

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *E-Wallet*

E-wallet atau dompet digital merupakan layanan elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran dan dapat digunakan untuk menyimpan dana untuk pembayaran (BI Institute, 2023). Dompet elektronik dikatakan sah apabila sudah menerima izin dari Bank Indonesia yang telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016. Untuk menggunakan dompet digital, para penggunanya perlu terhubung ke internet melalui perangkat elektronik karena semua transaksi dilakukan secara *online*. Dengan menggunakan dompet digital, pengguna dapat menyimpan, mengirim, dan menarik uang secara tunai. *E-wallet* juga dapat digunakan untuk pembayaran pada *online store* ataupun *offline store* (Syifa, N., & Tohang, V., 2020).

Berikut merupakan kelebihan menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran:

1. Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah
2. Pembayaran menggunakan *e-wallet* memberikan kebebasan kepada pengguna untuk melakukan transaksi tanpa harus membawa kartu fisik
3. Beberapa *e-wallet* memberikan diskon atau *cashback* kepada penggunanya yang menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran.
4. Riwayat transaksi tercatat sehingga pengguna dapat melacak setiap pemasukan dan pengeluaran

Walaupun memiliki banyak kelebihan namun *e-wallet* juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pengguna diharuskan terhubung dengan internet karena transaksi harus dilakukan secara *online*.
2. Belum semua *merchant* atau toko menerima pembayaran menggunakan *e-wallet*
3. Beberapa *e-wallet* memiliki biaya admin ketika melakukan transaksi
4. Penggunaan atas *e-wallet* yang sangat mudah meningkatkan gaya hidup konsumtif

2.2 Service Quality

Kualitas pelayanan sangat penting untuk mempertahankan sebuah bisnis ataupun menarik pengguna. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan merupakan fitur ataupun karakter yang dimiliki suatu produk atau layanan yang diharapkan mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Keberadaan kualitas pelayanan sangat penting untuk selalu dijaga dan dipertahankan agar mampu mendapat kepercayaan dari pengguna. Ketika kualitas pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka pengguna akan merasa puas.. Menurut Zeithaml et al. (1985), terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur atau menilai kualitas pelayanan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability merupakan kemampuan suatu perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

2. *Responsiveness* (Tanggap)

Responsiveness merupakan kemampuan perusahaan untuk menyediakan pelayanan dengan tepat waktu, sesuai keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

3. *Assurance* (Jaminan)

Assurance merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pengetahuan dan kepercayaan serta mampu untuk menjaga rahasia

4. *Emphaty* (Empati)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan untuk bersifat memberti perhatian dan pelayanan individu kepada konsumen

5. *Tangible* (Keberwujudan)

Tangible merupakan penampilan atau fasilitas fisik dan peralatan dan perlengkapan serta penampilan karyawan saat melayani konsumen.

2.3 E-Service Quality

E-Service quality merupakan pengembangan dari *service quality*. *E-service quality* adalah sejauh mana sebuah situs atau aplikasi mampu memberikan fasilitas dalam pembelian yang dilakukan secara online dengan efisien dan efektif (Parasuraman et al., 2005). Kualitas layanan elektronik merupakan penilaian yang

diberikan oleh konsumen terhadap layanan yang mereka terima melalui media elektronik. Menurut Zeithaml (2002), kualitas layanan elektronik adalah tingkat efektifitas dan efisiensi yang dirasakan oleh konsumen ketika menggunakan suatu layanan elektronik mulai dari tahap pembelian sampai tahap penerimaan barang. Parasuraman et al. (2005) membentuk dimensi yang disebut sebagai *E-S-QUAL* yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik dari sebuah situs atau layanan dengan empat dimensi, diantaranya adalah:

1. *Efficiency*

Efficiency berkaitan dengan kemudahan dan kecepatan ketika konsumen mengakses layanan atau situs

2. *Fulfillment*

Fulfillment berkaitan dengan sejauh mana layanan mampu memenuhi pesanan sesuai dengan yang dijanjikan

3. *System availability*

System availability berkaitan dengan seberapa baik fungsi teknik dari sebuah layanan atau situs berfungsi normal

4. *Privacy*

Privacy berkaitan dengan keamanan suatu situs atau layanan terhadap informasi pengguna yang sifatnya pribadi dan kemampuan situs dalam memberikan keamanan bagi pengguna ketika menggunakan layanan.

Tabel 2. 1

Indikator *E-service Quality*

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
<i>E-Service Quality and Repurchase Intention of Online Travel Agents in DKI Jakarta</i>	Marina et al. (2020)	<i>Efficiency</i>	Aplikasi mudah menemukan kebutuhan pelanggan
			Aplikasi mudah untuk dioperasikan
			Aplikasi mampu menyelesaikan transaksi dengan cepat

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			Aplikasi menampilkan informasi dengan lengkap
			Aplikasi cepat untuk <i>sign in</i> atau <i>log in</i>
			Aplikasi dapat login dengan mudah dan cepat
		<i>Fulfillment</i>	Aplikasi mengirimkan pesanan dengan tepat waktu
			Aplikasi mengirimkan pesanan dengan sesuai
			Aplikasi selalu tersedia untuk digunakan
			Aplikasi jujur dalam memberikan penawaran
			Aplikasi memungkinkan untuk melakukan perubahan reservasi dan pembatalan
			Aplikasi menyediakan beragam metode pembayaran
		<i>System Availability</i>	Sistem pada aplikasi selalu tersedia dan dapat diakses dengan baik
			Aplikasi tidak mudah <i>error</i> atau <i>crash</i>
		<i>Privacy</i>	Aplikasi melindungi informasi mengenai transaksi yang dilakukan
			Aplikasi menjaga informasi pribadi
			Aplikasi melindungi metode pembayaran yang digunakan

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
<i>The Effect of Electronic Word of Mouth and Electronic Service Quality on Purchase Intention of Ticket Citilink Indonesia Airlines</i>	Akbar et al. (2021)	<i>Efficiency</i>	Situs menyediakan yang dibutuhkan
			Situs mudah untuk membeli tiket kapanpun dan dimanapun
			Situs lebih mudah dan cepat untuk membeli tiket
			Informasi tertata dengan baik
			Situs sederhana dan mudah digunakan
			Proses <i>loading</i> untuk membuka halaman situs sangat cepat
			Situs dapat diakses dengan cepat
			Situs tertata dengan baik
		<i>System Availability</i>	Situs selalu tersedia untuk mendukung kebutuhan
			Situs beroperasi dengan baik
			Situs mudah dan lancar untuk diakses
			Situs tidak mengalami <i>freeze</i> saat mengumpulkan informasi
		<i>Fulfillment</i>	Situs memberikan apa yang saya pesan
			Informasi pada situs dapat diakses kapan saja
			Situs cepat dalam merespon apa yang dipesan
			Ketersediaan kursi sesuai dengan informasi yang tertera pada situs

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			Situs menyediakan informasi sesuai dengan yang ditawarkan
			Situs memenuhi janji mengenai pesanan
		<i>Privacy</i>	Situs mengamankan informasi tentang transaksi yang saya lakukan
			Situs menyediakan produk dan layanan dengan akurat
			Situs menjaga informasi personal milik saya
			Situs menjaga metode pembayaran yang saya gunakan untuk bertransaksi
		<i>Functional Quality and Hedonic Quality: A Study Dimensions of E-Service Quality in online travel agencies</i>	Bernando et al. (2012)
<i>Easy to navigate on this site</i>			
<i>Enables to complete transaction quickly</i>			
<i>Information on this site is well presented</i>			
<i>The pages load quickly on this site</i>			
<i>It is easy to get on to this site quickly</i>			
<i>System Availability</i>	<i>This site always available for business</i>		
	<i>This site doesn't crash</i>		
<i>Fulfillment</i>	<i>This site makes items available for delivery ontime</i>		

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			<i>The site deliver the items I order</i>
			<i>The site has the stocks of items the company claims to have.</i>
			<i>This site is truthful about its offerings</i>
			<i>The site allows me to reserve or cancellations</i>
			<i>All services to individual customer are available</i>
		<i>Privacy</i>	<i>The site protects information about my shopping behaviour</i>
			<i>This site doesn't share my personal information with other sites</i>
			<i>The site protects information about my credit card</i>
<i>E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest: A Study of E-Service Quality and Brand Image on Shopee</i>	Andrew M. (2019)	<i>Efficiency</i>	Mudah menemukan produk yang diutuhkan
			Informasi pada situs terorganisir dengan baik
		<i>Fulfillment</i>	Pesanan dikemas dan dikirim sesuai dengan waktu yang dijanjikan
			Stok barang sesuai dengan yang diinfokan pada aplikasi
		<i>System Availability</i>	Sistem tersedia untuk kegiatan jual-beli
			Tidak terjadi <i>error</i> atau <i>crash</i> saat digunakan
		<i>Privacy</i>	Data pribadi dilindungi

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			Data kartu kredit dan data transaksi dilindungi
Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen	Orientani & Jumhur (2017)	<i>Efficiency</i>	Situs mudah menemukan apa yang diinginkan pada situs
			Situs mudah didapatkan dimana saja
			Situs memungkinkan untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat
			Semua informasi di situs web terorganisir dengan baik
			Situs memuat halaman dengan cepat
			Situs mudah didapat dengan cepat
			Situs web terorganisir dengan baik
		<i>Fulfillment</i>	Situs web mengirimkan perintah sesuai yang dijanjikan
			Situs web dengan cepat memberikan apa yang dipesan
			Situs web memberikan penawaran yang dapat dipercaya
			Situs web memberikan janji yang tepat
		<i>System Availability</i>	Situs web selalu tersedia
			Situs web tidak load dan berjalan dalam waktu singkat
Halaman pada situs tidak			

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			membeku atau <i>freeze</i>
			Situs web tidak mengalami <i>crash</i>
		<i>Privacy</i>	Situs melindungi semua informasi tentang saya
			Situs ini tidak berbagi informasi pribadi saya kepada orang lain
			Situs melindungi informasi tentang kartu kredit saya

Sumber: Hasil Olahan Penulis

2.4 E-Word Of Mouth

WOM (*Word of Mouth*) adalah komunikasi dari mulut ke mulut tentang pandangan ataupun penilaian seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang tujuannya untuk memberikan informasi secara personal (Fakhrudin et al., 2021). *Word of Mouth* dianggap sebagai promosi yang ampuh karena didasari oleh pengalaman seseorang, puas atau tidak puasnya terhadap suatu produk atau layanan dan dapat menjadi media iklan bagi perusahaan (Prayustika, P. A., 2017). Namun dengan berkembangnya teknologi, komunikasi tersebut dapat dilakukan melalui media sosial dimana dengan adanya media sosial, konsumen dapat mengungkapkan pendapatnya mengenai suatu produk dengan bebas kapanpun dan dimanapun dan perilaku ini disebut sebagai *e-word of mouth*.

Electronic word of mouth merupakan bagian pemasaran yang menggunakan internet yang memberikan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha sebagai tujuan dari pemasaran (Kotler & Armstrong, 2018). Menurut Hennig-Thurau et al. (2004), *e-word of mouth* merupakan pernyataan positif maupun negatif yang diberikan oleh konsumen, baik calon konsumen maupun mantan konsumen mengenai suatu produk maupun layanan yang dapat diakses dengan mudah melalui situs *online*. *E-Word of Mouth* dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian pada suatu produk maupun layanan (Sari & Husein, 2017). Menurut Huete-Alcocer, N. (2017) terdapat beberapa perbedaan

pada WOM (*Word of Mouth*) dan E-WOM (*Electronic Word of Mouth*) diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pada *word of mouth*, penerima informasi mengetahui dengan jelas siapa pemberi informasi tersebut karena bertemu secara langsung. Sedangkan *e-word of mouth*, tidak diketahui dengan jelas siapa pemberi informasi tersebut.
2. Pada *word of mouth*, percakapan adalah *private* (bersifat rahasia) dan dilakukan percakapan dilakukan secara langsung pada waktu itu juga. Sedangkan *e-word of mouth*, informasi yang dibagikan tidak bersifat rahasia dan dapat dilihat oleh siapa saja dan kapan saja
3. Pada *word of mouth*, informasi menyebar dengan lambat karena pemberi informasi harus hadir kapan saja informasi tersebut dibagikan. Sedangkan *e-word of mouth*, informasi menyebar dengan sangat karena menyebar melalui jaringan internet.

Terdapat tiga dimensi *electronic word of mouth* menurut Goyette et al. (2010) dalam Cung et al. (2023) , diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Intensity*

Intensity atau intensitas merupakan banyaknya ulasan yang diberikan oleh konsumen pada situs jaringan sosial

2. *Valance Opinion*

Valance of Opinion merupakan pendapat konsumen mengenai suatu situs atau layanan. *Valance of Opinion* biasanya berupa pernyataan positif dan negatif.

3. *Content*

Content merupakan informasi yang mengenai situs atau layanan dapat berupa informasi mengenai variasi produk, kualitas produk, dan harga yang ditawarkan.

Tabel 2. 2

Indikator *E-Word Of Mouth*

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Musa Café Kupang)	Nyoko et al. (2021)	<i>Intensity</i>	Frekuensi mengakses sebuah informasi pada jejaring sosial
			Frekuensi Interaksi antara pengguna
			Banyak ulasan yang ditulis
		<i>Valence of Opinion</i>	Komentar positif dari pengguna
			Rekomendasi pada jaringan sosial
			Komentar negatif pada jaringan sosial
		<i>Content</i>	Informasi kualitas café dalam situs
			Informasi harga yang ditawarkan oleh café pada situs
			Informasi mengenai kenyamanan, pelayanan, serta kebersihan cafe
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Kepuasan Pengguna terhadap Niat Beli Ulang Pengguna Shopee.	Cung et al. (2023)	<i>Intensity</i>	Frekuensi mengakses dari media sosial
			Frekuensi interaksi dengan pengguna
			Banyak ulasan yang ditulis oleh pengguna
		<i>Valence of Opinion</i>	Komentar positif dari pengguna media sosial
			Rekomendasi dari pengguna media sosial
			Komentar negatif dari pengguna

Judul	Penulis	Dimensi	Indikator
			media sosial
			Berbicara hal-hal negatif dari pengguna media sosial
		<i>Content</i>	Informasi pilihan produk
			Informasi kualitas produk
			Informasi mengenai harga yang ditawarkan
			Informasi mengenai keamanan transaksi dan situs jejaring internet yang disediakan
		<i>The Effect of Service Quality and Electronic Word of Mouth Towars the Loyalty Through Brand Image (Study on the Customer of Sriwijaya Air in Indonesia)</i>	Jaman et al. (2019)
<i>Frequency of interaction with other users</i>			
<i>The number of reviews on the internet</i>			
<i>Content</i>	<i>Information about the price of Sriwijaya Air</i>		
	<i>Information about the security of Sriwijaya Air</i>		
	<i>Information about the punctuality of Sriwijaya Air</i>		
<i>Valence of Opinion</i>	<i>Positive comments about Sriwijaya Air on the internet</i>		
	<i>Recommendation from other users</i>		
	<i>Feel worried if you do not read reviews</i>		
	<i>Feel confident after reading reviews</i>		

Sumber: Hasil Olahan Penulis

2.5. Niat Pakai Ulang

Menurut Kotler & Keller (2016) *reuse intention* adalah keadaan dimana konsumen merasa puas terhadap suatu produk atau layanan yang sesuai dengan harapannya yang kemudian menciptakan kepuasan dan mendorong terjadinya pembelian ulang terhadap produk dimasa yang akan datang. Menurut Ladkoom & Bundit Thanasopon (dalam Damayanti, 2022), niat pakai ulang adalah keinginan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa terus menerus setelah konsumen pernah membeli atau menggunakannya. Niat menggunakan kembali merupakan keputusan pribadi konsumen untuk melakukan penggunaan berulang pada suatu produk atau jasa dengan mempertimbangkan kondisi yang dihadapi. Menurut Malhotra et al. (dalam Anshori et al., 2022) terdapat tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur niat pakai ulang, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan platform yang sama dengan yang konsumen gunakan saat ini
2. Tidak akan mencari alternatif *platform* lain
3. Tidak mengurangi penggunaan terhadap platform dalam beberapa bulan kedepan.

