

PENGARUH KEPERCAYAAN, LITERASI KEUANGAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA

Riska Andriani¹, Noorchamid Ustadi², Arisky Andrinaldo³, Yuli Nurhayati⁴
^{1,2,3,4}Universitas Bina Insan, Jl. Jend. Besar H.M Soeharto, Lubuklinggau, Indonesia
Email: ikaaaaa2708@gmail.com

Article History

Received: 18-02-2025

Revision: 21-02-2025

Accepted: 23-02-2025

Published: 24-02-2025

Abstract. This study aims to analyze the impact of trust, financial literacy, and service features on the intention to use the Dana digital wallet among students at Universitas Bina Insan. Using a quantitative approach and data analysis with SPSS version 27, the study involved 95 students as a sample, determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data was collected through digital questionnaires distributed online and offline. The results show that trust does not have a significant impact on the intention to use the Dana digital wallet, with a t-value of 1.394, which is smaller than the t-table value of 1.983. In contrast, financial literacy has a significant impact on the intention to use, with a t-value of 27.663, which is greater than the t-table value of 1.983. Service features also have a significant impact on the intention to use, with a t-value of 7.573, which is greater than the t-table value of 1.983. Simultaneously, all three variables significantly influence the intention to use the Dana digital wallet, with an F-value of 251.848, which exceeds the F-table value of 2.69, and a significance value of 0.000, which is less than 0.05. This study shows that financial literacy and service features have a greater impact on the intention to use the digital wallet compared to trust.

Keywords: Trust, Financial Literacy, Service Features, Intention to Use and Dana Digital Wallet

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, literasi keuangan, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana di kalangan mahasiswa Universitas Bina Insan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data SPSS versi 27, penelitian ini melibatkan 95 mahasiswa sebagai sampel yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data diperoleh melalui kuesioner digital yang disebarakan secara daring dan luring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana, dengan t hitung 1,394 lebih kecil dari t tabel 1,983. Sebaliknya, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dengan t hitung 27,663 yang lebih besar dari t tabel 1,983. Fitur layanan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dengan t hitung 7,573 yang lebih besar dari t tabel 1,983. Secara simultan, ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana, dengan F-hitung 251,848 yang lebih besar dari F-tabel 2,69 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan fitur layanan lebih mempengaruhi minat penggunaan dompet digital dibandingkan kepercayaan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Minat Penggunaan dan Dompet Digital Dana

How to Cite: Andriani, R. et al. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital Dana. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (1), 4250-4261. [10.54373/ifi Jeb.v5i1.2780](https://doi.org/10.54373/ifi Jeb.v5i1.2780)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia terjadi dengan sangat pesat pada masa kini. Hampir seluruh bidang juga berkembang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. (Wulandari & Idayanti, 2023). Salah satu manifestasi paling nyata dari perubahan ini adalah munculnya fenomena *financial technology* (fintech) yang telah mendisrupsi model bisnis konvensional di sektor keuangan, termasuk perbankan. Inovasi disruptif yang dibawa oleh fintech telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, menyimpan, meminjam, dan mengelola keuangan mereka (Kennedy, 2017). Pertumbuhan pesat ini didorong oleh beberapa faktor, antara lain penetrasi smartphone yang tinggi, populasi usia produktif yang besar, serta masih rendahnya akses terhadap layanan keuangan formal (Tsakila et al., 2024).

Perkembangan Teknologi mulai masuk ke ranah Digital guna menyongsong Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar tahun 2024, pemerintah sebagai regulator ekonomi Indonesia, harus memberdayakan seluruh masyarakat Indonesia hingga ke pedesaan dan daerah terpencil di seluruh pelosok negeri agar turut merasakan dampak positif dari berkembangnya Teknologi di masa yang akan datang (Muzdalifa et al., 2018).

Dunia telah memasuki era revolusi industri generasi 4.0 yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi serta perkembangan sistem digital, kecerdasan artifisial, dan virtual (Lase, 2019). Kehadiran revolusi industri 4.0 di bidang keuangan khususnya industri *Fintech* membawa penyesuaian pekerjaan dan transaksi keuangan dengan metode pembayaran digital (Hatari & Wediawati, 2024).

Berkat pembayaran digital, pengguna dapat bertransaksi tanpa perlu lagi mendatangi teller bank sambil membawa uang tunai. Cukup bermodalkan gadget dan internet, pengguna dapat melunasi tagihan dengan cepat, mudah, dan aman (Septiani & Muzayanah, 2024). Perkembangan transaksi uang elektronik tidak lepas dari beberapa perusahaan yang ikut berkontribusi dalam memberikan fasilitas untuk menjadikan uang elektronik sebagai alat pembayaran. (Himawati & Firdaus, 2021).

