

## **LITERATURE REVIEW: ANALISIS FAKTOR PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA E-WALLET GENERASI MILENIAL DAN Z**

Andhika Octa Indarso<sup>1</sup>, Raffael<sup>2</sup>, Adhira Thaskia Salsabilla<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
Email: <sup>1</sup>andyocta@upnvj.ac.id, <sup>2</sup>raffaelpnjtn@gmail.com, <sup>3\*</sup>adhirathaskia@gmail.com

(\*: *Corresponding Author*)

(Naskah masuk: 11 Desember 2023, diterima untuk diterbitkan: 23 Januari 2024)

### **Abstrak**

Tinjauan literatur ini membahas penggunaan *e-wallet/digital wallet*, terutama pada Generasi Milenial dan Z, dengan menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna. Rentang usia yang dicakup dalam penelitian ini melibatkan kelompok usia sekitar 19 hingga 40 tahun. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna *e-wallet*, dengan fokus pada generasi Milenial dan Z. Peningkatan penggunaan *e-wallet* dan perkembangan pesat di era digital mendorong perlunya pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang berpengaruh di kalangan kedua generasi tersebut. Berdasarkan analisis beberapa penelitian yang mencakup berbagai kelompok seperti karyawan perusahaan dan mahasiswa, dapat dinyatakan bahwa kepuasan pengguna *e-wallet* dipengaruhi oleh faktor-faktor utama seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi, dan kepercayaan pengguna. Meskipun pada umumnya memiliki persepsi positif, tingkat kepuasan pengguna dapat bervariasi di antara dua generasi tersebut. Pengembangan fitur, pelayanan yang memuaskan, dan peningkatan kepercayaan pengguna dianggap sebagai kunci penting dalam meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna *e-wallet*. Penulis melibatkan sintesis dan pemahaman dari berbagai literatur yang telah ada dan memberikan pandangan yang komprehensif dari seluruh literatur yang digunakan. Hasil analisis ini menyoroti kompleksitas dan dinamika dalam pemahaman kepuasan pengguna *e-wallet*, sekaligus menegaskan pentingnya perhatian dari penyedia layanan, termasuk perusahaan *fintech* pemilik *e-wallet* itu sendiri. Kesimpulan dari literatur ini memberikan wawasan yang mendalam untuk meningkatkan penerimaan dan kepercayaan pengguna di berbagai segmen pasar, mendorong penelitian lebih lanjut, dan membentuk dasar untuk pengembangan layanan *e-wallet* yang lebih efektif, memuaskan, dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** *e-wallet, milenial, Z, teknologi finansial, pengguna*

## **LITERATURE REVIEW: ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING MILLENNIAL AND Z GENERATION E-WALLET USER SATISFACTION**

### **Abstract**

This literature review discusses the use of *e-wallets/digital wallets*, especially in Millennials and Generation Z, with an emphasis on the factors that influence user satisfaction. The age range included in this study involves the age group of around 19 to 40 years old. This research aims to inquire into the factors that influence *e-wallet* user satisfaction, with its focus on the Millennial and Z generations. The increasing use of *e-wallets* and the rapid development in the digital era encourage the need for further understanding of influential factors among the two generations. Based on the analysis of several studies including various groups such as corporate employees and college students, it can be stated that *e-wallet* user satisfaction is influenced by key factors such as ease of use, perceived benefits, promotions, and user trust. Despite generally having a positive perception, the level of user satisfaction may be variable between the two generations. Feature development, satisfactory service, and increased user trust are considered as important keys in increasing *e-wallet* user adoption and satisfaction. The author engages in synthesizing and understanding the existing literature and provides a comprehensive view of all the used literatures. The results of this analysis highlight the complexity and dynamics in understanding *e-wallet* user satisfaction, while emphasizing the importance of attention from service providers, including *fintech* companies that own *e-wallets* themselves. The conclusions from this literature provide deep insights to improve user acceptance and trust across different market segments, encourage further research, and form the basis for the development of more effective, satisfying, and sustainable *e-wallet* services.