Tabel 2. 3

Indikator Niat Pakai Ulang

Judul	Penulis	Indikator
<i>A Study on The Factors Affecting Satisfaction and Reuse Intention among Customers Using O2O Delivery in China</i>	Zhang & Kim (2021)	<i>I will choose to sell platform outside even if other platforms appear</i>
		<i>I would like to recommend selling platforms to others</i>
		<i>I Will continue to use the platform</i>
<i>An empirical study on behavioural intention to reuse e-learning system in rural China</i>	Li et al. (2011)	<i>Assuming that I had access to e-learning system, I intend to reuse it</i>
		<i>Given that I had access to the e-learning system, I predict that I would</i>

Judul	Penulis	Indikator
		<i>reuse it</i>
		<i>I would reuse the e-learning system to assist my self-study.</i>
<i>How Locus Of Control Shapes Intention To Reuse Mobile Apps For Making Reservation: Evidence From Chinese Consumer</i>	Fong et al. (2017)	<i>In the future, i intend to make reservation using mobil apps</i>
		<i>I will try to make reservation using mobile apps</i>
		<i>Frequently, i plan to make reservation using mobile apps</i>
<i>Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust, dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Tokopedia</i>	Bernarto et al. (2018)	Saya akan melakukan pembelian kembali pada Tokopedia
		Saya akan memberikan informasi terkait kartu kredit
		Saya mengunjungi Tokopedia di waktu yang akan datang
<i>Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce</i>	Prasetyo et al. (2022)	Saya terus menggunakan <i>e-commerce</i> untuk memenuhi kebutuhan saya
		Kemungkinan besar saya akan berbelanja kembali pada <i>e-commerce</i>
		Saya memilih menggunakan <i>e-commerce</i> dikemudian hari
		Jika akan berbelanja, saya akan menggunakan <i>e-commerce</i>

Sumber: Hasil Olahan Penulis

2.6 Hubungan Antar Variabel

Berikut ini dijabarkan hubungan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

2.6.1 Hubungan *E-Service Quality* dengan Niat Pakai Ulang

Berdasarkan penelitian terdahulu, hubungan *e-service quality* dengan niat pakai ulang dapat dilihat pada **Tabel 2.4** dibawah ini.

Tabel 2. 4

Penelitian Terdahulu mengenai Hubungan *E-Service Quality* dengan Niat Pakai Ulang

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
1	<i>E- Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> Pada Travel Agent Online di Wilayah DKI Jakarta	Marina et al. (2020)	<i>E-service quality</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>repurchase intention</i> .
2	<i>The Influence of E-Service Quality on Repurchase Intention Consumer LinkAja</i>	Saragih et al. (2021)	<i>E-Service quality</i> memberikan pengaruh positif terhadap niat beli ulang
3	Peningkatan Niat Beli Ulang melalui <i>E-service Quality</i> (studi pada konsumen Bukalapak).	Setiawardani et al. (2023)	<i>E-service quality</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang yang artinya <i>e-service quality</i> dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen
4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> pada Pengguna Aplikasi <i>E-Grocery</i>	Wiatna & Sanaji (2022)	<i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>repurchase intention</i>

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
5	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Satisfaction</i> terhadap Minat Menggunakan Kembali Aplikasi <i>My Blue Bird</i> (Studi pada Masyarakat DKI Jakarta)	Riffari et al. (2023)	<i>E-service quality</i> berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali aplikasi <i>My Blue Bird</i>

Sumber: Hasil Olahan Penulis, (2023)

Pada **Tabel 2.4** dapat dilihat bahwa penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang.

2.6.2 Hubungan *E-Word of Mouth* dengan Niat Pakai Ulang

Berdasarkan penelitian terdahulu, hubungan *e-word of mouth* dengan niat pakai ulang dapat dilihat pada **Tabel 2.5** dibawah ini.

Tabel 2. 5

Penelitian Terdahulu mengenai Hubungan *E-Word of Mouth* dengan Niat Pakai Ulang

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> di Sosial Media Tiktok, Kepercayaan, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Belanja <i>Online</i> (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Semarang)	Parahita & Widyasari (2023)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang.
2	Analisis <i>Experiential Marketing</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	Prabowo & Sari (2022)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>repurchase</i>

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
	pada Penumpang Maskapai Penerbangan di Kota Medan Pasca Pandemi		<i>intention</i>
3	<i>Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Attitude.</i>	Heryana & Yasa (2020)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang.
4	<i>The Influence of Electronic Word of Mouth, Brand Image, and Price on Repurchase Intention of Airline Customers.</i>	Arif (2019)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang.
5	<i>Brand Image As a Mediating Variabel in the Relationship between E-WOM and Repurchase Intention of The Botol Sosro Products</i>	Zharfan et al., (2023)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang produk The Botol Sosro

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

Pada **Tabel 2.5** dapat dilihat bahwa penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *e-word of mouth* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang.

2.6.3 Hubungan *E- Service Quality* dan *E-Word of Mouth* dengan Niat Pakai Ulang

Berdasarkan penelitian terdahulu, hubungan *e-service quality* dan *e-word of mouth* terhadap niat pakai ulang dapat dilihat pada **Tabel 2.6** dibawah ini.

Tabel 2. 6

Penelitian Terdahulu mengenai Hubungan *E-Service Quality* dan *E-Word of Mouth* dengan Niat Pakai Ulang

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
1	<i>The Effect of Electronic Word of Mouth and Electronic Service Quality on Repurchase Intention of Ticket Citilink Indonesia Airlines</i>	Akbar et al., (2021)	<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang
			<i>E-service quality</i> berpengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang
			<i>E-word of mouth</i> dan <i>e-service quality</i> bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang
2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang pada <i>E-Commerce Sociolla</i>	Priyatna et al., (2023)	<i>E-service quality</i> berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang <i>E-commerce Sociolla</i>
			<i>E-word of mouth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang <i>E-commerce Sociolla</i>
			<i>E-service quality</i> dan <i>e-word of mouth</i> bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang <i>E-commerce Sociolla</i>
3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan <i>Electronic Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada PT Rosalia Indah Transport	Duary et al., (2023)	<i>Electronic word of mouth</i> berpengaruh positif terhadap <i>repurchase intention</i>
			<i>Electronic service quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>repurchase intention</i>
			<i>Electronic word of mouth</i> dan

No	Judul	Penulis & Tahun	Hasil Penelitian
			<i>electronic service quality</i> bersama-sama berpengaruh positif terhadap <i>repurchase intention</i>

Sumber: Hasil Olahan Penulis

BAB 3

METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metode dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian terapan atau *applied research* karena bertujuan untuk menemukan solusi atas suatu masalah. Menurut Sekaran & Bougie (2016), *applied research* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengatasi masalah yang sedang terjadi. Pada penelitian ini, masalah yang ditemukan adalah adanya ulasan yang kurang baik mengenai aplikasi *e-wallet* DANA serta ditemukannya pengalaman kurang menyenangkan yang dialami terkait layanan yang diterima oleh pengguna. Untuk menjawab permasalahan tersebut maka pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian eksplanatif atau *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2018) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya. Penelitian ini mengacu pada permasalahan yang terdapat pada *e-service quality* dan *e-word of mouth* pada niat pakai ulang pengguna aplikasi *e-wallet* DANA. Untuk menjawab permasalahan tersebut maka digunakan metode penelitian eksplanatif atau *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2018) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya. Penelitian ini mengacu pada permasalahan yang terdapat pada *e-service quality* dan *e-word of mouth* pada niat pakai ulang pengguna aplikasi *e-wallet* DANA.

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan menyebar kuisioner kepada responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Berdasarkan dimensi dan waktunya, penelitian ini menggunakan *cross-sectional studies* dimana data dikumpulkan dalam satu titik waktu saja, atau mungkin

selama beberapa hari atau minggu atau bulan yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan data dan menemukan jawaban atas penelitian yang dilakukan (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik analisa yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu *software* IBM SPSS Statistic 27.0.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber penelitian (Sugiyono, 2018). Berikut merupakan metode pengumpulan data primer yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dua orang atau lebih, individu maupun kelompok (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada 20 orang yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA untuk bertransaksi. Tujuan dilakukan wawancara ini untuk mengidentifikasi atau mengetahui gejala permasalahan yang ada. Proses wawancara dilakukan secara *online* melalui *chat* di media sosial dan beberapa orang lainnya dilakukan secara langsung pada bulan Oktober 2023

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan, pencatatan, analisis, dan interpretasi terhadap perilaku, tindakan, atau peristiwa yang terjadi (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, observasi dilakukan dengan mencari tahu dan mengamati pengalaman-pengalaman yang dilalui oleh para konsumen ketika menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA melalui kolom ulasan pada *App Store*, media sosial, dan *website* *mediakonsumen.com* yang dilakukan pada bulan Oktober – Desember 2023.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan untuk dijawab oleh para responden yang dirancang untuk mengumpulkan

sejumlah besar data kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, kuesioner dibuat dengan berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah disesuaikan dengan indikator yang dimiliki oleh setiap variabel penelitian dan dibuat dalam bentuk *google form* yang disebarakan kepada para pengguna aplikasi *e-wallet* DANA melalui chat atau direct message media sosial yang disebar pada 16 Desember – 25 Desember 2023.

Penulis juga menggunakan jenis data sekunder berupa studi literatur dari materi-materi berupa jurnal, artikel, penelitian terdahulu, dan materi lain yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder merupakan data yang sumbernya tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, biasanya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2018). Data sekunder biasanya berbentuk catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis media, internet (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data sekunder melalui studi literatur, jurnal, buku, situs website dan penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berkaitan dengan pengaruh *e-service quality* dan *e-word of mouth* terhadap niat pakai ulang.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) populasi merupakan sekelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti dan ingin dicari kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA untuk bertransaksi. Namun dikarenakan tidak diketahui secara pasti jumlah populasi dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka peneliti melakukan pengambilan *sampling* atau sample. *Sampling* adalah pemilihan individu, objek, atau peristiwa secara tepat untuk dijadikan sebagai perwakilan dalam populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Pengambilan *sample* pada penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* tipe *judgmental sampling* karena *sample* pada penelitian ini disesuaikan dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis dengan kriteria responden adalah orang yang pernah mengalami kendala ketika menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA dan/orang yang pernah melihat

review positif maupun negatif mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Apabila orang tersebut tidak pernah mengalami kendala saat menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA namun pernah mendengar atau melihat review positif maupun negatif mengenai aplikasi *e-wallet* DANA maka orang tersebut dapat menjadi bagian dari sample pada penelitian ini.

Dikarenakan populasi orang yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA tidak diketahui jumlah pastinya, maka untuk menentukan jumlah *sample* digunakan rumus sebagai berikut (Aaker et al., 2018) seperti pada **Tabel 3.1** dibawah ini.

Tabel 3. 1

Rumus Aaker

$$n = \frac{0.25 \times Z^2}{(e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran jumlah sample minimum

e = sampling error

Z = interval kepercayaan

Penulis menggunakan perhitungan asumsi dengan *confidence level* sebesar 95% sehingga didapatkan nilai $Z = 1,96$ dengan menggunakan estimasi sampling error sebesar 10%. Berdasarkan rumus tersebut, maka diketahui jumlah minimal sampel adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0,25)}{0.1^2} = 96,04 \approx 97 \text{ responden}$$

Dari perhitungan tersebut, diperoleh hasil jumlah sample minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 97 responden. Adapun jumlah responden yang terkumpul oleh penulis pada penelitian ini adalah berjumlah 224 responden.

3.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel independen atau bebas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) Independen variabel atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu *e-service quality* dan *e-word of mouth*. *E-service quality* diukur menggunakan 4 dimensi dari Parasuraman et al. (2005) yang terdiri dari *efficiency*, *fulfilment*, *system availability*, dan *privacy*. Sedangkan untuk variabel *e-word of mouth* diukur menggunakan 3 dimensi dari Goyette et al. (2010) yang terdiri dari *intensity*, *valance opinion*, dan *content*.

2. Variabel dependen atau terikat

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) dependen variabel merupakan variabel yang digunakan untuk mengukur dan mengidentifikasi variabel lain yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah niat pakai ulang (Y) dengan indikator yang didapatkan dari penelitian terdahulu Malhotra et al. (dalam Anshori et al., 2022).

Pada **Tabel 3.2** dibawah ini, akan dijabarkan operasional variabel dari variabel *e-service quality* (X1) yang berperan sebagai variabel independen. Dimensi yang digunakan berdasarkan teori dimensi *e-service quality* menurut Parasuraman et al. (2005) yang terdiri dari *efficiency*, *fulfilment*, *system availability*, dan *privacy* dengan skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala interval.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel *E-Service Quality*

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
<i>E-Service Quality</i> (X1) <i>E-service quality</i> adalah sejauh mana sebuah situs atau aplikasi mampu memberikan fasilitas dalam pembelian yang dilakukan secara online dengan efisien dan efektif (Parasuraman et al.,	<i>Efficiency</i>	<i>Efficiency</i> berkaitan dengan kemudahan dan kecepatan ketika konsumen mengakses layanan atau situs (Parasuraman et al., 2005)	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memudahkan pengguna untuk menemukan apa yang dibutuhkan	X1.1
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memudahkan pengguna dalam perpindahan menu saat menggunakan aplikasi	X1.2
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat	X1.3
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memiliki informasi yang terorganisir dengan baik	X1.4
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memuat halaman dengan cepat.	X1.5
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA mudah digunakan	X1.6
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memungkinkan pengguna mengakses aplikasi dengan cepat	X1.7

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
2005)			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA terorganisir dengan baik	X1.8
	<i>Fulfillment</i>	<i>Fulfillment</i> berkaitan dengan sejauh mana layanan mampu memenuhi pesanan sesuai dengan yang dijanjikan (Parasuraman et al., 2005)	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menepati sesuai apa yang dijanjikan	X1.9
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA mampu menyelesaikan transaksi dengan jangka waktu yang sudah dijanjikan	X1.10
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menyelesaikan transaksi dengan cepat	X1.11
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memberikan apa yang diinginkan	X1.12
			Memberikan informasi sesuai dengan yang tertera pada aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X1.13
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memberikan informasi sesuai dengan yang ditawarkan	X1.14
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memberikan janji yang akurat	X1.15
<i>System Availability</i>	<i>System availability</i> berkaitan dengan seberapa baik fungsi teknik dari sebuah layanan atau situs	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA selalu tersedia untuk mendukung kebutuhan	X1.16	
		Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA dapat langsung digunakan ketika dibuka	X1.17	

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
		berfungsi normal (Parasuraman et al., 2005)	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA selalu beroperasi dengan baik	X1.18
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA beroperasi dengan baik ketika memasukkan informasi transaksi	X1.19
	<i>Privacy</i>	<i>Privacy</i> berkaitan dengan keamanan suatu situs atau layanan terhadap informasi pengguna yang sifatnya pribadi (Parasuraman et al., 2005)	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menjaga informasi transaksi yang dilakukan	X1.20
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menyimpan data pribadi dengan aman	X1.21
			Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA melindungi metode pembayaran yang digunakan	X1.22

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Pada **Tabel 3.3** dibawah ini, akan dijabarkan operasional variabel dari variabel *e-word of mouth* (X2) yang berperan sebagai variabel independen. Dimensi yang digunakan berdasarkan teori dimensi *e-word of mouth* menurut Goyette et al. (2010) yang terdiri dari *intensity*, *positive valence opinion*, *negative valence opinion*, dan *content* dengan skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala interval.

