

## Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)

Sindy Aliffiyah Saragih<sup>1\*</sup>, Zulkarnain Siregar<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan  
Corresponding author: Sindyaliffiyahsaragih@gmail.com

### ABSTRACT

**Purpose.** *The study aims to determine whether service feature, privacy security, and trust influence user satisfaction with DANA application as payment tool study on student in the management program at UNIMED.*

**Metode.** *This research employs a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling, with a total sample size 100 responden. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method, supported by SmartPLS version 4.0 alongside the Structural Equation Model (SEM) approach.*

**Finding.** *The findings of this study indicate that: 1) service features do not significantly affect user satisfaction, 2) privacy security does not significantly affect user satisfaction, 3) trust significantly influences user satisfaction, 4) trust can significantly mediate the relationship between service features and user satisfaction, and 5) trust can significantly mediate the relationship between privacy security and user satisfaction.*

**Implication.** *The application company needs to enhance service features and privacy security to ensure user satisfaction and security. Additionally, it is essential to maintain and strengthen user trust by consistently meeting their expectations, thereby preserving the company's good reputation.*

**Keywords.** *User Satisfaction, Service Features, Privacy Security, Trust*

### ABSTRAK

**Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari fitur layanan, privasi keamanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada mahasiswa prodi manajemen UNIMED.

**Metode.** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pendekatan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan metode analisis data *partial last square* yang didukung oleh SmartPLS vers 4.0 bersama dengan pendekatan *Model Structural Equation* (SEM).

**Hasil.** Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: 1) fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, 2) privasi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, 3) kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, 4) kepercayaan mampu memediasi fitur layanan terhadap kepuasan secara signifikan, 5) kepercayaan mampu memediasi privasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna.

**Implikasi.** Perusahaan aplikasi perlu meningkatkan fitur layanan dan privasi keamanan untuk memastikan kepuasan dan keamanan pengguna. Selain itu, penting untuk tetap

mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pengguna dengan terus memenuhi harapan mereka, sehingga reputasi baik perusahaan terjaga.

**Kata Kunci.** Kepuasan Pengguna, Fitur Layanan, Privasi Keamanan, Kepercayaan

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era modern saat ini terus menerus semakin mengalami kemajuan pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan. *Financial technology (fintech)* menjadi salah satu industri teknologi yang berkembang membuat banyak orang bertransaksi secara online yang berintergrasi dengan ponsel maupun internet dan juga kartu yang terhubung dengan sistem pembayaran digital yang aman. Aplikasi DANA merupakan *e-wallet* keuangan digital dan sistem pembayaran yang menggunakan *e-money*, cek dan transfer, serta metode pembayaran lainnya yang berbasis internet.

Menurut survei Pupulix (2022) aplikasi DANA menduduki posisi kedua sebagai *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Gopay dengan presentase sebanyak 83% diantara *e-wallet* lainnya seperti OVO, Shopee pay, LinkAja, I Saku, OCTO Mobile, Sakuku dan JackOne Mobile. Aplikasi DANA memiliki banyak keunggulan dan menawarkan banyak produk dalam fitur layanan seperti memproses tagihan, top-up, pulsa, tiket, QRIS, DANA Bisnis dan juga menyimpan uang. Selain itu, fitur pada aplikasi DANA sudah terintegrasi dengan berbagai layanan juga seperti Buka Lapak, Lazada, Tix.id BPJS dan juga bank lainnya. Keunggulan yang ditawarkan aplikasi DANA seperti dengan fitur layanan transaksi yang aman, mudah, praktis, dapat digunakan dimanapun dan kapanpun serta memberikan banyak fitur layanan yang diperlukan oleh para pengguna agar memberikan kepercayaan pada aplikasi DANA dan menjadi salah satu faktor berpengaruh pada kepuasan pengguna.

