet*

aplikasi GoPay pada Generasi Z di Indonesia. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lazuardy *et al.* (2025) dan Afrinita & Permata (2023) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan *e-wallet* jika fitur dan layanan yang ditawarkan sudah memadai. Selain itu, karakteristik Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi digital mungkin membuat mereka menganggap kemudahan penggunaan sebagai hal yang standar, bukan sebagai faktor utama dalam memilih layanan.

Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan

Penelitian ini menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi, keberagaman layanan transaksi, inovasi produk, dan kelengkapan fitur memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pengguna. Indikator keberagaman fitur dan kemudahan akses menjadi faktor utama yang meningkatkan daya tarik GoPay dibandingkan e-wallet lainnya. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator dengan rata-rata penilaian tertinggi adalah kemudahan akses informasi, sementara inovasi fitur mendapatkan rata-rata penilaian terendah. Pengguna cenderung memilih GoPay karena kemudahan dalam memperoleh informasi transaksi dan keberagaman fitur yang tersedia, meskipun masih terdapat ruang untuk pengembangan dalam inovasi fitur guna meningkatkan daya saing aplikasi. Penelitian ini menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* aplikasi GoPay pada Generasi Z di Indonesia. Hasil ini selaras dengan penelitian oleh Endriyanto & Indrarini (2022) dan Latifah *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa fitur layanan yang memadai dan inovatif mendorong pengguna untuk memilih dan setia menggunakan layanan *e-wallet* tertentu. Selain itu, Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang mengutamakan pengalaman pengguna yang inovatif dan serba cepat, sehingga fitur layanan yang lengkap dan *update* menjadi daya tarik utama bagi mereka.

Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan psikologis, risiko keuangan, dan risiko kinerja memiliki peran dalam membentuk persepsi pengguna terhadap layanan GoPay. Meskipun terdapat kekhawatiran terhadap kemungkinan kehilangan saldo atau kegagalan sistem, kepercayaan terhadap perlindungan keamanan yang disediakan oleh aplikasi membuat pengguna tetap memilih GoPay. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator dengan rata-rata penilaian tertinggi adalah kenyamanan psikologis dalam menggunakan aplikasi, sedangkan risiko keuangan mendapatkan penilaian terendah. Meskipun pengguna merasa cukup aman dalam menggunakan GoPay, masih ada kekhawatiran terkait potensi kerugian finansial dan kegagalan sistem yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan ini. Namun demikian, keberadaan sistem perlindungan keamanan, layanan pelanggan yang responsif, serta pengalaman positif sebelumnya membuat risiko tersebut tidak menjadi penghambat utama dalam keputusan mereka untuk tetap menggunakan GoPay. Penelitian ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* aplikasi GoPay pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kirana *et al.* (2023) dan Rodiah & Melati (2020) juga menemukan bahwa persepsi risiko yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pengguna dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Selain itu, Generasi Z yang lebih adaptif terhadap teknologi dan memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya cenderung lebih percaya terhadap sistem keamanan yang diterapkan oleh penyedia layanan digital.

Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis: Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang perilaku konsumen dan adopsi teknologi, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa fitur layanan dan risiko berperan penting dalam mendorong keputusan penggunaan layanan berbasis teknologi. Keberagaman fitur yang inovatif dan keamanan layanan yang memadai menjadi pertimbangan utama dalam keputusan penggunaan *e-wallet.* Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet*. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa bagi generasi yang sudah terbiasa dengan teknologi digital, aspek kemudahan tidak lagi menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan. Sebaliknya, faktor lain seperti manfaat yang diperoleh dari fitur yang ditawarkan lebih memengaruhi keputusan mereka. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa risiko dapat menjadi faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan. Meskipun terdapat kekhawatiran terkait keamanan dan potensi risiko transaksi, pengguna tetap memutuskan untuk menggunakan layanan ini. Hal ini menunjukkan bahwa jika risiko dikelola dengan baik, pengguna tetap merasa nyaman dalam menggunakan layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi faktor lain yang mungkin lebih relevan dalam keputusan penggunaan e-wallet, seperti kepercayaan pengguna, loyalitas merek, dan manfaat ekonomi dari penggunaan layanan ini.
2. Implikasi Manajerial: Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembang dan manajemen GoPay maupun penyedia layanan *e-wallet* lainnya dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif, khususnya untuk menarik dan mempertahankan pengguna dari kalangan Generasi Z di Indonesia. Fitur layanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi dengan menambahkan fitur yang lebih relevan dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna. Risiko juga memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sehingga perusahaan perlu memberikan perhatian lebih terhadap aspek keamanan dan perlindungan pengguna. Meskipun kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, perusahaan tetap dapat menjadikannya sebagai keunggulan tambahan dengan: 1) Menyediakan panduan penggunaan yang lebih interaktif bagi pengguna baru. 2) Mengembangkan tampilan antarmuka yang lebih intuitif agar lebih nyaman digunakan. 3) Memastikan layanan bantuan berbasis teknologi seperti *chatbot* dan *customer service* tersedia untuk membantu pengguna dalam menyelesaikan kendala teknis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Analisis Pengaruh Kemudahan Menggunakan, Fitur Layanan, dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan *e-wallet* Aplikasi GoPay Pada Generasi Z di Indonesia", dapat disimpulkan bahwa:

1. Kemudahan menggunakan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay. Meskipun aplikasi ini dianggap mudah digunakan, faktor ini bukan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan penggunaan *e-wallet*. Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi lebih mempertimbangkan faktor lain dibandingkan kemudahan dalam penggunaan aplikasi.
2. Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay. Kelengkapan fitur, kemudahan akses, dan inovasi dalam layanan menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk memilih dan tetap menggunakan aplikasi ini.