Tabel 3.3

Operasional variabel *e-word of mouth*

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
<i>Electronic word of mouth</i>	<i>Intensity</i>	Itensitas merupakan banyaknya ulasan yang diberikan oleh konsumen pada situs jaringan sosial	Pengguna lebih sering membicarakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA daripada <i>e-wallet</i> lainnya	X2.1
			Pengguna lebih sering membicarakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA daripada aplikasi lainnya	X2.2
			Pengguna berbicara mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada banyak orang	X2.3
	<i>Valance Opinion</i>	Pendapat mengenai suatu layanan atau situs	Pengguna merekomendasikan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada orang lain	X2.4
			Pengguna membicarakan kelebihan yang dimiliki aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.5
			Pengguna bangga mengatakan bahwa dia adalah pengguna aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.6
			Pengguna sangat menyarankan orang lain untuk bertransaksi menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.7
			Pengguna membicarakan hal-hal positif mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.8

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
			Pengguna memuji aplikasi <i>e-wallet</i> DANA di depan orang lain	X2.9
			Pengguna membahas hal-hal negatif mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.10
			Pengguna mengatakan hal buruk mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada orang lain	X2.11
	<i>Content</i>	Informasi yang mengenai situs atau layanan dapat berupa informasi mengenai variasi produk, kualitas produk, dan harga yang ditawarkan	Pengguna membahas kemudahan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.12
			Pengguna membahas keamanan bertransaksi dari aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.13
			Pengguna membahas biaya ketika melakukan transaksi melalui aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.14
			Pengguna membahas variasi atau fitur yang ditawarkan oleh aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.15
			Pengguna membahas kualitas dari aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.16
			Pengguna membahas kemudahan saat melakukan transaksi melalui aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.17
			Pengguna membahas kecepatan saat melakukan	X2.18

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Initial
			transaksi	
			Pengguna membahas reputasi yang dimiliki aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	X2.19

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Kemudian pada **Tabel 3.4** dibawah ini, akan dijabarkan operasional variabel dari variabel niat pakai ulang (y). Niat pakai ulang dapat diukur melalui empat indikator yang mengacu pada Malhotra et al., (dalam Anshori et al., 2022) dengan skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala interval.

Tabel 3. 4
Operasionalisasi Variabel Niat Pakai Ulang

Variabel	Konsep	Indikator	Initial
Niat Pakai Ulang	Keadaan dimana konsumen merasa puas terhadap suatu produk atau layanan yang sesuai dengan harapannya yang kemudian menciptakan kepuasan dan mendorong terjadinya pembelian ulang terhadap produk dimasa yang akan datang.	Keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kembali	Y.1
		Pengguna tidak akan mencari platform alternatif untuk melakukan pembelian di masa yang akan datang selain aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	Y.2
		Dalam beberapa bulan kedepan, pengguna tidak akan mengurangi penggunaan terhadap aplikasi <i>e-wallet</i> DANA.	Y.3

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

3.5 Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, untuk penilaian hasil jawaban kuisisioner menggunakan *likert scale*. *Likert scale* digunakan untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan suatu pernyataan menggunakan lima poin skala. Menurut Sekaran & Bougie, 2016) teknik pengukuran *likert scale* biasanya berkisar dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai poin 5 (sangat setuju). Penulis akan menggunakan teknik *likert scale* untuk mengetahui setuju atau tidak setuju responden dari pernyataan yang ada pada kuesioner. Berikut merupakan skala yang akan digunakan

Tabel 3. 5

Skala Pengukuran *Likert Scale* Pernyataan Positif

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data Penulis.

Namun dalam penelitian ini, terdapat dua item pertanyaan yang merupakan pernyataan negatif maka perlu dilakukan *transpose* pada skala pengukuran. Kedua item pernyataan tersebut dituliskan dengan initial X2.10 dan X2.11. Untuk menilai pernyataan tersebut, penulis juga menggunakan teknik *likert scale* dengan skala sebagai berikut.

Tabel 3. 6

Skala Pengukuran *Likert Scale* Pernyataan Negatif

1	2	3	4	5
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan ketelitian ilmiah dalam suatu studi penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, *software* yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Versi 27.0. Menurut Ghozali (2018), SPSS digunakan untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan stasistik parametrik maupun non-parametrik.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang dikembangkan mampu mengukur konsep yang diukur. Menurut Ghozali (2018), uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid suatu kuesioner dan dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut mampu mengukur sesuatu yang akan diukur.

Menurut Ghozali (2018), mengukur validitas dapat juga dilakukan dengan melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai dari r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n merupakan jumlah sampel penelitian. Untuk menentukan penilaian validitas dari suatu pertanyaan pada kuesioner ada standar atau kriteria yang ditentukan sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan pada kuesioner dinyatakan tidak valid

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan nilai r tabel sebesar 0,131. Angka tersebut didapatkan berdasarkan jumlah responden yaitu sebanyak 224 dengan signifikansi sebesar 0.05 dan $df = 224 - 2 = 222$. Hasil uji validitas dari 224 responden tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 7
Hasil Uji Validitas

Variabel		Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-service quality</i> (X1)	<i>Efficiency</i>	X1.1	0,714	0,131	Valid
		X1.2	0,587	0,131	Valid
		X1.3	0,647	0,131	Valid
		X1.4	0,600	0,131	Valid
		X1.5	0,551	0,131	Valid
		X1.6	0,626	0,131	Valid
		X1.7	0,587	0,131	Valid
		X1.8	0,577	0,131	Valid
	<i>Fulfillment</i>	X1.9	0,692	0,131	Valid
		X1.10	0,582	0,131	Valid
		X1.11	0,586	0,131	Valid
		X1.12	0,642	0,131	Valid
		X1.13	0,567	0,131	Valid
		X1.14	0,578	0,131	Valid
		X1.15	0,523	0,131	Valid
	<i>System Availability</i>	X1.16	0,687	0,131	Valid
		X1.17	0,637	0,131	Valid
		X1.18	0,596	0,131	Valid
		X1.19	0,603	0,131	Valid
	<i>Privacy</i>	X1.20	0,564	0,131	Valid
X1.21		0,506	0,131	Valid	
X1.22		0,522	0,131	Valid	
<i>E-Word of Mouth</i> (X2)	<i>Intensity</i>	X2.1	0,694	0,131	Valid
		X2.2	0,592	0,131	Valid
		X2.3	0,589	0,131	Valid
	<i>Valence Opinion</i>	X2.4	0,764	0,131	Valid
		X2.5	0,723	0,131	Valid
		X2.6	0,655	0,131	Valid

		X2.7	0,703	0,131	Valid
		X2.8	0,629	0,131	Valid
		X2.9	0,615	0,131	Valid
		X2.10	0,414	0,131	Valid
		X2.11	0,413	0,131	Valid
	<i>Content</i>	X2.12	0,708	0,131	Valid
		X2.13	0,651	0,131	Valid
		X2.14	0,684	0,131	Valid
		X2.15	0,519	0,131	Valid
		X2.16	0,526	0,131	Valid
		X2.17	0,672	0,131	Valid
		X2.18	0,588	0,131	Valid
		X2.19	0,605	0,131	Valid
Niat Pakai Ulang (Y)	Y1	0,918	0,131	Valid	
	Y2	0,908	0,131	Valid	
	Y3	0,879	0,131	Valid	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Berdasarkan hasil dari uji validitas dalam **Tabel 3.7**, menunjukkan bahwa hasil data kuesioner dari 224 responden memiliki hasil r-hitung lebih besar daripada r tabel maka dari itu seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilities

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuisioner bias atau tidak (*error free*) dan mengukur stabilitas dan konsistensi dari alat ukur (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, untuk melakukan uji reliabilitas akan menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 8
Tingkat Reliabilitas

Bobot	Keterangan
< 0,6	Buruk
0,6 – 0,8	Baik
> 0,8	Sangat Baik

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

Tabel 3. 9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Reliability</i>	Titik Kritis	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,914	0,6	Sangat Baik
<i>E-Word of Mouth</i> (X2)	0,910		Sangat Baik
Niat Pakai Ulang (Y)	0,884		Sangat Baik

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan **Tabel 3.9** diatas, terlihat bahwa hasil data kuesioner dari 224 responden meliputi seluruh item pertanyaan variabel *e-service quality*, *e-word of mouth*, dan niat pakai ulang dapat dinyatakan reliabel karena hasil *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai titik kritis 0,6. Selain itu, seluruh item pertanyaan dari ketiga variabel dianggap sangat baik karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0.80.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data

yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang penyajian datanya dapat dilakukan dengan tabel grafik, diagram lingkaran, pictogram, dan lain-lain. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), analisis deskriptif menggunakan rentang skala yang dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

RS = rentang skala

m = skala tertinggi dalam pengukuran

n = skala terendah dalam pengukuran

b = jumlah kategori yang dibentuk

Berdasarkan rumus yang telah dijabarkan diatas maka diperoleh hasil perhitungan dengan skala 1 hingga skala 5 sehingga diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dari hasil perhitungan didapatkan hasil rentang skala sebesar 0,8 sehingga dapat diinterpretasikan seperti pada **Tabel 3.10** dibawah ini.

Tabel 3. 10

Interpretasi Rata-Rata Hitung

Rentang Skala	<i>E-Service Quality</i> (X1)	<i>E-Word of Mouth</i> (X2)	Niat Pakai Ulang (Y)
$1,00 \leq \text{rata rata} \leq 1,80$	Sangat buruk	Sangat buruk	Sangat Rendah
$1,80 \leq \text{rata rata} \leq 2,60$	Buruk	Buruk	Rendah
$2,60 \leq \text{rata rata} \leq 3,40$	Cukup	Cukup	Cukup
$3,40 \leq \text{rata rata} \leq 4,20$	Baik	Baik	Tinggi
$4,20 \leq \text{rata rata} \leq 5,00$	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Namun dikarenakan dalam penelitian ini terdapat dua pernyataan negatif pada variabel *e-word of mouth* maka akan dilakukan *transpose* pada interpretasi rata-rata hitung seperti pada **Tabel 3.11** dibawah ini.

Tabel 3. 11
Interpretasi Rata-Rata Hitung Data *Transpose*

Rentang Skala	<i>E-Word of Mouth</i> (X2)
$1,00 \leq \text{rata rata} \leq 1,80$	Sangat Baik
$1,80 \leq \text{rata rata} \leq 2,60$	Baik
$2,60 \leq \text{rata rata} \leq 3,40$	Cukup
$3,40 \leq \text{rata rata} \leq 4,20$	Buruk
$4,20 \leq \text{rata rata} \leq 5,00$	Sangat Buruk

Sumber: Hasil Olahan Penulis

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik perlu saat melakukan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas untuk memastikan data dapat dioleh dengan baik menggunakan analisis regresi linear berganda.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui apakah variabel memiliki distribusi normal atau tidak dengan melakukan analisis grafik histogram dengan membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dapat juga dengan melakukan *one sample komlogorov-smirnov test* dengan syarat nilai signifikansi $> 0,05$. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan melihat *probability plot* dimana ketika distribusi normal maka pada *probability plot* akan ditemukan satu garis lurus diagonal dan nilai residual akan mengikuti garis lurus diagonal tersebut (Ghozali, 2018).

3.7.2.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolonieritas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap atau homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*. Jika pada grafik terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Namun, apabila pada grafik tidak ditemukan pola yang jelas dan titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sekaran & Bougie (2016) analisis regresi berganda menilai dengan objektif hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen (X) yaitu *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) yang mempengaruhi variabel independen (Y) yaitu niat pakai ulang. Rumus persamaan analisis regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = niat pakai ulang

α = konstanta

$\beta_1 = \text{slope } e\text{-service quality}$

$\beta_2 = \text{slope } e\text{-word of mouth}$

$X_1 = e\text{- service quality}$

$X_2 = e\text{- word of mouth}$

$\varepsilon = \text{error}$

3.7.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen (X) yaitu *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) dalam menerangkan variasi yang dimiliki oleh variabel dependen (Y) yaitu niat pakai ulang secara parsial atau individu. (Ghozali, 2018). Hasil dapat dikatakan memiliki pengaruh secara parsial apabila $p \text{ value} \leq 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ tabel. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 \leq 0$ artinya variabel *e-service quality* (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)
 $H_1 : \beta_1 > 0$ artinya variabel *e-service quality* (X_1) berpengaruh parsial terhadap niat pakai ulang (Y)
2. $H_0 : \beta_2 \leq 0$ artinya variabel *e-word of mouth* (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)
 $H_1 : \beta_2 > 0$ artinya variabel *e-word of mouth* (X_1) berpengaruh parsial terhadap niat pakai ulang (Y)

Kriteria yang akan digunakan dalam uji t berdasarkan perbandingan $p\text{-value}$ dengan level signifikansi yaitu :

1. H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika nilai pada $p\text{-value} \leq 0,05$
2. H_0 diterima dan H_1 ditolak, jika nilai pada $p\text{-value} > 0,05$

Kriteria yang akan digunakan dalam uji t berdasarkan perbandingan $p\text{-value}$ dengan level signifikansi yaitu :

1. H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika nilai pada t hitung $> t\text{-tabel}$
2. H_0 diterima dan H_1 ditolak, jika nilai pada t hitung $\leq t\text{-tabel}$

3.7.3.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel Y yaitu niat pakai ulang pada penelitian ini memiliki hubungan linear terhadap kedua variabel X yaitu *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2). Hasil akan dikatakan berpengaruh simultan apabila $p\text{-value} \leq 0,05$ atau nilai $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$. Berikut dijabarkan hipotesis pada uji F pada penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2 \leq 0$, maka *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang (Y)
2. $H_1: \beta_1, \beta_2 > 0$, maka *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang (Y)

3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi yang dimiliki oleh variabel dependen dengan nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil menjelaskan variasi yang dimiliki variabel dependen terbatas, sedangkan nilai koefisien yang mendekati nilai 1 menjelaskan variabel memberikan informasi yang dibutuhkan (Ghozali, 2018).

3.8 Objek Penelitian

3.8.1. Profil Perusahaan

Aplikasi DANA merupakan platform yang disediakan oleh PT. Aliansi Teknologi Indonesia (ATI) dan PT. Espay Debit Indonesia Koe sebagai pemegang lisensi resmi yang didirikan pada 5 Desember 2018 yang sudah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia dan Kominfo. DANA menyediakan beberapa fitur diantaranya adalah pembayaran dengan scan QRIS, top up saldo dengan berbagai metode pembayaran seperti ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *direct debit*, internet dan SMS banking, serta agen yang bekerjasama dengan aplikasi *e-wallet* DANA

dengan nominal minimum *top up* sebesar Rp10.000. Ada juga fitur *send* dimana pengguna dapat mengirimkan uang kepada sesama pengguna DANA dan rekening bank lain seperti Bank Mandiri, BCA, BRI, dan ada fitur *request* dimana pada fitur ini pengguna dapat mengajukan sejumlah nominal uang kepada pengguna.

Gambar 3. 1

Logo Aplikasi DANA



Sumber: *App Store*

Fitur yang paling dikenal oleh para pengguna adalah mendapatkan gratis biaya admin untuk mengirimkan uang kepada rekening bank lain sebanyak 10 kali dan gratis 10 kali biaya tarik tunai saldo dimana ketika kuota tersebut habis maka akan dikenakan biaya sebesar Rp4.500. Selain fitur-fitur yang telah disebutkan diatas, pengguna juga dapat menggunakan aplikasi DANA untuk melakukan pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, tagihan air, tagihan internet, iuran BPJS, dan pembelian pulsa.

3.8.2 Unit Analisis

Dalam penelitian ini, terdapat 224 responden yang telah dikumpulkan oleh penulis. Penelitian ini memiliki kriteria responden sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA untuk bertransaksi
2. Pernah mengalami kendala ketika melakukan transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA
3. Dan/atau pernah melihat, mendengar review positif maupun negatif mengenai *e-wallet* DANA melalui media sosial.

3.8.2.1 Syarat Mengisi Kuesioner

Dalam proses pengumpulan data, penulis mendapatkan 224 responden. Responden yang diizinkan untuk mengisi kuesioner adalah orang-orang dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pernah mengalami kendala ketika melakukan transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA
2. Atau mengetahui kendala yang terjadi pada aplikasi *e-wallet* DANA dan/atau melihat, mendengar *review* positif maupun negatif mengenai *e-wallet* DANA melalui media sosial.