Suatu bentuk teknologi yang memungkinkan individu untuk menyimpan, mengelola, dan menggunakan uang elektronik melalui perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau komputer adalah dompet digital (Rivki et al., 2023). Dompet digital atau dompet elektronik merupakan aplikasi perangkat lunak atau platform yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman. *E-wallet* berbeda dengan metode pembayaran tradisional karena tidak memerlukan uang tunai atau kartu fisik untuk melakukan transaksi (Sahir & Sudarmanto, 2023).

Pada saat ini e-wallet DANA merupakan salah satu dompet digital pendatang baru di Indonesia. Sebelum e-wallet DANA terdapat E-Wallet yang lain seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan sebagainya. E-wallet aplikasi DANA pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 Desember 2018 yang didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri termasuk anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan kongsi bersama Ant Financial (Kesuma & Nurbaiti, 2023). *E-Wallet* aplikasi DANA didesain untuk menjadikan transaksi non tunai dan non kartu secara digital, cepat, dan praktis (Abrilia & Tri, 2020).

Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh semua pengguna layanan elektronik. Makin baik fasilitas yang diberikan maka konsumen akan merasakan berbagai keuntungan dan kemudahan menggunakan dompet digital. Misalnya saja, dengan adanya keuntungan tersebut maka konsumen akan makin percaya. (Ridhia & Sutarso, 2021). Kepercayaan konsumen mencerminkan dukungan mereka terhadap upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kepercayaan juga menyangkut perasaan seseorang yang diekspresikan dalam dukungan terhadap sesuatu yang diyakini dalam hal ini adalah mitra bisnis, baik secara personal maupun organisasi (Kirana et al., 2024). Kepercayaan dalam suatu teknologi ini menjurus pada keyakinan pengguna dalam teknologi bekerja, keamanan, dan dapat keberfungsian teknologi sesuai dengan yang diharapkan (Mawardi & Prabowo, 2023). Ada beberapa kasus yang menunjukkan masih adanya layanan kurang memenuhi kebutuhan pelanggan. Misalnya saja, adanya kasus yang menyatakan server mengalami gangguan, pengurangan saldo secara tiba-tiba karena adanya kebobolan sistem keamanan, pending transfer, saldo terbekukan, gagal top-up (Ridhia & Sutarso, 2021).

Selain faktor Kepercayaan, ada faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Dana yaitu Literasi Keuangan, karena pengelolaan keuangan dan bagaimana cara penggunaan dompet digital yang baik memerlukan literasi keuangan yang baik pula (Hatari & Wediawati, 2024). Seseorang dengan literasi keuangan yang baik tentu memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Hal itu disebabkan karena dia memahami konsep keuangan sehingga dapat mengatur keuangannya dengan baik. Sedangkan mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang rendah seringkali mengambil langkah yang tidak benar dalam kegiatan keuangannya (Miranda et al., 2024).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali menyelenggarakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) untuk mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan penduduk Indonesia sebagai landasan program peningkatan literasi dan inklusi keuangan ke depan. Hasil SNLIK tahun 2024 menunjukkan indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43% sementara indeks inklusi keuangan sebesar 75,02%. Untuk kalangan pelajar dan mahasiswa,

dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 69,00%, tingkat literasi keuangan golongan ini masih rendah yakni sebesar 56,42% (Nasional et al., 2024).

Berdasarkan sudut pandang di atas tentang pengetahuan keuangan, dapat disimpulkan bahwa adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya (Nainggolan, 2022). Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan pribadi dibutuhkan individu agar dapat membuat keputusan yang benar dalam keuangan, sehingga mutlak diperlukan setiap orang dapat secara optimal menggunakan instrumen-instrumen serta produk-produk keuangan yang tepat. Kurangnya pengetahuan mengenai literasi keuangan menjadi masalah serius dan menjadi tantangan besar bagi masyarakat di Indonesia (Maulana et al., 2024).

Fitur layanan telah menjadi alat kompetitif untuk sebagai sarana membedakan produk kompetitif perusahaan dari barang pesaing. Akses informasi yang diberikan sebagai pembeda dengan menggunakan berbagai fitur dapat meningkatkan nilai fungsi dan nilai guna produk. (Latifah et al., 2022). Dengan adanya fitur layanan dapat menjadi suatu alasan seseorang menggunakan suatu produk. Agar pengguna merasa puas dengan fitur layanan yang akan digunakan maka jenisnya harus memenuhi kebutuhan pengguna (Arisma & Hijrah, 2024).