Menurut Kotler & Keller (2012) menyatakan kepuasan pengguna atau customer satisfaction merupakan perasaan bahagian ataupun kecewa seseorang setelah membandingkan suatu produk yang dia gunakan. Meskipun pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran menawarkan banyak keunggulan, tidak dapat menutup kemungkinan bahwa masih terdapat kelemahan dalam melakukan pembayaran atau transaksi melalui aplikasi DANA ini. Oleh karena itu, kepuasan pengguna dipengaruhi oleh fitur layanan saja namun ada privasi keamanan dan kepercayaan yang berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna individu.

Menurut Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa fitur layanan merupakan ciri khas yang dimiliki oleh sebuah produk yang menjadi kelengkapan dari fungsi produk tersebut. Sementara menurut Nyimas (2021) fitur layanan dapat diukur melalui keberagaman fitur, fitur sesuai harapan, dan fitur memiliki sebuah keunggulan. Aplikasi DANA mengalami permasalahan pada fitur layanan seperti aplikasi *error*, kegagalan ketika melakukan pembayaran serta inovasi produk QRIS yang terkadang tidak dapat digunakan.

Melalui hal tersebut aplikasi dana harus mempertahankan pengguna dengan meningkatkan keamanan pada fitur layanannya. Privasi keamanan merupakan dua konsep yang sangat penting dalam menjaga integritas dan keamanan informasi saat menggunakan aplikasi. Menurut Mintarum (2023) privasi kemaanan menjadi perhatian pertama pengguna ketika melakukan aktivitas online. Privasi keamanan dapat dikatakan juga sebagai penunjang

dalam menjadikan pengguna puas dengan produk yang dimiliki. Namun, ternyata aplikasi DANA belum sepenuhnya aman pengguna masih sering mengalami akses masuk yang tidak sah, dan transaksi yang saldo yang terpotong sendiri tanpa melakukan transaksi membuat kerahasiaan data pengguna tidak sepenuhnya aman.

Setelah melihat fitur layanan dan privasi keamanan pada aplikasi DANA yang masih sering terjadi kendala, membuat rasa kepercayaan pengguna tentunya akan semakin menurun. Menurut Sangjidi & Sopiah (2023) kepercayaan merupakan kekuatan dari sebuah produk yang memiliki atribut tertentu. Apabila seseorang sedang dalam situasi puas ketika dirinya menggunakan sebuah jasa ataupun produk yang dirinya lakukan adalah dengan memiliki berdasarkan apa yang sudah dipercayai. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA. Pengguna akan merasa dirinya puas apabila produk yang digunakan baik dan membantu kehidupannya.

Sejalan dengan penelitian ini, penelitian relevan yang dilakukan oleh Nyimas (2021) yang menyatakan bahwa fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fandy (2020) menyatakan bahwa fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani yang menyatakan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, tetapi penelitian ini menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Lalu pada penelitian yang dilakukan Putra (2022) menyatakan bahwa privasi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2023) menyatakan bahwa privasi keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

## **2. Kajian Pustaka dan Hipotesis**

Setiap perusahaan harus memiliki strategi untuk mengenali, memenuhi dan memastikan kepuasan pengguna dengan baik. Kepuasan pengguna merupakan evaluasi sejauh mana seseorang merasa puas dengan barang atau jasa yang mereka gunakan serta untuk meningkatkannya. Hal ini tentunya sangat penting untuk memahami kebutuhan dan harapan pengguna serta berusaha memberikan pengamanan yang memuaskan.

### **Kepuasan Pengguna**

Menurut Mointi & Sawu (2022) Kepuasan pengguna merupakan hasil penilaian terhadap pengguna dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi atau menggunakan barang dan jasa tersebut. Jika keinginan yang diterimanya lebih besar atau sama dari harapannya, maka pengguna dapat dikatakan puas, namun sebaliknya apabila kinerja yang diberikan dari pemakaian produk atau jasa tersebut ternyata kecil dari pada apa yang diharapkan maka pengguna merasa tidak puas. Sementara menurut Kotler & Keller (2012) Kepuasan merupakan tingkat sejauh mana pengguna merasa puas dengan produk atau layanan yang digunakan sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Maka dapat disimpulkan kepuasan pengguna merupakan penilaian pengguna terhadap kinerja suatu produk atau layanan. Jika kinerja suatu produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna, maka pengguna akan merasa puas namun sebaliknya jika suatu produk atau layanan tidak memenuhi harapan pengguna,

maka pengguna akan merasa tidak puas. Hal ini sangatlah penting bagi perusahaan karena untuk dapat meningkatkan nilai kepuasan pengguna melalui penyampaian produk yang berkualitas.