Gambar 3. 2

Syarat Pengisian Kuesioner

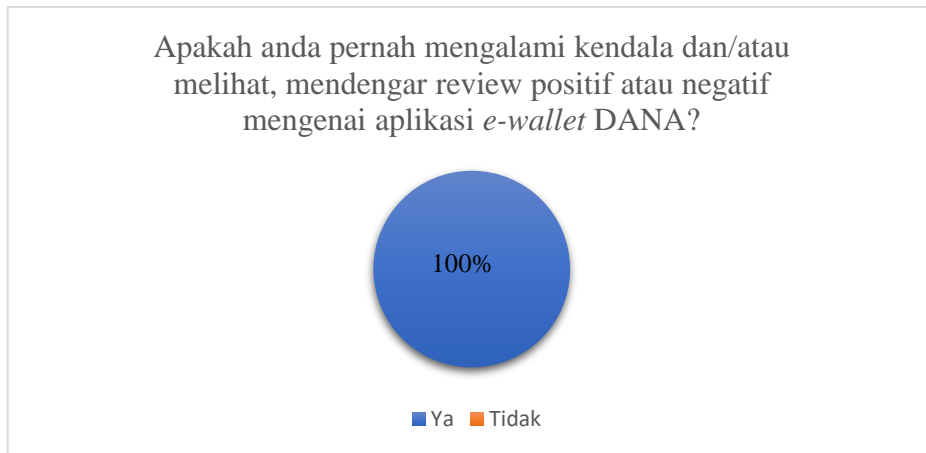


Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis, didapat sebanyak 100% atau 224 responden adalah orang yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA untuk bertransaksi.

Gambar 3. 3

Syarat Pengisian Kuesioner



Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis, didapatkan sebanyak 100% atau 224 responden adalah orang yang pernah mengalami kendala atau mengetahui kendala dan/atau melihat review mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Artinya keseluruhan responden yang mengisi kuesioner penelitian ini sudah memenuhi syarat.

3.8.2.2. Profil Responden

Berikut ini merupakan statistik profil responden yang telah terkumpul.

Tabel 3. 12

Profil Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	96	42,86%
Perempuan	128	57,14%
Total	224	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan data yang ditemukan oleh penulis, dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu sebesar 57,14% (128

dari 224) responden, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 42,86% (96 dari 224) responden.

Tabel 3. 13
Profil Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 25 Tahun	186	83%
26 – 35 Tahun	20	9%
36 - 45 Tahun	18	8%
46 – 55 Tahun	0	0%
56 – 65 Tahun	0	0%
Total	224	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan hasil data dari kuesioner yang telah penulis sebar kepada 224 responden, didapatkan bahwa responden lebih banyak berusia sekitar rentang 17 – 25 tahun yaitu 83% (186 dari 224). Posisi kedua merupakan responden berusia 26 – 35 tahun yaitu 9% (20 dari 224 responden dan posisi ketiga merupakan responden dengan rentang usia 36 – 45 tahun yaitu sebesar 8% (18 dari 224) responden dan untuk rentang usia 46 – 55 tahun dan 56 – 65 tahun tidak ada responden berasal dari kedua rentang usia tersebut.

Tabel 3. 14
Profil Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	41	18,3%
Mahasiswa/i	119	53,1%
Karyawan	31	13,8%
Wirausaha	25	11,2%
Ibu Rumah Tangga	8	3,5%
Jumlah	224	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan data diatas ditemukan bahwa responden paling banyak berprofesi sebagai mahasiswa/i yaitu sebesar 53,1% (119 dari 224) responden. Kemudian disusul oleh responden berprofesi sebagai pelajar yaitu sebesar 18,% (41 dari 224) responden. Lalu responden berprofesi sebagai karyawan sebesar 13,8% (31 dari 224) responden, kemudian disusul oleh responden berprofesi wirausaha sebesar 11,2% (25 dari 224) responden, dan sebesar 3,5% (8 dari 224) berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

Tabel 3. 15

Pengeluaran responden per bulan

Pengeluaran	Jumlah	Persentase
< Rp354.000	3	1,3%
Rp354.000 – Rp1.200.000	96	42,8%
Rp1.200.001 – Rp6.000.000	105	46,8%
>Rp6.000.000	20	8,9%
Total	224	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan data diatas, mayoritas pengeluaran responden berada pada rentang Rp1.200.000 – Rp6.000.000 yaitu sebesar 46,8% (105 dari 224) responden kemudian disusul dengan posisi kedua ada pada rentang Rp354.000 – Rp1.200.000 yaitu sebesar 42,8% (96 dari 224) responden. Posisi ketiga ada pada rentang >Rp6.000.000 yaitu sebesar 8,9% (20 dari 224) dan rentang <Rp354.000 sebesar 1,3% (3 dari 224) responden.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan hasil dan pembahasan analisis data dari penelitian untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) terhadap niat pakai ulang (Y) aplikasi *e-wallet* DANA. Pengolahan data ini didapatkan berdasarkan hasil pembahasan data dari hasil kuesioner yang telah penulis sebar kepada 224 responden.

Hasil dan pembahasan diperoleh dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalita, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas), dan analisis regresi linear berganda (uji F, uji t, dan koefisien determinasi). Seluruh pengolahan data untuk melakukan uji analisis penulis menggunakan aplikasi dari *software* IBM SPSS 27.0

4.1 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Service Quality* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Dalam penelitian ini, *e-service quality* (X_1) terdiri dari 4 dimensi yaitu *efficiency*, *fulfilment*, *system availability*, dan *privacy*. Berikut dijabarkan hasil dari analisa deskriptif *e-service quality* pada aplikasi *e-wallet* DANA

Tabel 4. 1

Analisa Deskriptif Variabel *E-Service Quality*

Dimensi	Rata-Rata	Interpretasi
<i>Efficiency</i>	2,34	Buruk
<i>Fulfilment</i>	2,14	Buruk
<i>System Availability</i>	2,21	Buruk
<i>Privacy</i>	2,43	Buruk
Rata-Rata <i>E-Service Quality</i>	2,28	Buruk

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.1**, *e-service quality* yang terdiri dari lima (5) dimensi yaitu *efficiency*, *fulfilment*, *system availability*, dan *privacy* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,28. Hasil nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh aplikasi *e-wallet* DANA memiliki interpretasi buruk

karena terletak pada interval $1,80 \leq x \leq x 2,60$. Didapatkan bahwa nilai rata-rata hitung tertinggi ada pada dimensi *privacy* sebesar 2,43 dimana responden menilai keamanan dari aplikasi *e-wallet* DANA terhadap informasi pribadi maupun informasi transaksi yang dilakukan pengguna adalah buruk. Walaupun dimensi *privacy* memiliki nilai rata-rata hitung tertinggi diantara dimensi lainnya, dimensi ini masih memiliki interpretasi yang buruk dari responden. Kemudian, untuk nilai rata-rata hitung terendah ditemukan pada dimensi yaitu *fulfilment*. Dimensi *fulfilment* memiliki rata-rata hitung sebesar 2,14 dimana pengguna menilai kemampuan aplikasi *e-wallet* DANA dalam memenuhi pesanan sesuai yang dijanjikan adalah buruk. Selanjutnya, pada sub-bab berikut akan dipaparkan jawaban responden atas *e-service quality* dari setiap dimensi .

4.1.1 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Service Quality* Dimensi *Efficiency* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-service quality* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *efficiency* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 2

Analisis Deskriptif Dimensi *Efficiency*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memudahkan pengguna untuk menemukan apa yang dibutuhkan	29	108	64	19	4	2,38	Buruk
2	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memudahkan pengguna dalam perpindahan menu	56	77	67	21	3	2,28	Buruk

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	saat menggunakan aplikasi							
3	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat	64	94	43	21	2	2,12	Buruk
4	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memiliki informasi yang terorganisir dengan baik	55	72	67	28	2	2,33	Buruk
5	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memuat halaman dengan cepat	42	104	53	21	4	2,29	Buruk
6	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA mudah digunakan	39	90	48	32	15	2,53	Buruk
7	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memungkinkan pengguna untuk mengakses aplikasi dengan cepat	41	92	65	20	6	2,37	Buruk
8	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA terorganisir	42	73	79	26	4	2,45	Buruk

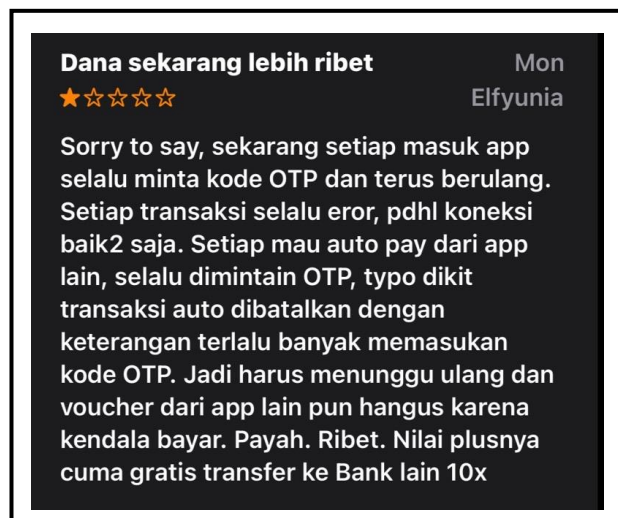
No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	dengan baik							
Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Efficiency</i>							2,34	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.2**, dimensi *efficiency* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,34. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* untuk dimensi *efficiency* dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi buruk dikarenakan nilai rata-rata hitung masih berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata diperoleh dari delapan pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-service quality* dimensi *efficiency* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan keenam yaitu sebesar 2,53 dengan interpretasi yang buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju terhadap pernyataan mengenai aplikasi *e-wallet* DANA mudah digunakan. Penulis menemukan bukti berupa *review* dari para pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada *App Store* dimana para pengguna menceritakan pengalamannya mengenai kesulitan yang dihadapi ketika menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.1** dibawah ini.

Gambar 4. 1

Ulasan Aplikasi *E-Wallet* DANA Terkait *Efficiency*



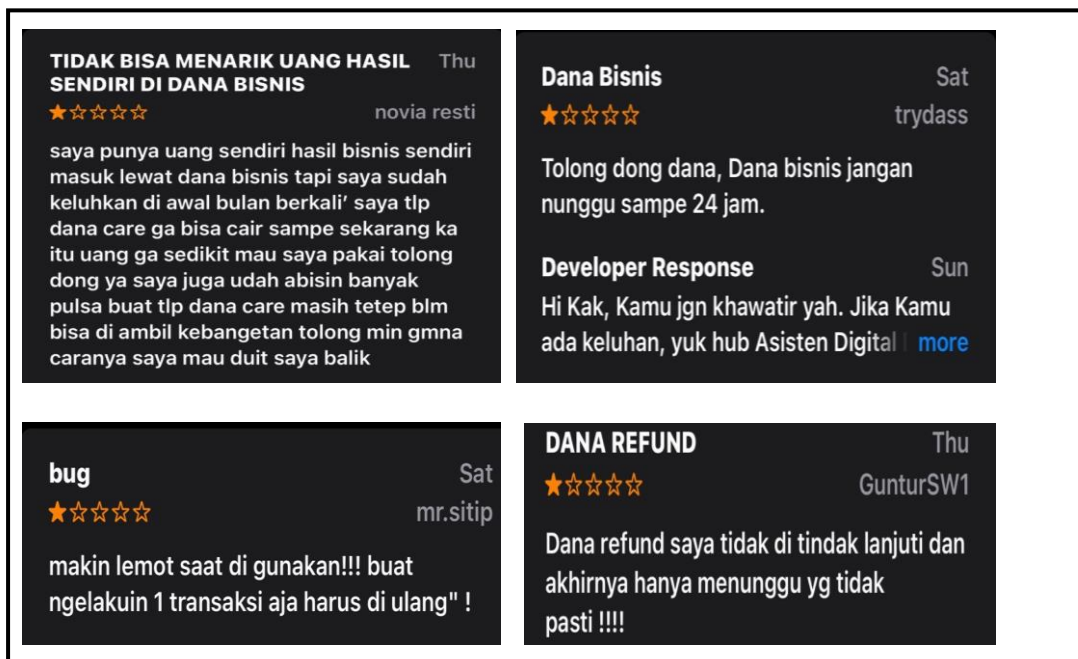
Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.1** diatas, pengguna mengalami permasalahan saat menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA dimana ketika ingin masuk atau *log-in*, aplikasi selalu meminta kode OTP yang selalu berulang-ulang sehingga mengakibatkan pengguna kesulitan untuk menggunakan aplikasi. Selain itu, aplikasi juga sering *error* yang menghambat akses pengguna ke aplikasi dan mengakibatkan mereka tidak dapat menggunakan voucher karena mengalami kesulitan saat ingin melakukan pembayaran. Pengalaman tersebut membuat pengguna merasa bahwa aplikasi *e-wallet* DANA sulit dan ribet untuk digunakan

Selain itu, untuk nilai rata-rata hitung terendah ditemukan pada pernyataan ketiga dengan nilai sebesar 2,12 yang menunjukkan interpretasi yang buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan aplikasi *e-wallet* DANA dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat. Hal tersebut didukung oleh bukti yang ditemukan oleh penulis berupa *review* dari para pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada *App Store* dimana pengguna mengatakan bahwa proses transaksi tidak berlangsung dengan cepat yang dapat dilihat pada **Gambar 4.2** dibawah ini.

Gambar 4. 2

Ulasan Aplikasi E-Wallet DANA Terkait *Efficiency*



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.2** diatas, penulis mengambil beberapa *review* pengguna yang diperoleh dari *App Store*, dimana banyak pengguna yang mengatakan bahwa transaksi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA tidak cepat selesai. Beberapa permasalahan yang terjadi diantaranya adalah keterlambatan dalam proses *top-up* saldo *e-money* dimana pengguna melaporkan bahwa setelah dua hari sejak pengisian saldo, saldo *e-money* tidak masuk meskipun saldo pada *e-wallet* DANA sudah terpotong, ada juga pengguna yang mengeluh bahwa aplikasi *e-wallet* DANA lambat karena untuk menyelesaikan satu transaksi, mereka harus melakukan pengulangan berkali-kali. Kemudian keluhan juga ditemukan pada pengguna fitur DANA bisnis yang mengeluhkan bahwa harus menunggu selama 24 jam untuk mencairkan saldo yang dimiliki. Tidak hanya itu, pengguna fitur bisnis lainnya menunjukkan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi *e-wallet* DANA dengan menyatakan bahwa meskipun telah mengajukan keluhan sejak awal bulan, namun uang tersebut belum juga dicairkan hingga saat ini.

4.1.2. Persepsi Pengguna Terhadap *E-Service Quality* Dimensi *Fulfillment* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-service quality* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *fulfillment* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 3

Analisis Deskriptif Dimensi *Fulfillment*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menepati sesuai apa yang dijanjikan	59	115	35	11	4	2,04	Buruk
2	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA mampu menyelesaikan	69	110	29	12	4	1,98	Buruk

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	transaksi dengan jangka waktu yang sudah dijanjikan							
3	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menyelesaikan transaksi dengan cepat	64	97	33	26	4	2,15	Buruk
4	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memberikan sesuai apa yang diinginkan	60	92	50	19	3	2,16	Buruk
5	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menyediakan layanan sesuai yang tertera pada aplikasi	43	104	47	25	5	2,31	Buruk
6	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA jujur dalam memberikan penawaran	54	95	57	12	6	2,20	Buruk
7	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA memberikan janji	62	98	42	18	4	2,13	Buruk

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	yang akurat dalam pelayanannya							
Rata-Rata Dimensi <i>Fulfillment</i>							2,14	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.3**, dimensi *fulfillment* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,14. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* untuk dimensi *fulfillment* dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi buruk karena nilai rata-rata hitung berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata diperoleh dari tujuh pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-service quality* dimensi *fulfillment* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan kelima yaitu sebesar 2,31 yang menunjukkan interpretasi yang buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa aplikasi *e-wallet* DANA menyediakan layanan sesuai dengan informasi yang tertera pada aplikasi. Hal tersebut didukung oleh bukti yang diperoleh oleh penulis berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada *website* mediakonsumen.com dimana para pengguna menceritakan permasalahan yang dihadapinya berupa informasi yang tidak sesuai dari aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.3** dibawah ini.