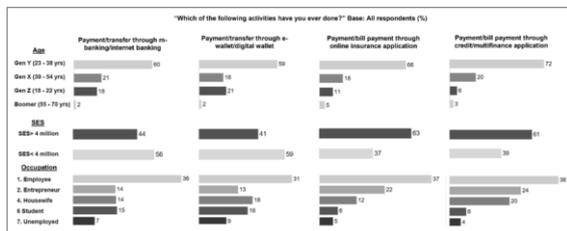
**Keywords:** *e-wallet, millennial, Z, financial technology, user*

## 1. PENDAHULUAN

Di era yang dipenuhi dengan kemajuan teknologi, pemanfaatan *e-wallet* telah menjadi fenomena yang tak terhindarkan, terutama di kalangan generasi milenial dan Z. Dari klasifikasi kelompok generasi oleh Strauss dan Howe, didapat bahwa generasi milenial adalah sekumpulan orang yang lahir pada tahun 1984 sampai dengan tahun 2004, sementara generasi Z merupakan kelahiran tahun 2005 hingga saat ini [1]. Kedua generasi tersebut bukan hanya kelompok usia biasa, tetapi merupakan kekuatan dinamis yang secara signifikan membentuk perubahan budaya dan teknologi.

Sebagai sarana pembayaran digital yang inovatif, *e-wallet* memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam setiap transaksi sehari-hari. Keberhasilan adopsi *e-wallet* tidak hanya mencerminkan perubahan dinamika dalam perilaku konsumen, melainkan juga mencitrakan peran kunci teknologi finansial (*fintech*) dalam mengubah wajah keuangan global.

*E-wallet*, atau dompet elektronik, menurut definisi dalam Peraturan Bank Indonesia Pasal 1 angka 7 mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Nomor 18/40/PBI/2016, merupakan sebuah perangkat berbasis elektronik yang peran fungsinya setara dengan tempat penyimpanan uang elektronik, yang menjadi salah satu metode pembayaran [2]. Pada tahun 2018, Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi melalui dompet digital di Indonesia mencapai Rp 21,3 triliun. Perkiraan menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam nilai transaksi melalui penggunaan *digital wallet* di Indonesia, yang diperkirakan mencapai Rp 355,7 triliun pada tahun 2023 seiring dengan meningkatnya tren masyarakat tanpa uang tunai [3]. Dinamika pertumbuhan ini pengaruhnya tidak hanya berasal dari aspek ekonomi, tetapi juga didorong oleh tren budaya tanpa uang tunai yang tengah diminati oleh generasi Z dan milenial. Kemudahan penggunaan dan sejumlah keuntungan yang ditawarkan oleh *e-wallet* menjadi pendorong utama adopsi dalam kalangan generasi ini.



Gambar 1. Penggunaan Teknologi Finansial Berdasarkan Aktivitas [4]

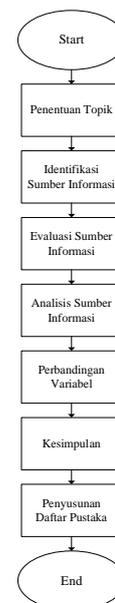
Generasi milenial dan Z menonjol sebagai pengguna utama *financial technology (fintech)* ini. Dalam konteks penggunaan fintech berdasarkan kegiatan, mereka tergolong generasi paling aktif yang melakukan pembayaran dan transfer melalui *e-*

*wallet/digital wallet* [4]. Saat memanfaatkan layanan dompet digital, pengguna cenderung memiliki berbagai pertimbangan, antara lain kepercayaan terhadap produk, keinginan untuk menggunakan produk *fintech*, kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, manfaat yang diperoleh, dan kelengkapan layanan yang disediakan [5].

Maraknya adopsi *e-wallet* bukan hanya mencerminkan perubahan perilaku konsumen, tetapi juga mengindikasikan peran utama teknologi finansial (*fintech*) dalam mengubah panorama keuangan global. Dalam konteks ini, penelitian mengenai kepuasan pengguna *e-wallet* menjadi semakin krusial untuk dipahami. Generasi milenial dan Z, yang tumbuh di era teknologi digital, memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan dan penyebaran *e-wallet*. Tujuan dari makalah ini adalah untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap tingkat kepuasan pengguna *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial dan Z.

Dengan meneliti literatur terbaru dan hasil penelitian sebelumnya, tulisan ini berupaya untuk dapat menghasilkan wawasan baru dan pemahaman yang lebih mendalam terkait adopsi, kepuasan pengguna, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dan Z. Tinjauan literatur ini bertujuan untuk menggambarkan tantangan yang mungkin dihadapi serta menyoroti peluang untuk meningkatkan pengembangan *e-wallet* sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna saat ini.

## 2. METODE PENELITIAN



Gambar 2. Diagram Alir Tahapan Penelitian

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kajian literatur dengan melakukan akses data-data sekunder yang didapat dari beberapa sumber seperti tesis, jurnal, buku, dan sebagainya. Kumpulan

sumber literatur yang diakses ini berkaitan dengan topik penelitian dengan jumlah sekitar dua belas referensi (tahun 2020-2023) yang relevan telah diidentifikasi dan dipilih setelah melalui proses penyaringan. Penelitian ini akan membahas lebih jauh pada kepuasan para pengguna *e-wallet* khususnya dalam keseharian generasi milenial dan Z. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

### 2.1 Penentuan Topik

Tahapan ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang ingin diselesaikan, membatasi lingkup pembahasan *literature review* yang akan disusun dan mempersiapkan variabel penelitian yang akan dicari.