### **Fitur Layanan**

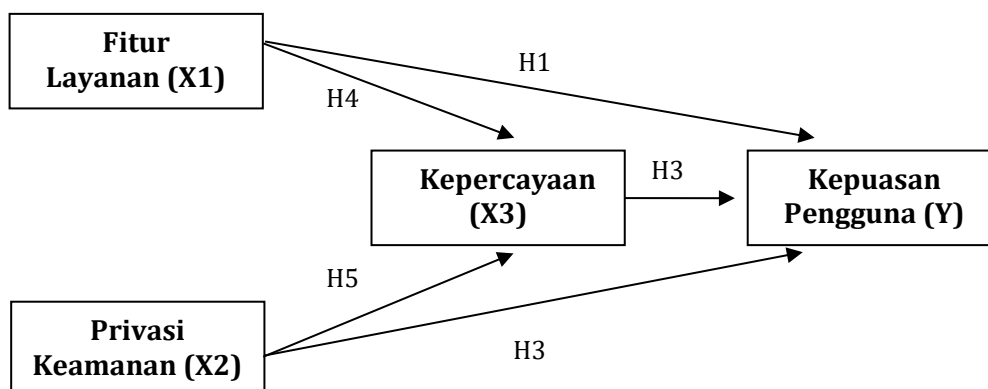
Menurut Kotler & Keller (2012) Fitur Merupakan ciri khas yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut. Fitur produk dapat diukur melalui keberagaman fitur, kesesuaian fitur dan keunggulan fitur (Fandy, 2020). Sementara menurut Schmitt (2010) Fitur menjadi karakteristik yang menambah fungsionalitas dasar suatu produk. Karena fitur-fitur inilah yang menjadi alasan konsumen memilih suatu produk. Fitur layanan tersebut menjadi salah satu aspek penting agar pelanggan mempunyai kepercayaan dalam membuat keputusan untuk bertransaksi secara online. Maka dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan karakteristik atau fitur yang ada pada suatu produk yang dapat membantu pengguna. Fitur layanan ini dapat menjadi alasan pelanggan untuk memilih suatu produk, alat kompetitif bagi perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap transaksi online dalam mencapai kepuasan,

### **Privasi Keamanan**

Menurut Hotana (2019) Privasi merupakan sebuah hal yang sangat penting dalam individu maupun lembaga atau instansi untuk berhadapan dan berinteraksi dengan individu lainnya. Privasi menekankan kepada penjual aplikasi atau e-commerce agar mampu memberikan jaminan kepada pengguna aplikasi ataupun website bahwa data pribadi dari pengguna saat memakai layanan secara online tidak disebarkan kepada pihak-pihak luar serta mampu menjamin informasi tentang layanan situs. Privasi keamanan juga mengacu pada kemampuan individu pengguna untuk menentukan bagaimana, kapan dan seberapa banyak informasi pengguna diungkapkan kepada orang lain ataupun lingkungan. Terdapat tiga kategori dalam membedakan permasalahan privasi keamanan yaitu privasi dasar, privasi pragmatis dan privasi yang tidak diperhatikan (Dwi & Wildam, 2020) Maka dapat disimpulkan bahwa privasi keamanan adalah hak individu untuk mengontrol informasi pribadi mereka dan melindungi diri dari bahaya. Ada tiga kategori privasi yaitu privasi dasar, pragmatis, dan yang tidak diperhatikan.