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan berkelanjutan dompet digital Dana memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan Dana (Septiani & Muzayanah, 2024), Penelitian (Dewi et al., 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan dompet digital. Namun pada penelitian (Ong & Mn, 2022) ditemukan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Minat Penggunaan Link Aja.

Sedangkan, hasil penelitian (Hatari & Wediawati, 2024) menunjukkan bahwa kepercayaan, literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan dan kepercayaan, literasi keuangan dan fitur layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan Dana. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian ini dipengaruhi karena responden pada penelitian ini belum memiliki pekerjaan atau penghasilan sendiri. Adanya perbedaan lokasi, hasil, populasi dan objek pada penelitian mengenai Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, literasi keuangan, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan dompet digital Dana di kalangan mahasiswa Universitas Bina Insan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal, dan analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Populasi penelitian ini terdiri dari 2.012 mahasiswa aktif, dan sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 95 mahasiswa. Data primer diperoleh melalui kuesioner digital (*Google Form*), yang disebarakan secara daring melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, serta secara luring dengan wawancara langsung.

HASIL

1. Uji Regresi Sederhana

a. Uji Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 1. Uji Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.731	3.258		6.669	.000
	Kepercayaan	.144	.103	.135	1.394	.166
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan						

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung variable kepercayaan sebesar 1,394 sedangkan t tabel sebesar 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung kurang dari t tabel dengan nilai $1,394 < 1,983$, dimana tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat penggunaan. **H₁ (Ditolak)**

b. Uji Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 2. Uji Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.266	.917		1.380	.170
	Literasi Keuangan	.960	.035	.938	27.663	.000
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan						

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung variable Literasi Keuangan sebesar 27.663 sedangkan t tabel sebesar 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai $27.663 > 1,983$, dimana terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap minat penggunaan. **H₂ (Diterima)**

c. Uji Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan

Tabel 3. Uji Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.573	1.851	4.092	.000
	Fitur Layanan	.800	.078	.709	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung variable Fitur layanan sebesar 7.573 sedangkan t tabel sebesar 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai $10.247 > 1,983$, dimana terdapat pengaruh antara Fitur layanan terhadap minat penggunaan. **H₃ (Diterima)**

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Ringkasan Uji Hipotesis

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 ^a	.881	.878	1.69115

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Kepercayaan, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel menunjukan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 dinyatakan dalam R square sebesar 0,881. Hal tersebut berarti Kepercayaan (X_1), Literasi Keuangan (X_2) dan Fitur Layanan (X_3) Secara bersama-sama mampu mempengaruhi 88,1% perubahan pada Minat Penggunaan (Y) dan sisanya 11,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

e. Uji Regresi Berganda (Uji t)

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda Uji t

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	2.068	1.393		1.484
	Kepercayaan	-.026	.037	-.024	.481
	Literasi Keuangan	.978	.054	.955	17.973
	Fitur Layanan	-.019	.060	-.017	.754

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, diperoleh persamaan regresi $Y = 2.068 - 0,26X_1 + 0,978X_2 - 0,019X_3 + e$, yang menggambarkan hubungan antara Minat Penggunaan (Y) dengan Kepercayaan (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Fitur Layanan (X3). Nilai koefisien korelasi Kepercayaan (X1) sebesar -0,26 menunjukkan bahwa jika Kepercayaan berkurang 1 poin, maka Minat Penggunaan akan berkurang sebesar 0,26 poin, mengindikasikan hubungan negatif antara kedua variabel tersebut. Sementara itu, Literasi Keuangan (X2) dengan koefisien korelasi sebesar 0,978 menunjukkan hubungan positif yang kuat, dimana setiap peningkatan 1 poin pada Literasi Keuangan akan meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0,978 poin. Di sisi lain, Fitur Layanan (X3) memiliki koefisien korelasi -0,019, yang berarti bahwa pengurangan 1 poin pada Fitur Layanan hanya akan menurunkan Minat Penggunaan sebesar 0,019 poin, yang menunjukkan hubungan negatif namun sangat lemah. Secara keseluruhan, Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap Minat Penggunaan, sedangkan Kepercayaan dan Fitur Layanan memiliki pengaruh yang lebih kecil.

f. Pengujian Signifikansi Dengan Uji t

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas atau variabel independen yang ada dalam model memiliki pengaruh yang secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau variabel dependen. adapun keputusan dalam uji F yaitu:

- 1) H_0 Diterima dan H_1 ditolak jika nilai t-hitung < dari t-tabel atau jika signifikan > 0,05.
- 2) H_0 Ditolak dan H_1 diterima jika nilai t-hitung > dari t-tabel atau jika signifikan < 0,05.