Gambar 4. 3

Pengalaman Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* DANA Terkait *Fulfillment*



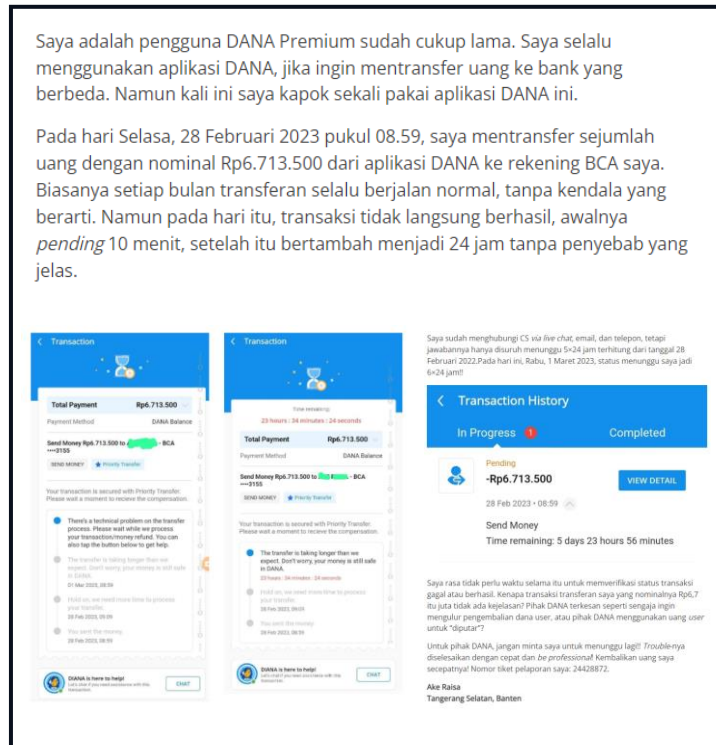
Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.3**, pengguna merasakan adanya ketidaksesuaian antara informasi yang tersedia pada aplikasi dengan situasi yang sebenarnya. Pada aplikasi dinyatakan bahwa terdapat promo *cashback* 25% yang diberikan oleh aplikasi *e-wallet* DANA kepada para penggunanya. Pada aplikasi *e-wallet* dikatakan bahwa untuk pengguna tidak premium akan memperoleh promo *cashback* sebesar Rp25.000 dan untuk pengguna premium akan memperoleh *cashback* sebesar Rp50.000. Namun ketika melakukan transaksi, pengguna tersebut sama sekali tidak memperoleh *cashback*. Akhirnya pengguna tersebut menghubungi *call center* dan diminta untuk mengajukan keluhan melalui *customer service*. Sayangnya, upaya ini tidak mendapat respon yang baik dari pihak aplikasi *e-wallet* DANA. Situasi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian atas informasi yang diberikan oleh pihak aplikasi sehingga menimbulkan kekecewaan pada pihak pengguna.

Selain itu, untuk nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan kedua yakni sebesar 1,98 yang menunjukkan interpretasi buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju bahwa aplikasi *e-wallet* DANA dapat menyelesaikan transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Penulis menemukan bukti berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada *website* mediakonsumen.com dimana para pengguna menceritakan permasalahan yang dihadapinya mengenai kemampuan aplikasi *e-wallet* DANA menyelesaikan transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4. 4** dibawah ini.

Gambar 4. 4

Pengalaman Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* DANA Terkait *Fulfillment*



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.4** diatas, pengguna tersebut menyatakan bahwa transaksi yang dilakukannya tidak langsung berhasil. Pengguna tersebut mengatakan bahwa pada awalnya transaksi yang dilakukannya sejumlah Rp6.713.500 hanya mengalami penundaan atau pending selama 10 menit saja, namun penundaan tersebut bertambah hingga 24 jam tanpa memberikan alasan yang jelas. Pengguna tersebut kemudian menghubungi *customer service* dan diminta untuk menunggu 5 x 24 jam. Namun setelah menunggu sesuai dengan waktu yang disebutkan oleh pihak aplikasi, waktu penundaan bertambah menjadi 6 x 24 jam. Hal tersebut membuat pengguna kapok untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA karena ketidaksesuaian dengan waktu transaksi yang telah dijanjikan oleh pihak aplikasi yang menciptakan kekecewaan dan keenganan dalam bertransaksi.

4.1.3 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Service Quality* Dimensi *System Availability* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-service quality* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *system availability* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 4
Analisis Deskriptif Dimensi *System Availability*

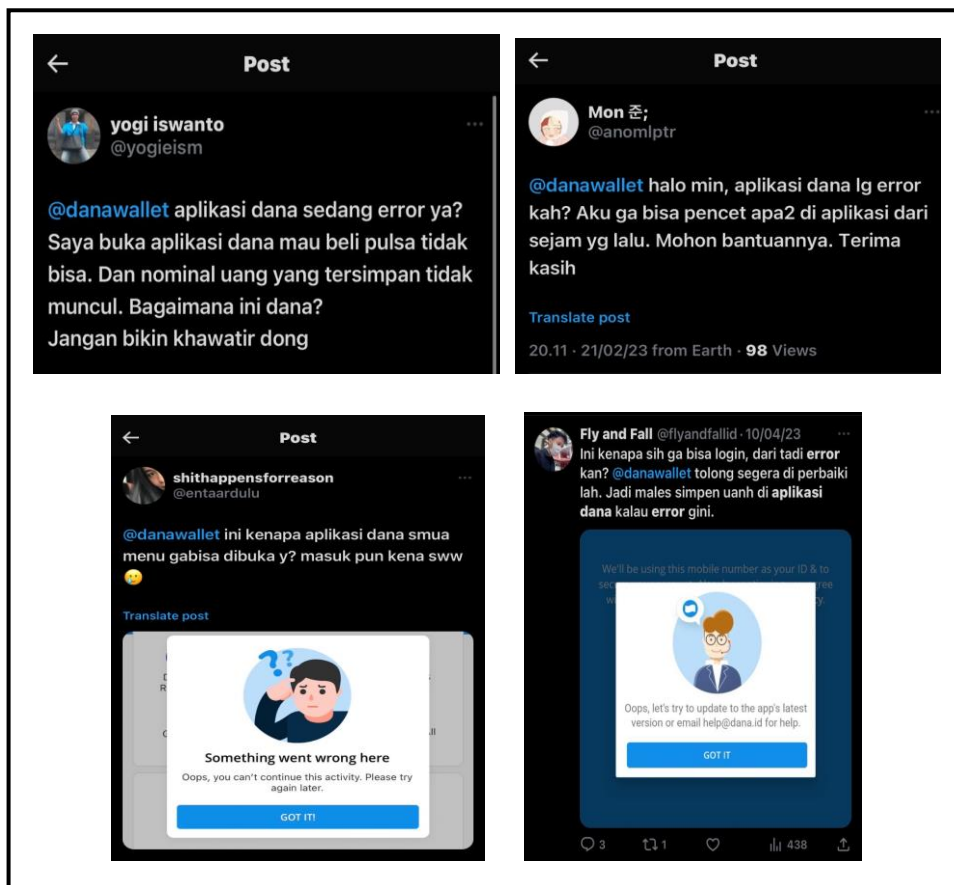
No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA selalu tersedia untuk mendukung kebutuhan	57	98	45	20	4	2,18	Buruk
2	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA dapat langsung digunakan ketika dibuka	61	85	43	27	8	2,27	Buruk
3	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA selalu beroperasi dengan baik	68	89	47	14	6	2,11	Buruk
4	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA beroperasi dengan baik ketika memasukkan informasi transaksi	46	100	56	17	5	2,26	Buruk
Rata-Rata Dimensi <i>System Availability</i>							2,21	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.4**, dimensi *system availability* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,18. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* untuk dimensi *system availability* dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi buruk karena nilai rata-rata hitung berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata diperoleh dari empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-service quality* dimensi *system availability* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan kedua yaitu sebesar 2,27 yang menunjukkan interpretasi yang buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju bahwa aplikasi *e-wallet* DANA dapat langsung digunakan ketika dibuka. Hal tersebut didukung oleh bukti yang diperoleh penulis berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada media sosial *twitter* dimana para pengguna menceritakan permasalahan yang dihadapinya mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.5** dibawah ini.

Gambar 4. 5

Ulasan Aplikasi E-Wallet DANA Terkait System Availability



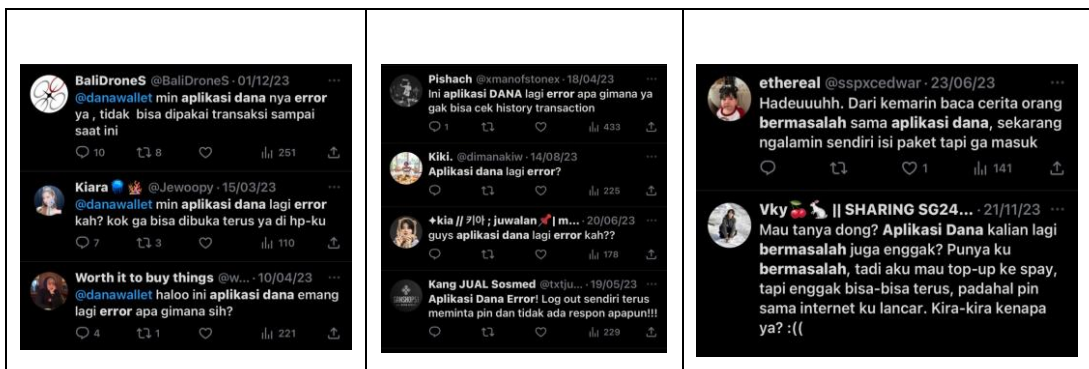
Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.5** diatas, pengguna mengalami permasalahan ketika akan menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Beberapa permasalahan yang terjadi diantaranya adalah ketika ingin melakukan pembelian pulsa, aplikasi tidak dapat digunakan dan jumlah saldo pada aplikasi tidak tercantum. Ada juga pengguna yang kesulitan untuk *log-in* pada aplikasi dan semua menu dan fitur yang tersedia tidak dapat diakses sama sekali karena aplikasi error. Situasi ini menunjukkan adanya ketidakmampuan aplikasi untuk beroperasi dengan normal ketika akan digunakan dikarena

Selain itu, untuk nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan ketiga yakni sebesar 2,11 yang menunjukkan interpretasi buruk. Hasil tersebut menunjukkan responden tidak setuju bahwa aplikasi *e-wallet* DANA selalu beroperasi dengan baik tanpa adanya gangguan. Hal tersebut didukung oleh bukti yang ditemukan oleh penulis berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada media sosial *twitter* dimana penulis menemukan banyak sekali keluhan pengguna mengenai aplikasi yang sering *error* atau tiba-tiba *error* saat digunakan sehingga pengguna tidak dapat menyelesaikan transaksi yang dilakukannya. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4. 6** dibawah ini.

Gambar 4. 6

Ulasan Aplikasi E-Wallet DANA Terkait System Availability



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.6** diatas, penulis mengambil beberapa *review* pengguna dari media sosial *twitter*, dimana ditemukan keluhan dari para pengguna dimana mereka tidak dapat melakukan transaksi melalui aplikasi *e-wallet* DANA. Permasalahan yang terjadi diantaranya adalah *error* pada aplikasi yang

menyebabkan pengguna tidak dapat *log in* ke dalam aplikasi, ada pengguna yang mengeluh tidak dapat membuka riwayat transaksi, ada juga keluhan dari pengguna yang aplikasi *e-wallet* DANA miliknya mengalami *log out* tiba-tiba, ada juga pengguna yang *top up* kuota internet tetapi kuotanya tidak masuk padahal saldo yang dimiliki sudah terpotong. Situasi ini menggambarkan bahwa aplikasi *e-wallet* DANA sering mengalami masalah ketika mengoperasikan atau menggunakan aplikasi.

4.1.4 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Service Quality* Dimensi *Privacy* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-service quality* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *privacy* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 5
Analisis Deskriptif Dimensi *Privacy*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menjaga informasi transaksi yang dilakukan	57	76	41	44	6	2,40	Buruk
2	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA menyimpan data pribadi dengan aman	36	94	58	27	9	2,46	Buruk
3	Aplikasi <i>e-wallet</i> DANA melindungi metode pembayaran yang digunakan	57	56	73	32	6	2,44	Buruk
Rata-Rata Dimensi <i>Privacy</i>							2,43	Buruk

Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.5** diatas, dimensi *privacy* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,43. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* untuk dimensi *privacy* dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi buruk dikarenakan nilai rata-rata hitung berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata diperoleh dari tiga pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-service quality* dimensi *privacy* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan kedua yaitu sebesar 2,46 yang menunjukkan interpretasi yang buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju aplikasi *e-wallet* DANA menyimpan data pribadi dengan aman. Hal tersebut didukung oleh bukti yang ditemukan oleh penulis berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada website mediakonsumen.com dimana para pengguna menceritakan permasalahan yang dihadapinya mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.7** dibawah ini.

Gambar 4. 7

Pengalaman Pengguna Terkait *Privacy*



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.7** diatas, permasalahan serius yang dihadapi oleh pengguna adalah akun miliknya diretas oleh orang lain. Pengguna tersebut menegaskan bahwa ia tidak pernah memberikan PIN maupun kode OTP kepada orang lain namun saldo miliknya mengalami pengurangan. Kemudian ia melakukan pengecekan pada riwayat transaksi dan menemukan banyak sekali transaksi mencurigakan yang sama sekali tidak pernah ia lakukan. Dari kejadian ini, pengguna tersebut kehilangan uang sejumlah Rp1.445.202. Situasi menggambarkan bahwa aplikasi *e-wallet* DANA tidak menjaga keamanan pengguna dengan baik sehingga menyebabkan pengguna mengalami kerugian.

Selain itu, untuk nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan pertama yakni sebesar 2,40 yang menunjukkan interpretasi buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak setuju bahwa aplikasi *e-wallet* DANA menjaga informasi transaksi yang dilakukan. Penulis menemukan bukti berupa pengalaman pengguna aplikasi *e-wallet* DANA pada *website* mediakonsumen.com dimana para pengguna menceritakan permasalahan yang dihadapinya mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.8** dibawah ini.

Gambar 4.8

Pengalaman Pengguna Terkait *Privacy*

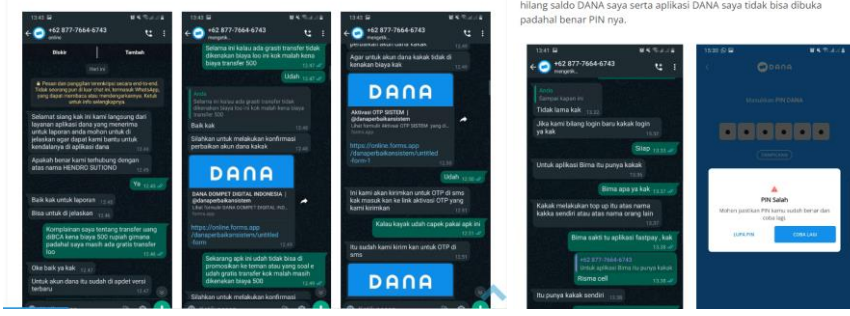
mediakonsumen

Awal mulanya saya komplain ke pihak DANA melalui chat dan email mengenai transfer dengan BCA yang dikenakan biaya Rp500 yang seharusnya gratis. Setelah 3 hari baru dapat email balasan dari pihak DANA untuk isi form nama dan no telepon serta ada link-nya.

Setelah saya klik link dari email tersebut langsung mengarah ke whatsapp pihak DANA. Setelah itu saya dapat chat via Whatsapp disuruh tulis nama dan no telepon. Ya saking percayanya saya ikuti saja ketik sesuai yang diminta.