### **Kepercayaan**

Menurut Kotler & Keller (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan para pengguna bahwa perusahaan akan memenuhi harapan mereka, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor interpersonal, faktor integritas, kebaikan maupun kejujuran, Sementara menurut Amalis (2017) menyatakan bahwa kepercayaan hal yang diyakini dan dimiliki kolektif dari dua pihak yang diwajibkan dengan pemahaman dan keamanan pada anggapan serta hal yang diyakini telah menjadi krusial, pendorong dengan transaksinya. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan keadaan mental yang didasarkan pada keyakinan bahwa seseorang atau sesuatu akan berperilaku sesuai harapan. Pengalaman, reputasi, dan kejujuran merupakan beberapa sumber kepercayaan.



**Gambar 1. Model Penelitian**

### Hipotesis Penelitian

- H1: Fitur Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED
- H2: Privasi Keamanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED
- H3: Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED
- H4: Fitur Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran dimediasi oleh kepercayaan studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED
- H5: Privasi Keamanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran dimediasi oleh kepercayaan studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengujian instrument menggunakan skala likert yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2013:94) jumlah kuesioner untuk variabel fitur layanan sebanyak 8 pernyataan dengan 4 indikator menurut Poon (2011) yaitu: 1) keberagaman layanan transaksi, 2) Keberagaman fitur, 3) Kemudahan akses informasi tentang produk & jasa, 4) Inovasi produk. Variabel privasi keamanan sebanyak 7 pernyataan dengan 3 indikator menurut Nandya (2020) yaitu: 1) Jaminan transaksi, Kerahasiaan Data, 3) Bukti Transaksi. Variabel Kepercayaan sebanyak 7 pertanyaan dengan 3 indikator menurut Sangdji & Sopiah (2013) yaitu; 1) Kualitas produk, 2) Keamanan, 3) Keyakinan. Variabel kepuasan pengguna sebanyak 7 pernyataan dengan 3 indikator menurut Irawan (2008) yaitu; 1) Product Quality (Kualitas produk), 2) Faktor Emosional, 3) Efisiensi (Kemudahan). Populasi dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED sebanyak 562 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Sugiyono, 2013:85). Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi (error) 10% sehingga total jumlah responden yang dibutuhkan adalah 100 responden.

Data yang digunakan melalui studi kepustakaan, observasi dan kuesioner. Uji Instrument pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2013 : 38) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal

tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Fitur Layanan (X1), Privasi Keamanan (X2), Kepercayaan (X3)

2. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pengguna (Y)

Penelitian ini menggunakan metode analisis data partial Least Square Path Modeling (PLS PM) dengan pendekatan Equation Model (SEM) yang dikembangkan oleh Herman World (1985) sebagai teknik data dengan *software* SmartPLS versi 4.0.

**4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**Hasil Penelitian**

**Uji Validitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Fitur Layanan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0.983	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.989	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.932	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0.992	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0.970	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0.918	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0.980	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0.912	Valid
Privasi Keamanan (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0.954	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.967	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.975	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0.940	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0.978	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0.962	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0.942	Valid
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0.937	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0.988	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0.980	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0.970	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0.784	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0.924	Valid
	X <sub>3.7</sub>	0.978	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Y <sub>1</sub>	0.842	Valid
	Y <sub>2</sub>	0.760	Valid
	Y <sub>3</sub>	0.733	Valid
	Y <sub>4</sub>	0.774	Valid
	Y <sub>5</sub>	0.776	Valid
	Y <sub>6</sub>	0.719	Valid
	Y <sub>7</sub>	0.809	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS 4.0 (2025)

*Convergennt Validity* merupakan salah satu uji yang menunjukkan hubungan antara item reflektif dengan variabel latennya. Pengukuran *convergent validity* melalui kolerasi antara skor suatu indikator dengan skor tiap variabel (*Loading Factor*). Suatu indikator dapat dikatakan memenuhi syarat valid ketika nilai *loading factor* > 0,7 dan *p-value* dianggap signifikan jika < 0,5. Pada penelitian ini menggunakan *loading factor* dengan nilai > 0,7 dengan tujuan untuk mendapatkan nilai AVE yang lebih baik. Berdasarkan tabel diatas semua pernyataan memiliki *loading factor* dengan nilai > 0,7 yang artinya telah memenuhi syarat valid atau diterima.