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel literasi keuangan (X_1) menunjukkan bahwa nilai t- hitung sebesar $-0.707 <$

1.983 nilai t-tabel, dengan nilai signifikan sebesar $0,481 > 0,05$ maka tidak terjadi pengaruh Kepercayaan terhadap Minat penggunaan.

- 2) Variabel literasi keuangan (X_2) menunjukkan bahwa nilai t-hitung adalah $0,978 < 1.984$ nilai t-tabel dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka terjadi pengaruh literasi keuangan terhadap Minat penggunaan adalah positif dan signifikan.
- 3) Variabel Fitur Layanan (X_3) menunjukkan bahwa nilai t-hitung adalah $-0,019 < 1,983$ nilai t-tabel dengan nilai signifikan sebesar $0,754 > 0,05$ maka tidak terjadi pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat penggunaan.

g. Hasil Pengujian Dengan Uji F

Hipotesis ini menguji analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi statistik dan menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat literasi keuangan dengan pembelajaran secara bersama-sama terhadap pembelajaran, Ringkasan hasil uji hipotesis ketiga dapat dilihat dalam tabel berikut:

- 1) jika F-hitung $>$ F-tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika F-hitung $<$ F-tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Analisis Regresi Berganda Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2160.847	3	720.282	251.848	.000 ^b
	Residual	291.719	102	2.860		
	Total	2452.566	105			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Kepercayaan, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bahwa F-hitung adalah $251.848 >$ nilai F-tabel yaitu sebesar 2.69 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 <$ dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), literasi keuangan (X_2) dan fitur layanan (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Penggunaan (Y). **H₄ (Diterima)**

DISKUSI

- a. Kepercayaan (X1) diduga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital DANA dalam transaksi keuangan (Y) pada mahasiswa Universitas Bina Insan, namun hasil uji menunjukkan bahwa H1 ditolak. Nilai t hitung untuk kepercayaan sebesar 1,394, lebih kecil dari t tabel 1,983, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kepercayaan dan minat penggunaan. Temuan ini serupa dengan penelitian Dewi et al. (2024), yang menyatakan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital, namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Septiani & Muzayanah (2024) yang menunjukkan pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kepercayaan dan minat penggunaan dompet digital. Penelitian Priyono (2017) menyatakan bahwa dalam transaksi digital yang berisiko, kepercayaan menjadi faktor penting agar pengguna merasa aman dan bersedia bertransaksi.
- b. Literasi Keuangan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital DANA (Y), dengan H2 diterima. Nilai t hitung untuk literasi keuangan adalah 27,663, lebih besar dari t tabel 1,983, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ong & Mn (2022) dan didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berhubungan dengan meningkatnya minat menggunakan aplikasi keuangan.
- c. Fitur layanan (X3) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital DANA (Y), dengan H3 diterima. Nilai t hitung untuk fitur layanan adalah 7,573, yang lebih besar dari t tabel 1,983, menunjukkan bahwa fitur layanan memengaruhi minat penggunaan. Penelitian ini sejalan dengan Desita & Dewi (2022) yang menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Agustina (2017) yang menyatakan bahwa fitur layanan memengaruhi minat menggunakan internet banking.
- d. Secara simultan, variabel kepercayaan (X1), literasi keuangan (X2), dan fitur layanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital DANA (Y), dengan H4 diterima. Berdasarkan hasil uji, nilai F-hitung sebesar 251.848 lebih besar dari F-tabel 2,69, dan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan antara ketiga variabel terhadap minat penggunaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mikfha & Wediawati (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan literasi keuangan berpengaruh signifikan, meskipun fitur layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Perbedaan hasil penelitian ini mungkin disebabkan oleh perbedaan responden yang belum memiliki penghasilan tetap dan perbedaan lokasi atau objek penelitian, seperti yang juga

ditemukan dalam penelitian Wibowo et al. (2015) yang menunjukkan pengaruh signifikan fitur layanan terhadap minat menggunakan E-money.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, nilai t hitung untuk kepercayaan adalah 1,394, yang lebih kecil dari t tabel 1,983, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak memengaruhi minat penggunaan. Sebaliknya, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, Nilai t hitung literasi keuangan sebesar 27,663 lebih besar dari t tabel 1,983, menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan. Fitur layanan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, Nilai t hitung fitur layanan adalah 7,573, yang lebih besar dari t tabel 1,983, menandakan pengaruh signifikan. Secara simultan, kepercayaan, literasi keuangan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dengan F -hitung sebesar 251,848 yang lebih besar dari F -tabel 2,69, serta nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi minat penggunaan.