Setelah itu disarankan isi saldo sebesar 194.000 sesuai di aplikasi DANA saya tapi tidak saya iyaikan, saya isi 20.000. Setelah itu chat lagi minta suruh isi sesuai sisa saldo DANA saya di Aplikasi DANA 194.000. Saya turuti serta saya iyaikan isi 194.000 melalui jualan saudara saya fastpay dan saya janjikan jika saldo kembali saya akan transfer ke rekening saudara saya 194.000 + 20.000.

Tiba-tiba chat lagi pihak DANA minta isi saldo lagi 100.000. Anehnya kok minta lagi isi saldo 100.000 saya tanya buat apa "bilang biar aplikasi DANA saya kembali Normal" serta juga "juga bilang jangan login dulu sebelum saya bilang login". Saya login untuk cek atau pastikan anehnya kok malah hilang saldo DANA saya serta aplikasi DANA saya tidak bisa dibuka padahal benar PIN nya.

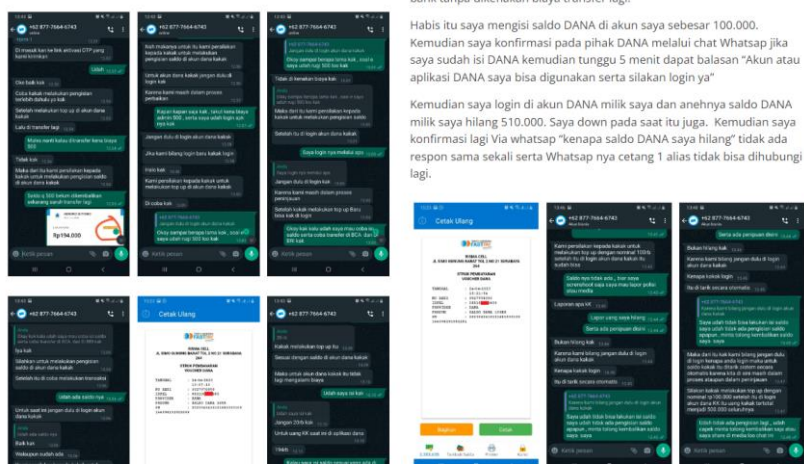


Seandainya saya tidak menuruti maka Akun DANA saya tidak bisa dibuka. Akhirnya saya menuruti chat Whatsapp pihak DANA dengan mengisi saldo lagi sebesar 194.000 sesuai yang tertera di akun DANA dan anehnya lagi saya coba masuk di akun DANA saya tetap tidak bisa.

Setelah itu saya chat Whatsapp lagi pihak DANA malah minta mengisi saldo lagi sebesar 100.000 agar akun DANA saya bisa dibuka serta ada saldo DANA 510.000 milik saya bisa segera menikmati layanan transfer antar bank tanpa dikenakan biaya transfer lagi.

Habis itu saya mengisi saldo DANA di akun saya sebesar 100.000. Kemudian saya konfirmasi pada pihak DANA melalui chat Whatsapp jika saya sudah isi DANA kemudian tunggu 5 menit dapat balasan "Akun atau aplikasi DANA saya bisa digunakan serta silakan login ya"

Kemudian saya login di akun DANA milik saya dan anehnya saldo DANA milik saya hilang 510.000. Saya down pada saat itu juga. Kemudian saya konfirmasi lagi Via whatsapp "kenapa saldo DANA saya hilang" tidak ada respon sama sekali serta Whatsapp nya cetang 1 alias tidak bisa dihubungi lagi.



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan Gambar 4.8 diatas, permasalahan diatas berawal ketika pengguna tersebut mengajukan komplain kepada pihak DANA yang kemudian diharuskan untuk melengkapi formulir yang telah disediakan oleh pihak aplikasi melalui link yang diberikan. Ketika menyelesaikan petunjuk yang diberikan, pengguna diarahkan ke whatsapp. Pengguna tersebut mengikuti saran yang diberikan oleh pihak DANA untuk melakukan top-up saldo pada aplikasi agar akun yang dimilikinya dapat segera dipulihkan. Setelah itu, pengguna diminta untuk log-in namun ketika log-in pada aplikasi, pengguna menyadari bahwa dia

kehilangan uang sebesar Rp510.000 dan menyadari bahwa kejadian yang menyimpannya saat ini adalah penipuan. Hal yang membuat pengguna tersebut heran adalah bagaimana penipu tersebut mengetahui bahwa ia sedang mengajukan keluhan kepada pihak DANA melalui email dan muncul pertanyaan mengapa data akun pengguna bisa sampai bocor dan jatuh ke tangan pihak yang tidak bertanggung jawab. Dari kejadian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi tidak mampu menjaga informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pengguna.

4.2 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Word Of Mouth* Aplikasi *E-Wallet* DANA

E-Word of Mouth terdiri dari 3 dimensi yaitu *intensity*, *valence opinion*, dan *content*. Berikut dijabarkan hasil dari analisa deskriptif *e-service quality* pada aplikasi *e-wallet* DANA

Tabel 4. 6

Analisis Deskriptif Variabel *E-Word of Mouth*

Dimensi	Rata-Rata	Interpretasi
<i>Intensity</i>	2,60	Cukup
<i>Valence Opinion</i>	2,25	Buruk
<i>Content</i>	2,48	Buruk
Rata-Rata <i>E-Word of Mouth</i>	2,44	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.6** diatas, *e-word of mouth* terdiri dari tiga dimensi yaitu *intensity*, *valance opinion*, dan *content* dengan memiliki rata-rata hitung sebesar 2,44. Hasil dari nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa *e-word of mouth* aplikasi *e-wallet* DANA ada pada posisi buruk karena terletak pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Didapatkan bahwa nilai rata-rata hitung tertinggi ada pada dimensi *intensity* dengan nilai rata-rata hitung sebesar 2,60 dimana responden cukup setuju bahwa banyak ulasan yang diberikan oleh pengguna memiliki mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Kemudian, untuk nilai rata-rata hitung terendah ditemukan pada dimensi *valence opinion* sebesar 2,25 dimana responden menilai pendapat dari pengguna mengenai aplikasi *e-wallet* DANA adalah buruk.

Selanjutnya, pada sub-bab berikut akan dipaparkan jawaban responden atas *e-word of mouth* dari aplikasi *e-wallet* DANA dari setiap dimensi.

4.2.1 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Word Of Mouth* Dimensi *Intensity* Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-word of mouth* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *intensity* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 7
Analisis Deskriptif Dimensi *Intensity*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Pengguna lebih sering membicarakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA daripada <i>e-wallet</i> lainnya	27	77	76	36	8	2,65	Cukup
2	Pengguna lebih sering membicarakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA daripada aplikasi lainnya	14	83	111	14	2	2,58	Buruk
3	Pengguna berbicara mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada banyak orang	23	77	102	18	4	2,57	Buruk
Rata-Rata Dimensi <i>Intensity</i>							2,60	Cukup

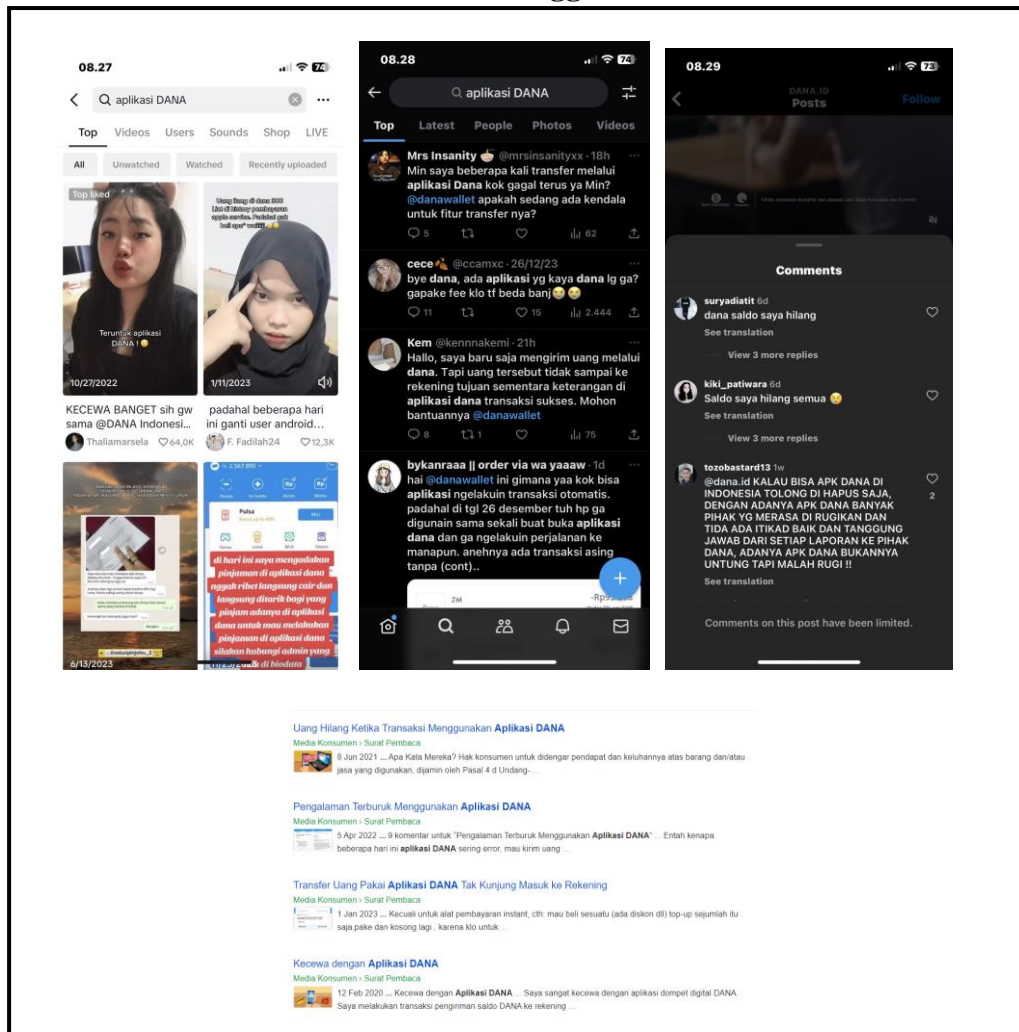
Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.7**, dimensi *Intensity* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,60. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-word of mouth* untuk dimensi

intensity dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi cukup dikarenakan nilai rata-rata hitung berada pada interval $2,60 \leq x \leq 3,40$. Hasil nilai rata-rata diperoleh dari tiga pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-word of mouth* dimensi *intensity* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Hasil dari nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa intensitas pengguna ketika membicarakan aplikasi *e-wallet* DANA adalah cukup. Penulis sendiri menemukan beberapa *review* dari para pengguna aplikasi *e-wallet* DANA dari beberapa *platform* seperti media sosial *Tiktok*, *Twitter*, *Instagram* bahkan *website* *mediakonsumen.com* yang dapat dilihat pada **Gambar 4. 9** dibawah ini.

Gambar 4. 9

Ulasan Pengguna



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.9** diatas, penulis menemukan banyak ulasan pengguna mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Ulasan tersebut diperoleh penulis tidak hanya dari satu *platform* saja, namun tersebar di berbagai *platform* media sosial seperti *Tiktok*, *Twitter*, *Instagram*, bahkan melalui *website* *mediakonsumen.com*. Situasi ini menjadi bukti yang mendukung bahwa cukup banyak pengguna yang terlibat untuk membahas aplikasi *e-wallet* DANA.

4.2.2 Persepsi Pengguna Terhadap *E-Word Of Mouth* Dimensi *Valence*

Opinion Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-word of mouth* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *valance opinion* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 8

Analisis Deskriptif Dimensi *Valence Opinion*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Pengguna merekomendasikan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada orang lain	69	83	44	21	7	2,17	Buruk
2	Pengguna membicarakan kelebihan yang dimiliki aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	63	89	54	15	3	2,13	Buruk
3	Pengguna bangga mengatakan bahwa dia adalah pengguna aplikasi	51	105	54	10	4	2,16	Buruk

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	<i>e-wallet</i> DANA							
4	Pengguna sangat menyarankan orang lain untuk bertransaksi menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	68	91	41	20	4	2,11	Buruk
5	Pengguna membicarakan hal-hal positif mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	59	89	58	15	3	2,17	Buruk
6	Pengguna memuji aplikasi <i>e-wallet</i> DANA di depan orang lain	47	109	57	9	2	2,15	Buruk
7	Pengguna membahas hal-hal negatif mengenai aplikasi <i>e-wallet</i> DANA kepada orang lain	6	29	80	84	25	2,58 (Transpose)	Baik
8	Pengguna mengatakan hal buruk mengenai aplikasi <i>e-wallet</i>	6	23	91	70	34	2,54 (Transpose)	Baik

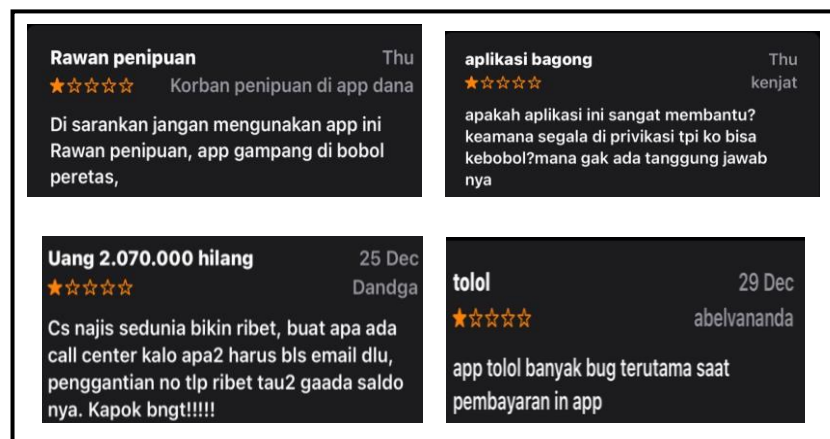
No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	DANA kepada orang lain.							
Rata-Rata Dimensi <i>Valance Opinion</i>							2,25	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.8**, dimensi *valance opinion* memiliki rata-rata hitung sebesar 2,25. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-word of mouth* untuk dimensi *valance opinion* dari aplikasi *e-wallet* DANA berada pada posisi buruk dikarenakan nilai rata-rata hitung yang dimiliki berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata hitung diperoleh dari delapan pernyataan yang digunakan untuk mengukur *e-word of mouth* dimensi *valance opinion* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan ketujuh yaitu sebesar 2,58 yang menginterpretasikan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka mengatakan hal-hal negatif mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Penulis menemukan bukti berupa *review* yang mengatakan hal-hal negatif mengenai aplikasi *e-wallet* DANA yang dapat dilihat pada **Gambar 4.10** dibawah ini.

Gambar 4. 10

Ulasan Negatif Aplikasi *E-Wallet* DANA Terkait *Valance Opinion*



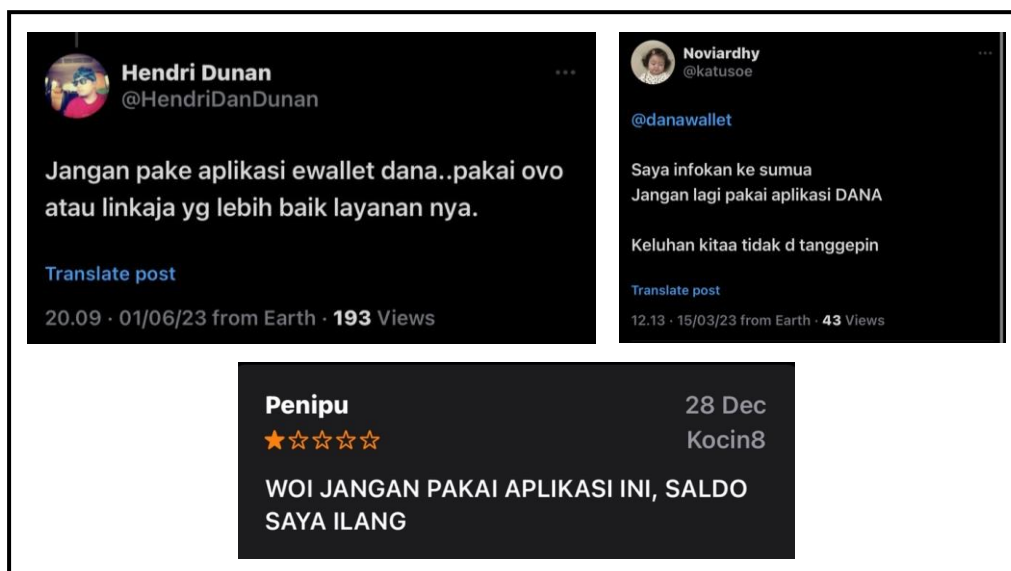
Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 4.10** diatas, penulis mengumpulkan beberapa ulasan pengguna dari *App Store* dimana penulis menemukan beberapa perkataan negatif yang diberikan pengguna kepada aplikasi *e-wallet* DANA karena pengalaman tidak memuaskan yang dialami oleh pengguna. Pengalaman yang tidak memuaskan itu menyebabkan mereka mengatakan hal-hal negatif mengenai aplikasi *e-wallet* DANA. Beberapa permasalahan yang terjadi diantaranya adalah keamanan pengguna yang dianggap mudah dibobol dan rentan untuk terjadinya penipuan serta seiring terjadi bug pada aplikasi.