**Tabel 2. Nilai Everage Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Fitur Layanan (X <sub>1</sub> )	0.921
Privasi Keamanan (X <sub>2</sub> )	0.921
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	0.883
Kepuasan Pengguna (Y)	0.600

Sumber: Data diolah SmartPLS 4.0 (2025)

### Uji Reliabilitas

**Tabel2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Fitur Layanan (X <sub>1</sub> )	0.989	0.988	Reliabel
Privasi Keamanan (X <sub>1</sub> )	0.981	0.977	Reliabel
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	0.913	0.890	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0.988	0.986	Reliabel

Sumber: Data diolah SmartPLS 4.0 (2025)

Evaluasi *Composite reliability* dilakukan dengan mengami nilai *composite reliability* dari blok indikaror yang mengukur indikator dan nilai *cronbach's alpha*. Suatu Indikator dianggap reliabel jika *composite reliability* >0,7 dan nilai *cronbach's alpha* >0,6. Berdasarkan tabel diatas menyatakan bawa nilai *composite reliability* memiliki nilai >0,7. Hal ini dapat diartikan seluruh varianel dapat dikatakan memenuhi syarat reliabel dan nilai *cronbach's alpha* >0,6 itu artinya nilai seluruh variabel dinyatakan riabel yang baik.

### Inner Model

#### R-Square (R<sup>2</sup>)

R-Square merupakan ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (indipinden) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (dependen). Berfungsi untuk memprediksi apakah model tersebut adalah baik/buruk. Menurut Ghozali (2016:95) krtiteria dari R-Square sebagai berikut:

- Jika R-Square 0,67 = Kuat
- Jika R – Square 0,33 = Moderat atau medium
- Jika R-Square 0,19 = Lemah

Maka dapat disimpulkan pula, semakin besar nilai R-Square maka semakin baik dalam suatu penelitian.

**Tabel 3. Pengujian R-Square**

Variabel	R-square
Kepercayaan (X3)	0.980
Kepuasan Pengguna (Y)	0.695

Sumber: Data diolah SmartPLS 4.0 (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai R-Square pada nilai Kepercayaan dan Kepuasan dapat dikatakan kuat.

### Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)

Predictive relevance merupakan model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai R<sup>2</sup> masing-masing dalam penelitian ini adalah R<sup>2</sup> 1 kepercayaan 0.980 dan R<sup>2</sup> 1 kepuasan pengguna sebesar 0.695. Berikut hasil perhitungan Q<sup>2</sup> dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2)$$

Jika Q<sup>2</sup> >0 dapat diartikan model dapat diprediksi sedangkan jika <0 tidak dapat diprediksi. Melalui rumus diatas maka dapat diperoleh Q<sup>2</sup> pada penelitian ini adalah:

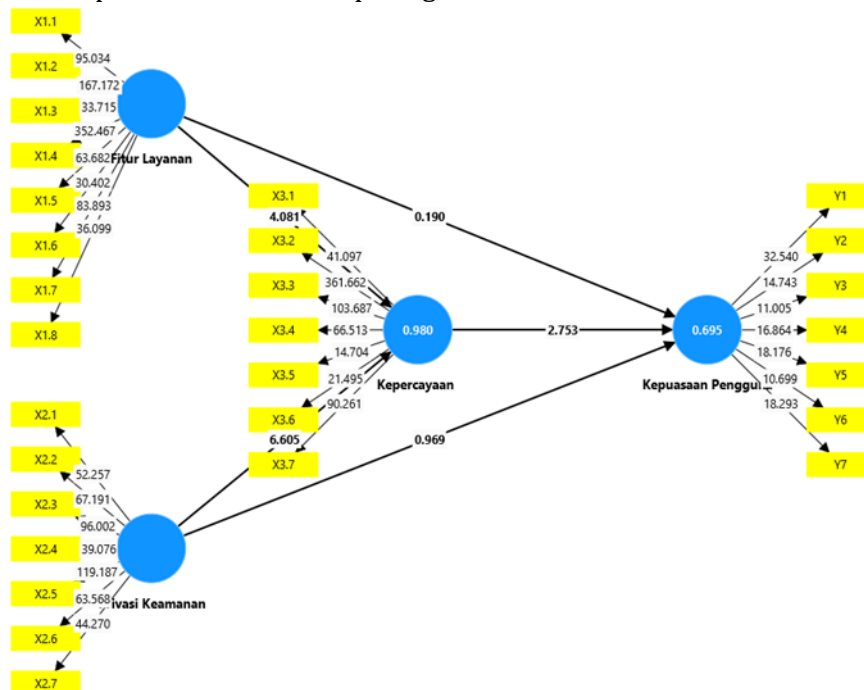
$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - 0.980)(1 - 0.695) \\ &= 1 - (0.20) (0.305) \\ &= 1 - 0.061 \\ &= 0.939 \\ &= 93.9 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Predictive diatas, didapat hasil 93,9% yang artinya model mempunyai nilai predictive reverance yang diperoleh >0