Semakin banyak fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan GoPay.

3. Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay. Meskipun terdapat potensi risiko dalam penggunaan layanan keuangan digital, pengguna tetap memilih GoPay karena adanya faktor lain yang memberikan keuntungan lebih besar dibandingkan risiko yang mungkin terjadi. Pengelolaan risiko yang baik, seperti keamanan transaksi dan perlindungan data, dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi ini.

Keterbatasan Penelitian dan Saran

1. Cakupan sampel terbatas hanya pada Generasi Z di Indonesia, sehingga hasil penelitian belum tentu mencerminkan preferensi generasi lain dalam menggunakan *e-wallet*.
2. Variabel yang digunakan masih terbatas pada kemudahan menggunakan, fitur layanan, dan risiko. Faktor lain seperti kepercayaan, pengalaman pengguna, dan promosi tidak dianalisis dalam penelitian ini.
3. Penelitian hanya berfokus pada satu aplikasi, yaitu GoPay. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu berlaku secara umum untuk aplikasi *e-wallet* lainnya.
4. Metode survei yang digunakan memiliki keterbatasan dalam menangkap faktor psikologis yang lebih mendalam, seperti motivasi intrinsik dan preferensi personal yang mungkin memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet.*

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,743 menunjukkan bahwa 74,3% variabilitas keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan menggunakan, fitur layanan, dan risiko. Sementara itu, sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan, seperti faktor sosial, kepercayaan, dan pengalaman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Afrinita, N., & Permata, T. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E- Wallet Ovo. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul, 11(2), 75–88.

Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.29040/Jie.V8i1.11256

Antaranews.Com. (2021, March 2). Studi: Pengguna Dompet Digital Meningkat Drastis Di Masa Covid-19. Antara News. Https://Www.Antaranews.Com/Berita/2022936/Studi-Pengguna-Dompet-Digital-Meningkat-Drastis-Di-Masa-Covid-19

Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.46306/Vls.V2i1.109

Berlianmastan, M., Ratu, Y., & Kawengian, M. G. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Bertransaksi Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Di Universitas Prisma. Equil, 6(1), Article 1. https://www.jurnal.prisma.ac.id/index.php/equil/article/view/223

Dary, R. W., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. Islamic

Economics And Finance In Focus, 1(3), Article 3. Https://Doi.Org/10.21776/Ieff.2022.01.3.07

Dompet Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi. (2024, April 3). Https://Www.Bi.Go.Id/Id/Bi-Institute/Bi-Epsilon/Pages/Dompet-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.Aspx

Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus Di Surabaya). Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 5(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.26740/Jekobi.V5n1.P67-80

Harahap, P. N. (2024). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Gen Z. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK Dan BI), 7(1), Article 1. https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1414

Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 4(3), Article 3. https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194

Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Kota Jambi. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 1(4), Article 4. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i4.442

Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun. CITACONOMIA : Economic and Business Studies, 1(01), Article 01.

Lazuardy, G. M., Muslikhati, M., & Millatina, A. N. (2025). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO: (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019-2020). Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI), 5(1), Article 1. https://doi.org/10.22219/jiedi.v5i1.39527

Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 6(2), Article 2.

Makbul, M. (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. OSF. https://doi.org/10.31219/osf.io/svu73

Masputra, M. A., Alfan, M. W., & Rahmawati, L. (2023). Pengaruh E-Trust Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Bandar Lampung. Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1(0), Article 0.

Media, K. C. (2024, March 19). Tren Penggunaan Uang Tunai Menurun, Digantikan Transaksi Nontunai. KOMPAS.com. https://money.kompas.com/read/2024/03/19/195200026/tren-penggunaan-uang-tunai-menurun-digantikan-transaksi-nontunai

Oktiani, A., & Faezal, F. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Bri Kcp Unit Pagesangan Menggunakan Layanan Bri Mobile (BRIMO). Jurnal Ilmiah Hospitality, 13(1), Article 1. https://doi.org/10.47492/jih.v13i1.3239

Pinto, J., Puspitasari, Y., Carvalho, J. G. de, & Soares, I. M. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Aplikasi. Penerbit PT Kodogu Trainer Indonesia, 1–140.

Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. EconBank: Journal of Economics and Banking, 2(2), Article 2. https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.215

Ramadhan, S., Karim, N. K., & Nurabiah, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. Ganec Swara, 18(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.35327/Gara.V18i1.751

Rihardiansyah, M. R. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi, 18(1), Article 1.

Ringo, A. K. S., Sitepu, J., & Ginting, S. T. U. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Quality. Prosiding Seminar Nasional Pssh (Pendidikan, Saintek, Sosial Dan Hukum), 2, 90.1-90.12.

Rinta, N. A., Salas, M., & Sibarani, H. J. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan Dan Promosi Cash Back Ovo Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Kota Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea), 5(2), Article 2. Https://Doi.Org/10.31955/Mea.V5i2.1253

Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Initernet Banking. Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen, 16(1), Article 1. https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.ID

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. Journal of Economic Education and Entrepreneurship, 1(2), Article 2. https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293

Rumuar, A., & Nugroho, H. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z. Media Mahardhika, 23(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.29062/Mahardika.V23i1.1221

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. Jurnal Al-Qardh, 4(1), 60–75. Https://Doi.Org/10.23971/Jaq.V4i1.1442

Tarihoran, R., Asnawi, M., & Firah, A. F. A. (2023). Pengaruh Paket Layanan Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Produk Indihome Pada Pt. Telkom Akses Di Medan. Jurnal Bisnis Corporate, 8(1), Article 1. https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3605

Wahyuningtyas, Y. F., & Weasaga, M. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia.Com. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 2(3), Article 3. https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.554