Sementara itu, untuk nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan keempat yakni sebesar 2,11 yang menunjukkan interpretasi buruk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian responden mengenai merekomendasikan aplikasi *e-wallet* DANA kepada orang lain menunjukkan interpretasi buruk yang artinya pengguna tidak setuju untuk merekomendasikan aplikasi *e-wallet* DANA kepada orang lain. Penulis menemukan bukti berupa ulasan pengguna pada *App Store* dimana pengguna tidak menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Bukti tersebut dapat dilihat pada **Gambar 4.11** dibawah ini.

Gambar 4. 11

Ulasan Pengguna Terkait *Valance Opinion*



Sumber: Hasil Olahan Penulis

**4.2.3. Persepsi Pengguna Terhadap *E-Word Of Mouth* Dimensi *Content*
Aplikasi *E-Wallet* DANA**

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif *e-word of mouth* dari aplikasi *e-wallet* DANA pada dimensi *content* berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 9

Analisis Deskriptif Dimensi *Content*

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Pengguna membahas kemudahan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	33	99	55	28	9	2,47	Buruk
2	Pengguna membahas keamanan bertransaksi dari aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	40	65	58	49	12	2,68	Cukup
3	Pengguna membahas biaya ketika melakukan transaksi melalui aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	59	57	54	42	12	2,51	Buruk
4	Pengguna membahas variasi atau fitur yang ditawarkan oleh aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	34	92	76	20	2	2,39	Buruk
5	Pengguna membahas kualitas dari aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	39	88	72	16	9	2,41	Buruk
6	Pengguna membahas	44	80	65	32	3	2,42	Buruk

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	kemudahan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi <i>e-wallet</i> DANA							
7	Pengguna membahas kecepatan saat menyelesaikan transaksi menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	43	85	65	26	5	2,40	Buruk
8	Pengguna membahas reputasi yang dimiliki aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	43	78	47	41	15	2,58	Buruk
Rata-Rata Dimensi Content							2,47	Buruk

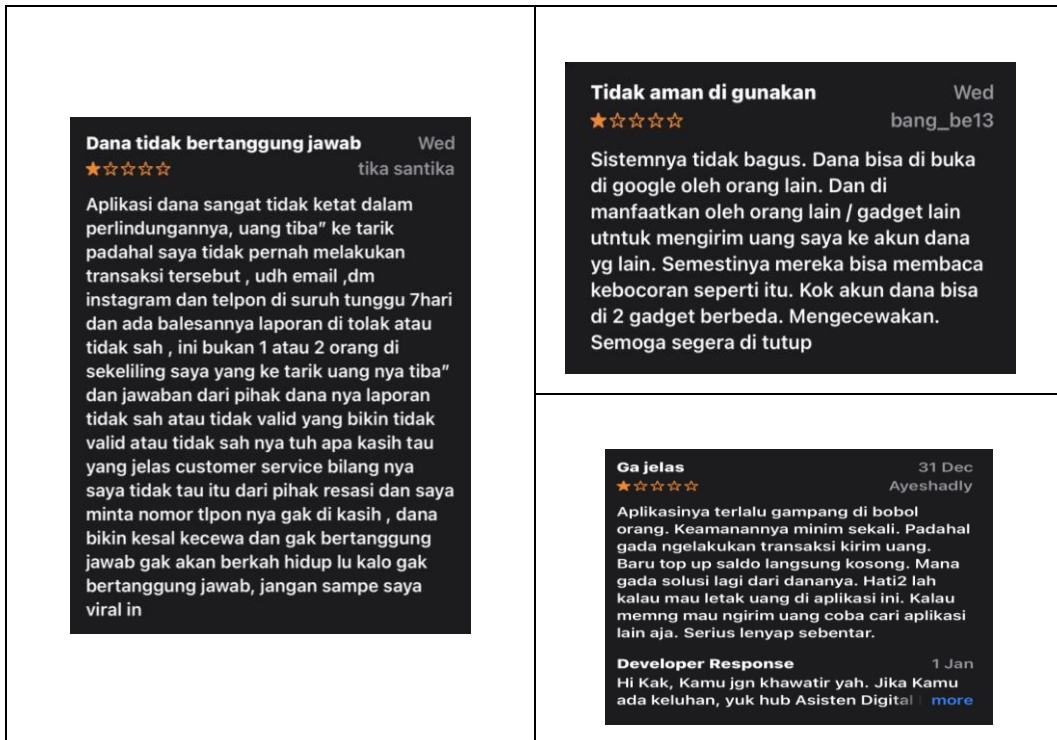
Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.9** diatas, dimensi *content* memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,47. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-word of mouth* untuk dimensi *content* dari aplikasi *e-wallet* DANA adalah buruk karena nilai rata-rata hitung tersebut berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Hasil nilai rata-rata hitung tersebut diperoleh dari delapan pernyataan yang digunakan untuk mengukur dimensi *content* dari aplikasi *e-wallet* DANA. Nilai rata-rata hitung tertinggi berada pada pernyataan kedua dengan nilai rata-rata hitung sebesar 2,68. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden cukup setuju atas pernyataan bahwa mereka membahas mengenai keamanan bertransaksi dari aplikasi *e-wallet* DANA. Dari observasi yang dilakukan penulis melalui media sosial, pengguna memang banyak membahas mengenai keamanan dari aplikasi *e-wallet* DANA dan menilai bahwa keamanan dari aplikasi *e-wallet* DANA sangat buruk. Hal ini diperkuat

oleh bukti yang diperoleh oleh penulis melalui media sosial yang dapat dilihat pada **Gambar 4.12** dibawah ini.

Gambar 4. 12

Ulasan Pengguna Terkait Keamanan Aplikasi *E-Wallet* DANA



Sumber: *App Store*

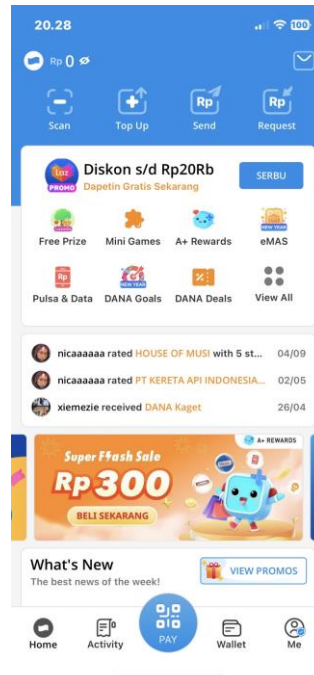
Berdasarkan **Gambar 4.12** diatas, banyak pengguna memberikan komentar mengenai kurangnya keamanan dari aplikasi *e-wallet* DANA. Para pengguna menilai bahwa aplikasi ini tidak aman dikarenakan sering terjadinya kehilangan saldo yang dialami oleh pengguna dan menganggap bahwa aplikasi ini sangat mudah dibobol. Selain itu, pengguna juga menilai bahwa aplikasi ini tidak mampu untuk mendeteksi adanya kebocoran data pada akun pengguna. Hal ini menjadi bukti pendukung bahwa aplikasi *e-wallet* DANA tidak memiliki keamanan yang baik

Selain itu, nilai rata-rata hitung terendah terdapat pada pernyataan keempat dengan nilai rata-rata sebesar 2,39. Hasil tersebut mengindikasikan interpretasi yang buruk terkait pembahasan pengguna atas variasi atau fitur yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* DANA. Artinya responden tidak setuju dengan pernyataan

bahwa mereka membahas fitur yang dimiliki aplikasi *e-wallet* DANA. Aplikasi *e-wallet* DANA memiliki beberapa fitur diantaranya *scan*, *top-up*, *send*, dan *request*.

Gambar 4.13

Fitur Aplikasi *E-Wallet* DANA

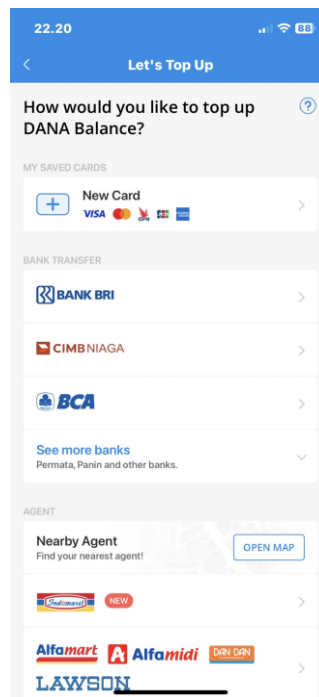


Sumber: Aplikasi *e-wallet* DANA

Pada **Gambar 4.13** diatas, diberikan tampilan awal ketika membuka aplikasi *e-wallet* DANA dimana ketika pertama kali membuka aplikasi hal pertama yang ditemukan adalah fitur yang dimiliki oleh aplikasi. Fitur *scan* digunakan untuk pembayaran melalui *QRIS*, fitur *Top-Up* digunakan untuk penambahan dana kedalam saldo *e-wallet* DANA yang dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran seperti *bank transfer* dan melalui *agent* yang dapat dilihat pada **Gambar 4.14** dibawah ini.

Gambar 4. 14

Tampilan Fitur *Top-Up* Aplikasi *E-Wallet* DANA



Sumber: Aplikasi *e-wallet* DANA

Selain itu ada fitur *send* dimana pengguna dapat menggunakannya untuk mengirimkan uang ke rekening bank berbeda dengan tanpa dikenakan biaya admin untuk 10 kali transaksi. Kemudian ada fitur *request* dimana pengguna dapat menggunakannya untuk mengirimkan permintaan kepada pengguna lain agar mengirimkannya saldo. Untuk mengetahui tanggapan para responden, penulis melakukan wawancara kepada salah satu responden mengenai aplikasi *e-wallet* DANA dimana responden tersebut menyebutkan bahwa ia tidak terlalu memperhatikan adanya fitur lain yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* DANA karena responden tersebut lebih sering mendengar bahwa aplikasi ini menawarkan gratis *transfer* ke bank berbeda. Hal tersebut membuktikan bahwa responden lebih membahas fitur gratis *transfer* ke bank sementara fitur lainnya tidak mendapat perhatian dari pengguna.

Situasi ini juga sesuai dengan pernyataan ketiga dimana nilai rata-rata pengguna membahas mengenai biaya admin dari aplikasi *e-wallet* DANA memiliki nilai sebesar 2,51 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari nilai rata-

rata pernyataan keempat mengenai pengguna membahas fitur dari aplikasi *e-wallet* DANA yang artinya responden lebih membahas mengenai *transfer* ke bank dengan bebas biaya admin daripada membahas fitur lain yang disediakan oleh aplikasi *e-wallet* DANA.

4.3 Persepsi Pengguna Terhadap Niat Pakai Ulang Aplikasi *E-Wallet* DANA

Berikut ini merupakan hasil analisis deskriptif niat pakai ulang dari aplikasi *e-wallet* DANA berdasarkan tanggapan dari 224 responden.

Tabel 4. 10
Analisis Deskriptif Niat Pakai Ulang

No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Memiliki keinginan untuk menggunakan kembali aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	64	110	20	20	10	2,29	Buruk
2	Tidak mencari aplikasi <i>e-wallet</i> lain untuk melakukan transaksi selain aplikasi <i>e-wallet</i> DANA	62	107	45	7	3	2,15	Buruk
3	Dalam beberapa bulan kedepan, tidak akan mengurangi penggunaan	76	93	44	9	2	2,08	Buruk

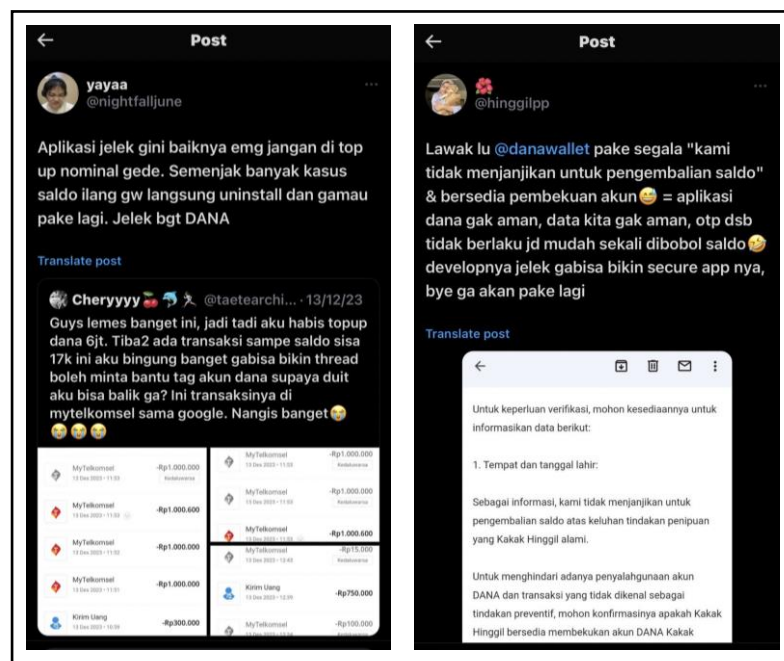
No	Pernyataan	Kategori					Rata-Rata	Interpretasi
		STS	TS	N	S	SS		
	terhadap aplikasi <i>e-wallet</i> DANA							
Rata-Rata Niat Pakai Ulang							2,17	Buruk

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan **Tabel 4.10** diatas, niat pakai ulang memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 2,17. Hasil tersebut menunjukkan bahwa niat pakai ulang pengguna terhadap aplikasi *e-wallet* DANA adalah rendah karena nilai rata-rata hitung tersebut berada pada interval $1,80 \leq x \leq 2,60$. Untuk mendukung hasil dari nilai rata-rata yang diperoleh dari responden, penulis melampirkan bukti pada **Gambar 4.15** dibawah ini yang dapat mendukung pernyataan bahwa niat pakai ulang pengguna aplikasi *e-wallet* DANA adalah buruk.

Gambar 4. 15

Ulasan Pengguna Terkait Niat Pakai Ulang



Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Dari **Gambar 4.15** diatas, penulis menemukan ulasan pengguna dimana mereka tidak ingin lagi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA dikarenakan sering

terjadi kehilangan saldo pada aplikasi dan pengguna juga menganggap bahwa aplikasi ini tidak aman karena sering terjadi kebobolan pada aplikasi. Dengan sering terjadinya permasalahan pada aplikasi menjadi faktor yang menyebabkan pengguna memutuskan untuk tidak lagi menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.

4.4 Analisis Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Word of Mouth* terhadap Niat Pakai Ulang Aplikasi *E-Wallet* DANA

Kemudian penulis melakukan uji data guna mengetahui pengaruh variabel *e-service quality* dan *e-word of mouth* terhadap variabel niat pakai ulang aplikasi *e-wallet* DANA. Uji yang akan dilakukan adalah uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas dan dilakukan analisis regresi linear berganda diantaranya uji statistik F, uji statistik t, uji koefisien determinasi, dan model regresi penelitian.

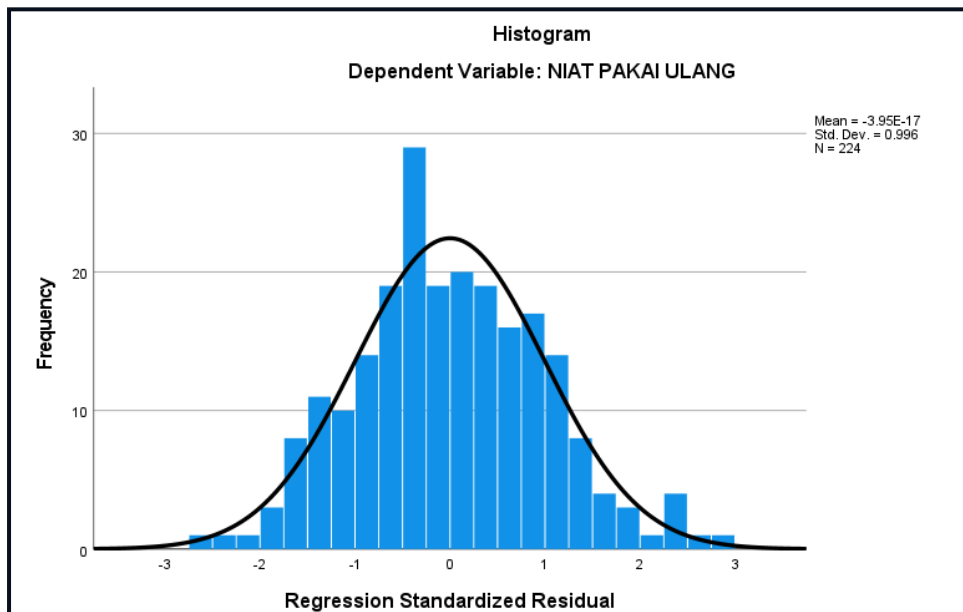
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Berikut ini merupakan hasil yang didapat penulis dalam melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas

Pada uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik histogram, grafik normal *p-plot*, dan uji *kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas, penulis menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 artinya data berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil dari uji normalitas yang dapat dilihat pada **Gambar 4.16** dibawah ini

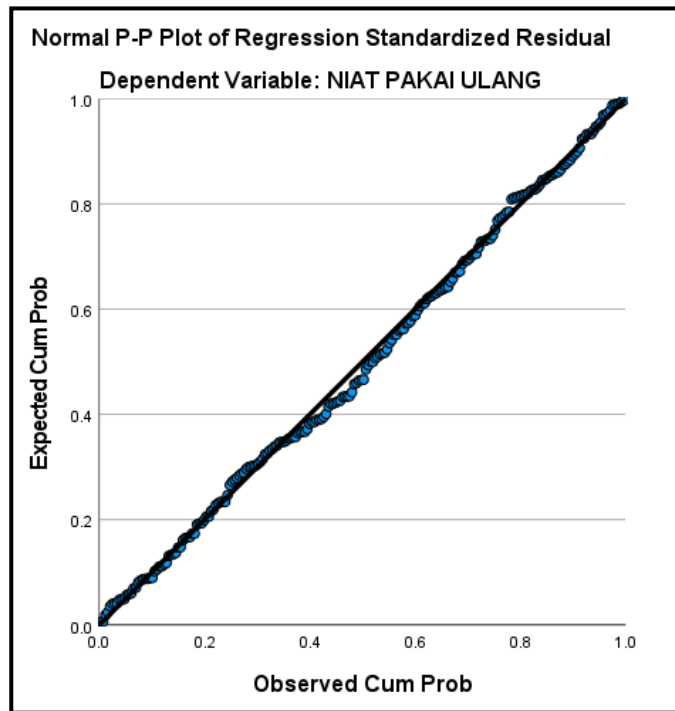
Gambar 4. 16
Histogram Uji Normalitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pada **Gambar 4.16** diatas, dapat dilihat bahwa data pada grafik histogram sudah mendekati dan mengikuti grafik yang artinya nilai residual berdistribusi normal dan sudah memenuhi asumsi normalitas. Untuk uji normalitas, penulis juga menggunakan grafik normal *p-plot* yang dapat dilihat pada **Gambar 4.17** dibawah ini.

Gambar 4. 17
Normal Probability-Plot



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Pada **Gambar 4.17** diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik yang tersebar sudah mengikuti garis diagonal *probability-plot* yang artinya nilai residu sudah berdistribusi dengan normal. Selain itu, penulis juga melakukan uji *One-Kolmogorov -Smirnov Test* seperti pada **Tabel 4.11** dibawah ini.

Tabel 4. 11

Hasil Uji *One Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			224
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.38270370
Most Extreme Differences	Absolute		.043
	Positive		.043
	Negative		-.029
Test Statistic			.043
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.396
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.383
		Upper Bound	.408

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Berdasarkan **Tabel 4.11**, dapat dilihat hasil signifikansi uji *one sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan hasil yang signifikan dimana $0,200 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai residu yang diuji telah berdistribusi normal. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji pada **Gambar 4.16**, **Gambar 4.17**, dan **Tabel 4.11** dapat dinyatakan bahwa nilai residual pada penelitian ini sudah memenuhi syarat untuk asumsi normalitas.

4.4.1.2 Hasil Uji Multikolonieritas

Pada penelitian ini, uji multikolonieritas dilakukan untuk menemukan apakah terdapat korelasi tinggi pada variabel independen dalam model regresi berganda. Uji yang baik adalah tidak terjadinya multikolonieritas. Kriteria yang digunakan dalam mengidentifikasi uji multikolonieritas pada penelitian ini menggunakan kriteria nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 . Berikut merupakan hasil dari uji multikolonieritas yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.372	.391		-8.626	<.001		
	E-SERVQUAL	.090	.012	.421	7.296	<.001	.334	2.998
	E-WOM	.118	.014	.490	8.488	<.001	.334	2.998

a. Dependent Variable: NIAT PAKAI ULANG

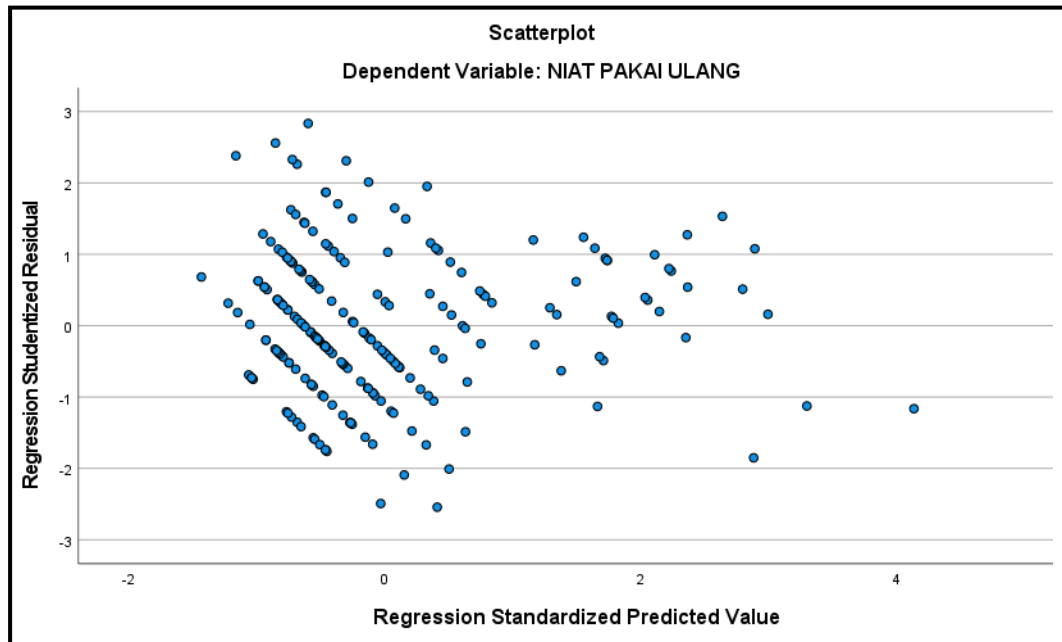
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan **Tabel 4.12**, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji dimana variabel *e-service quality* terdapat nilai *tolerance value* 0,334 dan nilai VIF 2,998. Lalu variabel *e-word of mouth* terdapat nilai *tolerance value* 0,334 dan nilai VIF 2,998 dimana kedua variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 .

4.4.1.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas, dapat diketahui dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Menurut Ghozali (2018), apabila terdapat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.18 dibawah ini.

Gambar 4. 18
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan **Gambar 4.18**, dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan sudah menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengukur besarnya hubungan antara variabel dependen Niat Pakai Ulang (Y) dengan variabel independen *E-Service Quality* (X1) dan *E-Word of Mouth* (X2). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan dengan uji koefisien determinasi (Adjusted R^2), Uji F, dan Uji t. Penulis melakukan uji analisis linear berganda menggunakan metode *stepwise* yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil analisis linear berganda dapat dilihat pada **Tabel 4. 13** dibawah ini

Tabel 4. 13
Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	E-WOM		Stepwise (Criteria: Probability-of- F-to-enter <= . 050, Probability-of- F-to-remove >= .100).
2	E-SERVQUAL		Stepwise (Criteria: Probability-of- F-to-enter <= . 050, Probability-of- F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: NIAT PAKAI ULANG

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan **Tabel 4.13**, dinyatakan bahwa variabel *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) adalah variabel independen yang dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi. Hal tersebut menunjukkan kedua variabel berpengaruh signifikan.

4.4.2.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) berpengaruh parsial terhadap variabel (Y) yaitu niat pakai ulang. Rumusan hipotesis diajukan untuk uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *e-service quality* (X_1) terhadap variabel niat pakai ulang (Y)
 - $H_0 : \beta_1 \leq 0$ artinya variabel *e-service quality* (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)

- $H_1 : \beta_1 > 0$ artinya variabel *e-service quality* (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)
2. Pengaruh variabel *e-word of mouth* (X_2) terhadap variabel niat pakai ulang (Y)
- $H_0 : \beta_2 \leq 0$ artinya variabel *e-word of mouth* (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)
 - $H_1 : \beta_2 > 0$ artinya variabel *e-service quality* (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y)

Uji t memiliki kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Uji t memiliki kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai t tabel dimana nilai t-tabel adalah 1,9708 yang didapatkan dari rumus $df = n - k = 224 - 2 = 222$

1. Apabila t-hitung $>$ t-tabel (1,9708) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Apabila t-hitung \leq t-tabel (1,9708) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berikut merupakan hasil dari uji t dengan menggunakan SPSS yang dapat dilihat pada **Tabel 4.14** dibawah ini

Tabel 4. 14

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-2.668	.421		-6.338	.000
	E-WOM	.201	.009	.834	22.504	.000
2	(Constant)	-3.372	.391		-8.626	.000
	E-WOM	.118	.014	.490	8.488	.000
	E-SERVQUAL	.090	.012	.421	7.296	.000

a. Dependent Variable: NIAT PAKAI ULANG

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Pada **Tabel 4.12** diatas, didapati hasil bahwa nilai signifikansi dari variabel *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) $< 0,05$ dan nilai t-hitung dari variabel *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) $> t$ -tabel (1,9708) sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan nilai signifikansi *e-service quality* (X_1) memiliki nilai 0,000 dan *e-word of mouth* (X_2) memiliki nilai 0,000 dimana seluruh variabel memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap niat pakai ulang (Y).
2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan nilai t-tabel,
 - *E-service quality* (X_1) memiliki nilai t-hitung 7,296 $> t$ -tabel 1,9708 sehingga variabel *e-service quality* (X_1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang (Y)
 - *E-word of mouth* (X_2) memiliki nilai t hitung 8,488 $> t$ -tabel 1,9708 sehingga variabel *e-word of mouth* (X_2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang (Y)

4.4.2.2 Uji F (Uji Pengaruh Simultan)

Penulis melakukan uji F untuk mengetahui apakah variabel dependen (Y) yaitu niat pakai ulang berhubungan linear terhadap variabel independen (X). Uji F memiliki syarat yaitu dengan taraf kepercayaan 95% dengan kriteria pengambilan keputusan yang diambil berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut:

1. p -value (sig) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. p -value (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berikut merupakan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

1. $H_0 = E$ -Service quality dan *e-word of mouth* bersama-sama tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang
2. $H_3 = E$ -Service quality dan *e-word of mouth* bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang.

Tabel 4. 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206.883	1	1206.883	506.436	<,001 ^b
	Residual	529.046	222	2.383		
	Total	1735.929	223			
2	Regression	1309.582	2	654.791	339.416	<,001 ^c
	Residual	426.347	221	1.929		
	Total	1735.929	223			

a. Dependent Variable: NIAT PAKAI ULANG
b. Predictors: (Constant), E-WOM
c. Predictors: (Constant), E-WOM, E-SERVQUAL

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan **Tabel 4.15** diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan $0,001 \leq 0,05$ dimana H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) secara bersama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pakai ulang (Y) aplikasi *e-wallet* DANA.

4.4.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2018:147). Pada **Tabel 4.16** merupakan hasil dari uji koefisien determinasi yang diperoleh dari penelitian ini dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4. 16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.695	.694	1.54373
2	.869 ^b	.754	.752	1.38895

a. Predictors: (Constant), E-WOM
b. Predictors: (Constant), E-WOM, E-SERVQUAL

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

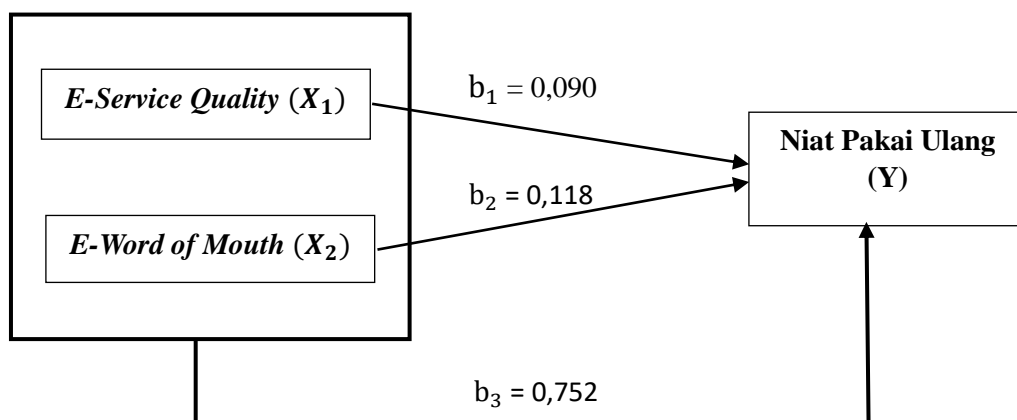
Berdasarkan **Tabel 4.16** diatas, diperoleh nilai R^2 adalah 0,752. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* (X_1) dan *e-word of mouth* (X_2) dapat menjelaskan variabel niat pakai ulang (Y) sebesar 75,2% dan sisanya sebesar 24,8% berasal dari kontribusi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.4.2.4 Model Regresi Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan alat bantu SPSS, diperoleh model regresi penelitian sebagai berikut:

Gambar 4. 19

Model Regresi Penelitian



Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan penulis, maka didapatkan model persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = - 3,372 + 0,090X_1 + 0,118X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Niat Pakai Ulang

X_1 = *E- Service Quality*

X_2 = *E- Word of Mouth*

e = error

Berdasarkan bentuk persamaan linear berganda diatas, variabel niat pakai ulang (Y) dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel *e-service quality* (X_1) sebesar 0,090 dan pengaruh variabel *e-word of mouth* (X_2) sebesar 0,118 dimana,

1. Apabila (X_1) dan (X_2) bernilai 0 maka Y bernilai -3,372
2. Koefisien (X_1) bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara (X_1) dan Y. Jika (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,090.
3. Koefisien (X_2) bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara (X_2) dan Y. Jika (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,118.