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji T)

Tujuan uji parsial (t-test) adalah untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen, terhadap seberapa jauh pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya, dan bagaimana variabel dependen. Adapun hasil pengujian model struktural penelitian ini dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2. Hasil pengujian hipotesis**  
Sumber: Dsts dioleh SmartPLS 4.0 (2025)



**Tabel 4. Hasil Path Coefficient (Direct Effect)**

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	T statistics ( O/STDEV )	P values	Keterangan
H1	Fitur Layanan -> Kepuasan Pengguna	0.070	0.190	0.849	Tidak Signifikan
H2	Privasi Keamanan -> Kepuasan Pengguna	-0.419	0.969	0.333	Tidak Signifikan
H3	Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	1.176	2.753	0.006	Signifikan

Sumber: Data diolah SmartPls 4.0 (2025)

Pengujian ini dilakukan dengan nilai *path coefficient* untuk menunjukkan tingkat signifikan. Dengan melihat nilai alpha sebesar 5% dimana nilai  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1,96. Jika  $t_{\text{statistics}} > 1,96 t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Namun, jika  $t_{\text{statistics}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	T statistics ( O/STDEV )	P values	Keterangan
H3	Fitur Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0.448	2.646	0.008	Signifikan
H4	Privasi Keamanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0.721	2.284	0.022	Signifikan

Sumber: Data diolah SmartPLS 4.0 (2025)

Uji mediasi dalam penelitian ini dilakukan melalui spesial indirect effect pada SmartPLS 4.0 dengan melakukan metode *bootstrapping*.

## Pembahasan

### H1: Pengaruh Fitur Layanan (X1) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa fitur layanan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap (Y). Melalui hasil tabel diatas, membuktikan bahwa nilai  $t_{\text{statistics}} 0.190 < t_{\text{tabel}} 1,96$  dengan  $p\text{-value} 0,849 > 0,05$  artinya  **$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak**, tidak ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Oktrariani (2024) yang menyatakan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Disebabkan oleh fitur layanan yang diberikan masih memiliki kendala pada sistem yang *error*, keamanan fitur yang belum sepenuhnya baik dan kualitas pelayanan yang kurang cepat.

### H2: Pengaruh Privasi Keamanan (X2) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa privasi keamanan (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y). Melalui hasil tabel diatas, membuktikan bahwa nilai  $t_{\text{statistisc}} 0,969 < t_{\text{tabel}} 1.196$  dengan  $p\text{-value} 0.333 > 0,05$  artinya  **$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak**, tidak ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Utomo (2023) yang menyatakan bahwa privasi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Disebabkan oleh jaminan keamanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pengguna, karena masih sering terjadi masalah dan kurangnya perlindungan terhadap data pribadi pengguna.

### **H3: Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

Berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa kepercayaan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y). Melalui hasil tabel di atas membuktikan nilai  $t\text{-statistics}$  2,753 > nilai  $t\text{-tabel}$  dengan  $p\text{-value}$  0.000 < 0,05 artinya **H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima**, adanya pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Nyimas (2021) dan Findy (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan oleh respons cepat terhadap keluhan pengguna terhadap aplikasi meningkatkan rasa percaya pengguna meningkat membuat para pengguna puas.