REKOMENDASI

Literasi keuangan merupakan hal yang sangat penting untuk terus ditingkatkan, baik di kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum. Edukasi tentang pengelolaan keuangan perlu dilakukan secara lebih intensif agar masyarakat dapat memahami cara mengelola uang di tengah kemudahan teknologi yang bisa memicu pengeluaran berlebihan. Bagi mahasiswa, penting untuk menumbuhkan kontrol diri agar dapat mengatur perilaku keuangan dengan baik dan membentuk literasi keuangan yang lebih matang. Sementara itu, bagi peneliti di masa depan, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain sebagai variabel independen, baik yang bersifat internal maupun eksternal, guna memahami faktor-faktor yang lebih luas yang dapat memengaruhi variabel dependen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing dan dosen yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih pula kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dan memberikan data yang dibutuhkan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang turut

memberikan dukungan dalam kelancaran penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

REFERENSI

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Arisma, A., & Hijrah, L. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *Costing : Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).
- Dewi, M., Siregar, N., & Hutapea, N. A. (2024). Finansial Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Sma Negeri 15 Medan). *Kapital Deli Sumatera*, 2(2), 23–28.
- Hatari, M. M., & Wediawati, T. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Dana Dalam Transaksi Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman). *Jurnal AKuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 30–36.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Kennedy, P. S. J. (2017). Literature Review: Tantangan terhadap Ancaman Disruptif dari Financial Technology dan Peran Pemerintah dalam Menyikapinya. *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (FKBI)*, 11(1), 92–105.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Kirana, T., Roisah², R., Solihat³, A., & Mauliyan⁴, F. F. (2024). Pengaruh Tingkat Keamanan dan Kepercayaan Dompot Digital Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(2), 96–105.
- Lase, D. (2019). Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sunderman*, 1(1), 43–48. <https://doi.org/10.53091/jtir.v1i1.17>
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, promosi, dan fitur layanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet di kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 1(01), 1–14. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex>
- Maulana, T., Kamila, A., Anggraeni, S., Oktapiani, S., Zahra, D., Rahmasri, F., Gusmitasari, T., Khairunnisa, K., Deska, P., Pratama, R., & Permana, R. D. (2024). *Peningkatan Literasi Finansial Berkelanjutan Melalui Edukasi Dan Pendampingan Dalam*

Pengelolaan Keuangan Masyarakat Desa Jayaraga. 2(7), 3014–3020.

- Mawardi, T., & Prabowo, B. (2023). The Influence Of Perceived Benefit, Perceived Convenience And Trust On The Decision To Use The DANA E-Wallet Application (Study On UPN Veterans East Java FISIP Students) “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3733–3741. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Miranda, Nurjanah, & Ade Fadillah FW Pospos. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jii*, 9(1), 36–52. <https://doi.org/10.32505/jii.v9i1.8826>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nasional, S., Dan, L., & Keuangan, I. (2024). *Sp 106/ojk/gkpb/viii/2024*. 1–6.
- Ong, V., & Mn, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Ridhia, A., & Sutarso, Y. (2021). Peran kepercayaan, manfaat dan religiusitas dalam meningkatkan niat menggunakan kembali dompet digital. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 181. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2172>
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2023). *Mengenal Dompet Digital Di Indonesia* (Issue 112).
- Sahir, S. H., & Sudarmanto, E. (2023). *Metode Pembayaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Septiani, H., & Muzayanah, F. N. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Dompet Digital Dana (Studi Pada Pengguna Aplikasi Dompet Digital Dana Di KotaBandung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 501–511.
- Tsakila, N. F., Wirahadi, M. A., Fadilah, A. A., & Simanjuntak, H. (2024). Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i4.2787>
- Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023). Peran Aplikasi Dompet Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat melakukan Pembayaran Digital. *Islamic Banking and Finance*, 3(2), 429–441. <https://doi.org/10.30863/ibf.v3i2.5438>