### 2.2 Identifikasi Sumber Informasi

Melakukan identifikasi terhadap sumber informasi yang akan digunakan untuk penelitian melalui buku, jurnal ilmiah dan literatur yang berkaitan agar informasi yang didapatkan tetap relevan dengan penelitian.

### 2.3 Evaluasi Sumber Informasi

Melakukan evaluasi terhadap sumber informasi yang telah diidentifikasi dan dikumpulkan seperti memeriksa kredibilitas sumber, penulis, tanggal publikasi sumber tersebut, dan topik sumber relevan dengan penelitian

### 2.4 Analisis Sumber Informasi

Menganalisis sumber informasi yang telah dikumpulkan dan dievaluasi dengan mencatat temuan, pendapat, dan kesimpulan dari sumber tersebut. Pada konteks penelitian ini, penulis mencari variabel faktor pengaruh kepuasan pengguna *e-wallet* terhadap dua generasi yang berbeda yaitu Milenial dan Z.

### 2.5 Perbandingan Variabel

Pada tahapan ini, dilakukan peninjauan lebih jauh terhadap variabel yang diteliti berdasarkan dari masing-masing sumber informasi. Peninjauan mencakup perbedaan dan persamaan dari perilaku dan faktor pengaruh dari kedua generasi sehingga memungkinkan juga ditemukannya pola atau tren sebagai hasil dari penelitian.

### 2.6 Kesimpulan

Pada tahapan ini, seluruh hasil dari tahapan sebelumnya akan diringkas menjadi satu kesimpulan yang dapat menggambarkan dari seluruh penelitian yang dilakukan. Memungkinkan juga dilakukannya diskusi terkait dengan hasil yang didapatkan guna meningkatkan keakuratan kesimpulan yang dibuat.

### 2.7 Penyusunan Daftar Pustaka

Daftar pusaka cukup penting dalam penelitian ini karena sumber informasi dan referensi yang digunakan akan menjadi validasi dari hasil penelitian

yang didapatkan. Oleh karena itu, penting untuk mencatat dan menuliskan seluruh referensi yang digunakan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis literatur pertama dimulai dengan mengevaluasi studi yang dilakukan oleh [6] berjudul "Persepsi Generasi Z pada Penggunaan *E-wallet* selama Pandemi Covid-19." Penelitian ini memiliki tujuan guna memahami pandangan generasi Z terhadap penggunaan *digital wallet* pada saat periode pandemi Covid-19 di Tasikmalaya. Metode penelitian deskriptif kualitatif diterapkan untuk menjabarkan fenomena tersebut, menggunakan survei dengan kuesioner yang didistribusikan melalui *Google Form*. Indikator yang dimanfaatkan untuk menilai persepsi dari generasi Z terhadap penggunaan dompet digital melibatkan persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat. Data-data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dan dimaknai secara mendalam untuk mencapai kesimpulan.

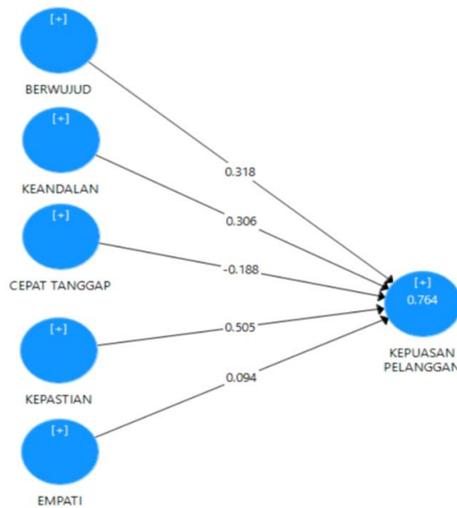
Hasil penelitian menunjukkan bahwa 92,6% generasi Z menyetujui bahwa *digital wallet* memberi manfaat signifikan dalam kegiatan transaksi, 93,63% menyatakan dompet digital menyediakan banyak kemudahan, dan 71,3% merespon bahwa *digital wallet* mempunyai risiko yang terbatas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* pada generasi Z di Kota Tasikmalaya dipengaruhi oleh tiga aspek persepsi utama, yaitu risiko, kemudahan, dan manfaat.

Berdasarkan penelitian oleh [7] yang berjudul "Analisis Kepuasan Konsumen Dompet Digital OVO Dipengaruhi Faktor Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Promosi," disampaikan bahwa kepuasan konsumen adalah aspirasi bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, yang menjadi faktor krusial dalam kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Penelitian ini memiliki tujuan dalam menguji dan memahami pengaruh kemudahan, promosi, dan persepsi manfaat pada kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data dilaksanakan melalui distribusi kuesioner menggunakan *Google Form*.

Analisis regresi linier berganda dimanfaatkan pada analisis data penelitian, yang menunjukkan bahwa kemudahan dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan *user*. Sementara itu, promosi berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pengguna. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan aplikasi Dompet Digital OVO guna memberikan kemudahan dalam aktivitas belanja *online*, serta meningkatkan manfaat melalui pemberian poin atau potongan harga kepada konsumen, guna meningkatkan kepuasan pengguna Dompet Digital OVO.

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, didukung oleh perkembangan teknologi ponsel yang terhubung dengan internet, telah menyebabkan

kenaikan tingkat persaingan dalam perkembangan uang elektronik (*e-money*). Dengan hadirnya berbagai macam *e-money*, peluang terbuka untuk para entitas bisnis *e-money* agar terus berinovasi dan memperbaiki kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pengguna. Penelitian yang dilaksanakan oleh [5] dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Dompot Digital Go-pay di DKI Jakarta” bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan *user*, dengan fokus pada user digital *wallet* Go-pay di DKI Jakarta. Metode pengambilan sampel melalui *purposive sampling*. Data responden diperoleh dari penyebaran kuesioner secara daring dan analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 3.0 (*Partial Least Square*).



Gambar 3 Inner Model Penelitian [5]

Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas layanan, seperti keandalan, berwujud, dan kepastian, berpengaruh pada kepuasan pelanggan pengguna dompet digital Go-pay di DKI Jakarta. Sementara itu, empati dan cepat tanggap tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Menariknya tampilan pada *digital wallet* Go-pay, yang didukung oleh kemudahan penggunaan, dapat membuat konsumen merasa puas dan cenderung berkelanjutan menggunakan *e-wallet* ini. Keandalan dalam memberikan layanan sesuai dengan harapan konsumen juga menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pengguna dompet digital. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan harapan dapat mengakibatkan ketidakpuasan *user*.

Penelitian yang dilakukan oleh [8] yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi DANA sebagai Penyedia Jasa Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)” memiliki tujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan para konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA sebagai penyedia jasa *digital wallet*, dengan mempertimbangkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu jaminan (*assurance*), bukti langsung (*tangibles*), ketanggapan

(*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan empati (*empathy*). Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan metode survei berdasarkan teknik perolehan sampel *non-probability sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja aplikasi DANA dalam pelayanan kepada konsumen dinilai baik dengan hasil rata-rata total sebesar 4,09, sementara harapan konsumen pada kualitas layanan termasuk pada kategori sangat tinggi dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 4,7. Meskipun demikian, nilai rata-rata total GAP sebesar -0,61, yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan DANA dinilai biasa oleh konsumen. Nilai rata-rata total *importance performance* sebesar 87%, memperlihatkan bahwa kepuasan konsumen pada kualitas layanan dari semua dimensi belum memuaskan.

Dalam studi berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri)" [9], dikemukakan bahwa ketika *user* mengalami manfaat yang konkret, seperti efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi, para pengguna lebih condong untuk menggunakan dan mengadopsi *e-wallet*, khususnya ShopeePay. Untuk meningkatkan adopsi dan minat ShopeePay di kalangan milenial, disarankan agar perusahaan berfokus pada pengembangan layanan dan fitur-fitur dapat yang mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi. Dengan memprioritaskan kelancaran proses transaksi, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, dan petunjuk yang jelas, ShopeePay bisa menciptakan pengalaman positif bagi pengguna, yang pada gilirannya akan meningkatkan penerimaan *e-wallet* secara menyeluruh dan mendorong penggunaan berulang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak dari persepsi manfaat dan kemudahan yang dirasakan terhadap niat penggunaan dompet digital ShopeePay di kalangan karyawan PT Sarana Utama Adimandiri. Metodologi penelitian melibatkan penggunaan survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada karyawan aktif yang menggunakan dompet digital ShopeePay di perusahaan tersebut. Data yang berhasil terkumpul kemudian akan dianalisis melalui teknik analisis regresi yang kemudian akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Persepsi manfaat dan kemudahan yang dipersepsikan telah diidentifikasi sebagai variabel independen yang berpotensi memengaruhi minat karyawan dalam menggunakan *digital wallet* ShopeePay.

Hasil yang dapat diambil dari hasil penelitian ini menyoroti kebutuhan mendesak untuk meningkatkan persepsi manfaat dan kemudahan yang dirasakan oleh karyawan dalam menggunakan *digital wallet* ShopeePay. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara karyawan menilai manfaat dan kemudahan, perusahaan dapat merancang strategi

yang lebih efektif untuk memacu peningkatan penggunaan *digital wallet* ShopeePay di kalangan karyawan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepuasan karyawan terhadap penggunaan *digital wallet* ShopeePay secara keseluruhan.

Menurut penelitian oleh [10] yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Enjoyment* Terhadap *Repeat Usage E-wallet* Gopay Melalui *Trust* pada Generasi Milenial di Surabaya,” penggunaan aplikasi berbasis *online* tidak selalu memenuhi ekspektasi yang diharapkan oleh *user*, dan tidak selalu efektif dalam mengatasi masalah yang dihadapinya. Sehingga menyebabkan penurunan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan, yang kemudian berdampak pada kurangnya minat pengguna untuk menggunakan kembali layanan Gopay.

Pengguna mengalami keandalan dan kekomplitan informasi dari perusahaan melalui aplikasi Gopay, membangun kepercayaan terhadap layanan dan mendukung kelancaran aktivitas pembayaran. Kepercayaan ini diperkuat oleh jaminan yang diberikan Gopay sebagai realisasi janji-janji. Sebagai hasilnya, pengguna setia terhadap layanan Gopay dan cenderung memilihnya untuk transaksi pembayaran. Kepercayaan ini berperan kunci dalam menilai layanan berbasis *online*, di mana kenyamanan yang diberikan oleh layanan tersebut menciptakan persepsi pengguna terhadap kemampuannya dalam meminimalkan risiko, mendorong para *user* agar terus menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan uji empiris terhadap pengaruh kualitas layanan dan kenyamanan terhadap penggunaan ulang dompet digital Gopay, dengan mempertimbangkan peran perantara kepercayaan. Metode penelitian yang diterapkan adalah kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Populasi penelitian mencakup *user* milenial layanan *e-wallet* Gopay di Kota Surabaya. Pengumpulan dan analisis data dilakukan melalui bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0 dengan menggunakan model *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

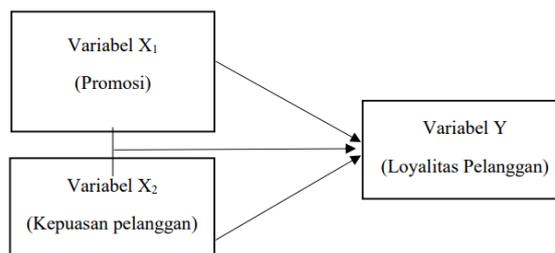
Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan *e-service* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan ulang, namun memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Sebaliknya, tingkat kepuasan *enjoyment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada *repeat usage*, tetapi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *trust*. Kepercayaan diakui memiliki pengaruh yang signifikan pada penggunaan ulang, serta berfungsi sebagai mediator antara tingkat kepuasan *enjoyment* dan kualitas layanan *e-service* terhadap *repeat usage*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [11], berjudul “Kualitas Layanan *Fintech* Dompot Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano Selama Covid-19 Tahun 2022 (Studi Kasus

Pada *Fintech* Dompot Digital ShopeePay Dan GoPay Di Kota Bandung),” penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman mengenai pandangan pelanggan terhadap penggunaan pembayaran digital, khususnya ShopeePay dan Gopay. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak pandemi COVID-19, yang mendorong masyarakat agar meminimalisir aktivitas-aktivitas di luar rumah dan beralih ke transaksi melalui teknologi digital. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah generasi milenial dan Z. Fokus penelitian mencakup evaluasi tingkat kepuasan pengguna dompet digital dengan menerapkan model Kano, serta identifikasi layanan yang perlu ditingkatkan di masing-masing aplikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna ShopeePay berdasarkan kualitas layanannya mencapai 77,38%, masuk dalam kategori harap, sementara Gopay mencapai 92,98%, masuk dalam kategori suka. Melalui penerapan model Kano, kedua dompet digital tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori *indifference*, *one dimensional*, dan *must be*. Rekomendasi perbaikan termasuk peningkatan pada fitur layanan seperti rekomendasi produk, fitur ulasan, fitur informasi, dan sebagainya pada kedua aplikasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh [2] yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Wallet* (Dana) di Kota Cimahi, Jawa Barat” menunjukkan bahwa promosi dan kepuasan pelanggan mengambil bagian penting terhadap loyalitas pelanggan terhadap penggunaan dompet digital, khususnya pada penelitian ini adalah aplikasi DANA. Penelitian ini menggunakan populasi data dengan rentang usia 20–34 tahun sehingga masuk dalam kategori generasi milenial dan Z. Batasan wilayah pada penelitian ini adalah kota di Jawa Barat, yaitu kota Cimahi.



Gambar 4 Paradigma Penelitian [2]

Penelitian ini menggunakan metode dengan melakukan tiga kali proses penelitian dengan menggunakan dua objek yaitu promosi dan kepuasan pelanggan yang mana pada proses yang terakhir kedua objek akan dihubungkan langsung dengan variabel yang dituju.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai rata-rata untuk promosi adalah 167,1, berada dalam kategori cukup (interval 132-172), sementara kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata 176,

masuk dalam kategori baik (interval 173-213). Secara keseluruhan, nilai rata-rata keduanya adalah 167, termasuk dalam kategori cukup. Dari hasil tersebut, bisa disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan promosi secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan.

Analisis literatur selanjutnya telah dilakukan oleh [3] dengan judul "Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan *Financial Technology E-wallet*." Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk loyalitas konsumen dalam memanfaatkan teknologi *digital wallet*. Penggunaan *financial technology e-wallet* semakin populer karena memberikan kemudahan bagi konsumen pada saat melakukan berbagai jenis pembayaran, baik secara *offline* maupun *online*. Berdasarkan catatan Bank Indonesia, transaksi melalui berbagai platform teknologi finansial *digital wallet* telah meningkat signifikan, dan tren ini diprediksi terus berkembang seiring dengan munculnya masyarakat tanpa uang tunai. Dengan melihat peluang bisnis yang besar pada platform *e-wallet*, terutama di kalangan generasi Z yang aktif menggunakan teknologi dan selalu mencari kenyamanan dalam melaksanakan kegiatan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis faktor-faktor pembentuk loyalitas termasuk kepuasan pengguna *e-wallet* khususnya oleh generasi Z. Data yang dimanfaatkan pada penelitian ini mencakup 238 data yang diambil melalui pengisian kuesioner.

Hasil penelitian yang diungkapkan menunjukkan bahwa pandangan positif konsumen menjadi sorotan utama. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini melibatkan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *e-loyalty*, *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-satisfaction*. Meskipun seluruh variabel tersebut mendapat respons positif dari konsumen, terdapat suara kritis yang menyatakan bahwa *digital wallet* belum sepenuhnya memberikan manfaat yang maksimal bagi para *user*. Oleh karena itu, tantangan ini memicu perlunya upaya keras dari para penyedia layanan untuk terus meningkatkan setiap aspek layanan yang mereka tawarkan, termasuk peningkatan kualitas, inovasi, dan kenyamanan pengguna.

Di samping itu, ditemukan bahwa *e-wallet* memiliki potensi untuk berkembang lebih jauh melalui kerjasama yang lebih erat dengan berbagai pihak, seperti *merchant*, *e-commerce*, dan metode pembayaran lainnya. Kolaborasi yang kuat ini menjadi kunci untuk memperluas cakupan *e-wallet* dalam berbagai sektor bisnis. Penyedia *e-wallet* perlu memperhatikan pengembangan strategi kerjasama yang berkelanjutan untuk menjawab tuntutan pasar yang terus berkembang. Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan *e-wallet* dapat menguasai berbagai jenis pembayaran dan mendukung transformasi digital dalam berbagai lini bisnis secara holistik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran positif tentang pandangan

konsumen terhadap *e-wallet*, tetapi juga memberikan arahan untuk pengembangan masa depan yang lebih baik dalam dunia layanan pembayaran digital.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [12] dengan judul "Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa," memiliki tujuan untuk melihat lebih jauh bagaimana penggunaan *e-wallet* khususnya pada usia rentang mahasiswa atau 19–23 tahun dalam kehidupan sehari-hari. Pengumpulan informasi pada penelitian ini menggunakan interview dengan memfokuskan pada beberapa aspek seperti, tampilan aplikasi, alasan penggunaan *e-wallet* dibandingkan dengan *e-money*, hingga promo yang tersedia di masing-masing platform. Sumber informasi juga didukung dari masing-masing aplikasi *e-wallet*, dalam hal ini adalah OVO, *Gopay*, serta DANA.

Hasil penelitian ini secara signifikan menggambarkan fenomena pesatnya perkembangan *e-wallet*, khususnya di Kota Makassar dan di lingkungan mahasiswa. Pertumbuhan ini terlihat dari ragamnya produk-produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan *e-wallet*, yang tidak hanya mencakup berbagai fitur, tetapi juga memberikan manfaat yang substansial bagi kehidupan sehari-hari mahasiswa. Mahasiswa, sebagai subjek utama penelitian ini, menunjukkan kepuasan yang mencapai tingkat yang memadai terhadap dinamika perkembangan *e-wallet* di Indonesia. Ada tiga faktor utama yang menjadi pilar kepuasan tersebut, yakni promosi menarik yang disediakan oleh aplikasi *e-wallet*, kenyamanan selama proses transaksi, dan kemudahan dalam pengoperasian aplikasi tersebut.

Meskipun mahasiswa memiliki berbagai alasan yang mendorong mereka untuk mengadopsi penggunaan *e-wallet*, penting untuk diakui bahwa sistem pembayaran ini memiliki potensi rentan terhadap risiko peretasan oleh entitas yang tidak memikul tanggung jawab. Faktor keamanan telah menjadi isu yang patut dicermati dalam pengembangan *e-wallet*, dan pemahaman akan potensi risiko ini dapat menjadi landasan bagi penyedia layanan untuk memperkuat dan meningkatkan keamanan data pengguna. Oleh karena itu, walaupun mahasiswa menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, upaya yang berkelanjutan untuk memitigasi risiko peretasan dan memastikan keamanan transaksi menjadi krusial dalam mendukung perkembangan positif *e-wallet* di masa depan.

Dari segi besar, penelitian yang dianalisis menggarisbawahi aspek keselamatan *e-wallet*, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat sebagai elemen kunci yang mendukung kepuasan pengguna. Terdapat konsistensi antara penelitian-penelitian tersebut, yang menyoroti pentingnya faktor-faktor ini dalam memahami penerimaan dan kepuasan pengguna *e-wallet*. Selain itu, seruan yang positif muncul terkait pandangan generasi Z dan milenial terhadap *e-wallet*, dengan variabel

kemudahan dan manfaat menjadi penentu utama pandangan positif ini.

Namun demikian, variasi muncul dalam metode penelitian yang diterapkan oleh setiap studi. Beberapa penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, sementara yang lain mengadopsi metode kuantitatif. Begitu juga, beberapa penelitian mengandalkan survei dan kuesioner, sedangkan yang lain memanfaatkan analisis data sekunder. Perbedaan ini menekankan kompleksitas pasar *e-wallet* dan kebutuhan untuk memahami keragaman pengalaman pengguna.

Meskipun mayoritas penelitian menunjukkan pandangan positif, ada catatan kritis dalam beberapa studi. Risiko keamanan dan ketidakpuasan pengguna terhadap layanan tertentu diidentifikasi sebagai tantangan yang perlu diatasi. Kritik ini memberikan perspektif kritis terhadap kepuasan pengguna dan menekankan bahwa tidak semua aspek layanan *e-wallet* memenuhi harapan pengguna.

Secara keseluruhan, penelitian menyintesis temuan-temuan ini dengan menekankan bahwa kepuasan pengguna *e-wallet* merupakan hasil dari interaksi yang kompleks antara faktor-faktor tertentu. Diperlukan sinergi antara kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan tingkat kepercayaan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan. Oleh karena itu, peningkatan terus-menerus pada fitur dan layanan, bersama dengan fokus pada keamanan dan kenyamanan pengguna, menjadi kunci untuk meraih tingkat kepuasan yang lebih baik di tengah beragamnya preferensi pengguna dan perkembangan teknologi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis sejumlah penelitian terkait pemanfaatan *e-wallet*, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna tergantung pada elemen-elemen kunci seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi, dan tingkat kepercayaan. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z dan milenial, seperti mahasiswa dan juga karyawan perusahaan umumnya memiliki pandangan positif terhadap *e-wallet*, walaupun tingkat kepuasan dapat bervariasi.

Faktor-faktor seperti manfaat, kemudahan, dan persepsi risiko memegang peran signifikan dalam penggunaan *e-wallet*, sebagaimana yang diidentifikasi dalam penelitian terkait generasi Z di Kota Tasikmalaya. Lebih lanjut, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kemudahan dan persepsi manfaat, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian berkaitan dengan OVO.

Penelitian tentang ShopeePay menyoroti urgensi pengembangan fitur dan layanan yang meningkatkan kelancaran kegiatan transaksi, kemudahan transaksi, dan antarmuka yang ramah pengguna untuk meningkatkan minat dan adopsi. Di sisi lain, studi terkait *Gopay* menekankan peran sentral kepercayaan

dalam penggunaan kembali *e-wallet* oleh generasi milenial di Surabaya.

Penerapan model Kano pada ShopeePay dan *Gopay* mengindikasikan bahwa beberapa aspek dalam layanan *e-wallet* dapat dikelompokkan sebagai harap dan suka, dengan rekomendasi perbaikan yang ditujukan pada fitur-fitur tersebut. Penelitian yang melibatkan mahasiswa di Kota Makassar juga menunjukkan bahwa perkembangan *e-wallet* mendapat respon positif, dengan faktor kepuasan melibatkan promo, kenyamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan aplikasi.

Melalui kajian literatur ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa adopsi dan kepuasan pengguna *e-wallet* tergantung pada sejumlah faktor, seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi, dan tingkat kepercayaan. Pentingnya pengembangan fitur dan pelayanan yang memuaskan, bersama dengan upaya meningkatkan kepercayaan pengguna, menjadi faktor kunci dalam memperoleh dukungan dan kepuasan dari berbagai kelompok pengguna, termasuk generasi Z dan milenial, seperti karyawan perusahaan serta kalangan mahasiswa. Selain itu, juga perlu dipertimbangkan implikasi dari temuan penelitian ini. Adanya variasi dalam tingkat kepuasan antara generasi Z dan milenial menunjukkan perlunya pendekatan yang disesuaikan dalam pengembangan *e-wallet* untuk mencapai penerimaan yang optimal. Oleh karena itu, perusahaan *fintech* dapat mempertimbangkan strategi yang lebih terfokus dan disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan khusus dari setiap kelompok pengguna.

Penelitian lebih lanjut juga dapat memperdalam pemahaman terkait faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan kepuasan pengguna *e-wallet* di tengah perubahan dinamika pasar dan perkembangan teknologi terkini. Selain itu, eksplorasi lebih lanjut dapat difokuskan pada inovasi-inovasi terbaru dalam layanan *e-wallet* dan upaya penyedia layanan untuk memenuhi ekspektasi serta kebutuhan pengguna.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. S. Karashchuk, E. A. Mayorova, A. F. Nikishin, and O. V. Kornilova, "The Method for Determining Time-Generation Range," *Sage Open*, vol. 10, no. 4, pp. 1–8, Oct. 2020, doi: 10.1177/2158244020968082.
- [2] D. Dirgantara Asikin and E. Nurshyfa, "Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet (Dana) di Kota Cimahi, Jawa Barat (The Influence of Promotions and Customer Satisfaction on E-Wallet Customer Loyalty (Dana) in Cimahi City, West Java)," *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi (SIMO)*, vol. 4, no. 2, pp. 101–113, Oct. 2023, doi: 10.35912/simo.v4i2.1306.
- [3] A. Safarudin, L. Kusdibyoy, and W. Senalasar, "Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet," in *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, Bandung, Aug. 2020, pp. 1073–1078.
- [4] A. Meilasari-Sugiana, S. Dharma Negara, and H. Yew-Foong, *Financial Technology Adoption In*

- Greater Jakarta Patterns, Constraints and Enablers*. ISEAS Publishing, 2022. [Online]. Available: <http://bookshop.iseas.edu.sg>
- [5] T. C. Aprilia, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Dompot Digital Gopay di DKI Jakarta," UPN Veteran Jakarta, 2020.
- [6] D. Indriyani and H. Sartika, "Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19," *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, vol. 6, no. 1, pp. 68–74, Mar. 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- [7] A. S. Ardani and T. R. Pamikatsih, "Analisis Kepuasan Konsumen Dompot Digital OVO Dipengaruhi Faktor Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Promosi," *Journal Transformation of Mandalika*, vol. 4, no. 9, pp. 558–566, Oct. 2023.
- [8] F. Hasanah, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi DANA sebagai Penyedia Jasa Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)," UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- [9] I. S. Pratiwi, D. Fitria, and Burhanudin, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri)," *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, vol. 3, no. 3, pp. 3795–3804, 2023.
- [10] B. A. D. Safitri and N. Azizah, "Pengaruh E-Service Quality dan Enjoyment Terhadap Repeat Usage E-wallet Gopay Melalui Trust pada Generasi Milenial di Surabaya," *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 2, no. 2, Feb. 2021.
- [11] C. A. W. Purba, N. Trianasari, and D. P. Ramadhani, "Kualitas Layanan Fintech Dompot Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano Selama Covid-19 Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Fintech Dompot Digital ShopeePay Dan GoPay Di Kota Bandung)," *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, pp. 138–155, 2023.
- [12] H. H. Nawawi, "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Emik*, vol. 3, no. 2, pp. 189–205, Dec. 2020.