### **H4: Pengaruh Fitur Layanan (X1) Di Mediasi Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

Berdasarkan hasil uji analisis bahwa fitur layanan (X1) dimediasi kepercayaan (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) berpengaruh secara signifikan. Melalui hasil tabel di atas membuktikan nilai  $t\text{-statistics}$  2.646 >  $t\text{-tabel}$  1,96 dengan  $p\text{-value}$  0.008 < 0,05 artinya **H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima**, adanya pengaruh secara signifikan hal ini membuktikan bahwa kepercayaan mampu memediasi fitur layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Manajemen UNIMED.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Oktrariani (2024) menyatakan bahwa fitur layanan dimediasi oleh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna berpengaruh secara signifikan. Disebabkan kepercayaan berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna tetap menggunakan fitur layanan.

### **H5: Pengaruh Privasi Keamanan (X2) Di Mediasi Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

Berdasarkan hasil uji analisis bahwa fitur layanan (X1) dimediasi kepercayaan (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) berpengaruh secara signifikan. Melalui hasil tabel di atas membuktikan nilai  $t\text{-statistics}$  2.284 >  $t\text{-tabel}$  1,96 dengan  $p\text{-value}$  0.022 lebih kecil dari 0,05 artinya **H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima**, adanya pengaruh secara signifikan hal ini membuktikan bahwa kepercayaan mampu memediasi privasi keamanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai alat pembayaran studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Oktrariani (2024) menyatakan bahwa privasi keamanan dimediasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna secara signifikan. Disebabkan kepercayaan dapat menjamin keamanan data para pengguna membuat pengguna merasa puas dan percaya.

## **5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang**

Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi fokus penelitian yang hanya berfokus pada objek penelitian aplikasi DANA sehingga hasilnya belum tentu diterapkan kepada

objek aplikasi lainnya. Untuk penelitian mendatang diharapkan bisa mengeksplorasi sudut pandang baru dengan menerapkan metode penelitian yang berbeda, seperti observasi yang dilakukan lebih mendalam. Selain itu, untuk memperkaya wawasan, disarankan menyeimbangkan penambahan atau penggantian variabel yang belum dipelajari dalam penelitian ini.

## 6. Kesimpulan

Melalui analisis penelitian yang dilakukan maka dari disimpulkan bahwa; 1) Fitur Layanan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED. 2) Privasi keamanan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED. 3) Kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi pada Mahasiswa Manajemen UNIMED. 4) Fitur layanan dimediasi kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED. 5) Privasi keamanan dimediasi kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi pada Mahasiswa Manajemen UNIMED.

## Daftar Pustaka

- A, M. (2023). The Effect of Privacy (Security) Setting, Application Design and E-Trust on E-Relationship Satisfaction and E-Loyalty on GoFood in Surabaya. 439-444.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 120-131.
- Dwi Irawan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Paymen Fintech . *Jurnal Kajian Akuntansi*, 52-62.
- Fadhilah Oktariani, M. P. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mnegunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Ke Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 618-626.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2022). E-wallet yang paling banyak dipakai di Indonesia. *Survei Pupulix*.
- Hotana, M. S. (2019). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Cummune*, 28-28.
- Insrososiawan, S. H. (2019). User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Studi of "Dana E-wallet Users. *Jurnal Minds Manajemen Ide dan Inspirasi* , 181-192.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Marketing Management*. England: Person Education Limited .
- Rizky Prasetya Putra, S. H. (2022). Pengaruh Privacy & Security, Desain, Customer Service & Support Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Uang Elektronik OVO Di Surabaya. *Soetomo Business Riview*, 639-659.

- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian Edisi 1, Cetakan 1*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Schmitt, B. (2011). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Customer Insights*. New York : Foundations and Trends in Marketing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Utomo, I. P. (2023). Analisis Pengaruh Website Design, Customer Service, Dan Privacy Security di Aplikasi Shopee Terhadap E-Service Quality Dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi.