

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN APLIKASI DANA GEN Z DI KOTA JAMBI

Rosada¹, Nurlia Fusfita², Agusriandi³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

¹rosada20juni@gmail.com, ²nurliafusfita@gmail.com,

³agusriandi461@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of financial technology has increased the adoption of digital wallets as a cashless transaction medium, particularly among Generation Z, who are highly engaged with digital technology. However, the use of digital wallet services is influenced not only by technological convenience but also by users' trust and the quality of services provided by platform operators. This study aims to analyze the effect of trust and service quality on the consumer behavior of Generation Z users of the Dana digital wallet application in Jambi City, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 100 respondents aged 20–24 years who had experience using the Dana application. The sample was selected using purposive sampling techniques. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination with SPSS software. The results showed that trust had a positive and significant effect on consumer behavior and became the most dominant variable influencing the use of the Dana application. Service quality also had a positive and significant effect on consumer behavior. Simultaneously, trust and service quality significantly influenced consumer behavior among Dana users. The study concludes that trust and service quality are important factors in supporting the sustainable adoption of digital wallet applications among Generation Z consumers.

Keywords: *Trust, Service Quality, Consumer Behavior, Digital Wallet, Generation Z*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi finansial yang meningkatkan penggunaan dompet digital sebagai media transaksi non-tunai, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal aktif menggunakan teknologi digital. Namun, keberhasilan penggunaan layanan dompet digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna dan kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia platform. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap perilaku konsumen pengguna aplikasi dompet digital Dana pada Generasi Z di Kota Jambi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z berusia 20–24 tahun yang pernah menggunakan aplikasi Dana. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji

reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen serta menjadi variabel paling dominan dalam penggunaan aplikasi Dana. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Selain itu, kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen pengguna Dana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan semakin baik kualitas layanan yang dirasakan, maka semakin positif perilaku konsumen terhadap penggunaan aplikasi dompet digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan penggunaan dompet digital pada konsumen Generasi Z.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Perilaku Konsumen, Dompet Digital, Generasi Z

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah financial technology (fintech), khususnya layanan dompet digital (e-wallet) yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan efisien (Wulandari & Idayanti, 2023). Penggunaan e-wallet yang semakin luas telah mengubah perilaku transaksi masyarakat dari metode konvensional menuju transaksi digital serta berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (Aprianto et al., 2025). Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan e-wallet diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang

dilarang syariat seperti riba, gharar, dan maisir (Ariyandi et al., 2023). Selain itu, layanan e-wallet juga mendukung efisiensi aktivitas ekonomi modern dan mempermudah transaksi keuangan sehari-hari.

Salah satu platform e-wallet yang populer di Indonesia adalah Dana. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan keuangan digital seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pembayaran merchant. Dana banyak digunakan oleh generasi Z dan milenial (Farhan, 2025). Berdasarkan data AppBrain, Dana secara konsisten termasuk dalam jajaran aplikasi keuangan gratis terpopuler di Google Play Store Indonesia sepanjang tahun 2025 dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 200 juta pengguna. Meskipun demikian, masih

ditemukan berbagai keluhan pengguna seperti transaksi gagal, saldo terpotong, pembatasan akun secara tiba-tiba, serta lambatnya penanganan keluhan pelanggan. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan masih menjadi faktor penting dalam penggunaan aplikasi Dana.

Kepercayaan merupakan dasar penting dalam menjaga hubungan antara penyedia layanan dan konsumen (Rifa'i K, 2019). Dalam ajaran Islam, kepercayaan berkaitan dengan konsep amanah yang menekankan tanggung jawab, kejujuran, dan keadilan sebagaimana tercantum dalam Surah An-Nisa ayat 58. Selain kepercayaan, kualitas layanan juga menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital. Kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan (Indrasari, 2019). Menurut model CARTER, kualitas layanan dapat diukur melalui dimensi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* (Sanuardi, 2021). Sementara itu, kepercayaan dapat

diukur melalui indikator *reliability*, *honesty*, *concern*, dan *credibility* (Zailani et al., 2024).

Hasil observasi awal terhadap 30 responden generasi Z di Kota Jambi menunjukkan bahwa 63,3% responden meragukan konsistensi kinerja aplikasi Dana, sedangkan 50% responden menilai Dana belum mampu merespons dan menyelesaikan keluhan pengguna dengan cepat. Selain itu, sebanyak 60% responden menyatakan kurang puas terhadap penggunaan aplikasi Dana. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan masih menjadi permasalahan yang memengaruhi perilaku konsumen pengguna Dana di Kota Jambi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi Dana. Rusliani dan Notaria menemukan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pengguna Dana (Rusliani & Ayu Sayfitri N., 2025). Amalla dan Rahman menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Dana pada generasi Z di

Kota Semarang (Amalla & Rahman, 2025). Kusuma dan Padji menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat transaksi menggunakan Dana (Kusuma & Padji, 2023). Kartika & Pamikatsih (2023) juga menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet Dana. Namun, hasil penelitian terkait kualitas layanan masih menunjukkan perbedaan. (Kusuma & Padji, 2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat transaksi menggunakan Dana, sedangkan Amalla & Rahman (2025) menemukan hubungan positif antara kualitas layanan dan minat penggunaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap perilaku konsumen generasi Z pengguna aplikasi Dana di Kota Jambi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan

layanan e-wallet Dana serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel melalui analisis statistik terhadap data numerik yang diperoleh dari responden (Sugiyono, 2023). Desain asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen Generasi Z dalam menggunakan aplikasi dompet digital Dana.

Penelitian dilaksanakan di Kota Jambi, Provinsi Jambi pada bulan Oktober sampai Desember 2025. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada perkembangan penggunaan teknologi digital yang cukup pesat, khususnya pada layanan pembayaran digital. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, analisis

statistik, hingga penyusunan laporan penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepercayaan dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumen. Variabel kepercayaan diukur melalui indikator *reliability*, *honesty*, *concern*, dan *credibility* (Zailani et al., 2024). Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan dimensi CARTER yang meliputi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* (Sanuardi, 2021). Sementara itu, perilaku konsumen diukur melalui komponen kognitif, afektif, dan konatif yang menggambarkan pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku pengguna terhadap aplikasi Dana (Aswar, 2025).

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang berasal dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Generasi Z yang pernah menggunakan aplikasi Dana untuk melakukan transaksi digital (Soesana et al., 2023). Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan statistik, dokumen resmi, dan berbagai

referensi lain yang relevan dengan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z berusia 20–24 tahun yang berdomisili di Kota Jambi. Kelompok usia tersebut dipilih karena merupakan pengguna aktif teknologi digital dan memiliki pengalaman menggunakan layanan dompet digital. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Jambi, jumlah populasi sebanyak 53.650 jiwa. Karena jumlah populasi yang cukup besar, maka peneliti menggunakan sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu berusia 20–24 tahun, berdomisili di Kota Jambi, dan pernah menggunakan aplikasi Dana. Berdasarkan perhitungan sampel, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan pada tahap awal penelitian untuk memperoleh gambaran awal mengenai penggunaan aplikasi Dana di kalangan Generasi Z Kota Jambi (Djaali, 2020). Selanjutnya, kuesioner

disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Kualitas instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas (Marliana Susianti, 2024). Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan aplikasi SPSS. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian.

Analisis data diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data variabel penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum terhadap data yang diperoleh tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi secara luas (Sugiyono, 2023).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik yang diperlukan.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen baik secara parsial maupun simultan. Pengaruh parsial diuji menggunakan uji t, sedangkan pengaruh simultan diuji menggunakan uji F. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi perilaku konsumen. Seluruh proses analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk menjawab tujuan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, penelitian ini memperoleh berbagai temuan yang berkaitan dengan karakteristik responden serta pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap perilaku

konsumen pengguna aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Jambi.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS melalui beberapa tahapan pengujian statistik, meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, serta koefisien determinasi. Hasil pengujian tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian secara parsial maupun simultan.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai karakteristik generasi Z sebagai pengguna aktif layanan dompet digital dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hasil dari setiap tahapan analisis tersebut diuraikan secara rinci pada bagian berikut:

a. Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,98136811
Most Extreme Differences	Absolute		,064
	Positive		,037
	Negative		-,064
Test Statistic			,064
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-Sig. tailed)			,789 ^e
	99% Interval	Confidence Lower Bound	,779
		Upper Bound	,800

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 25 melalui uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data responden telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig. Tolerance
1 (Constant)	8,965	3,454		2,595	,011
Kepercayaan X1	,039	,103	,040	,381	,704
Kualitas Layanan X2	,272	,082	,349	3,317	,001

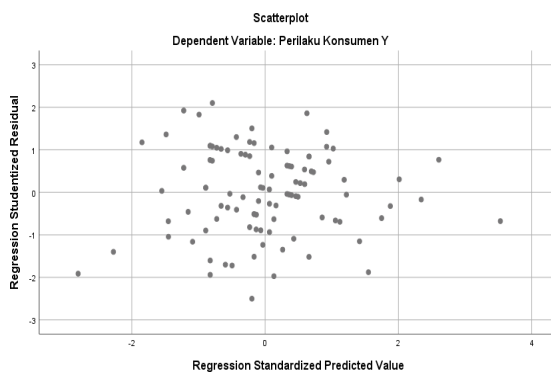
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Y

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Variabel kepercayaan (X1) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,807 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,239 < 10. Sementara itu, variabel kualitas layanan (X2) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,807 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,239 < 10. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil scatterplot, titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model layak digunakan dalam penelitian.

d. Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	8,965	3,454		2,595	,011
Kepercayaan X1	,039	,103	,040	,381	,704
Kualitas Layanan X2	,272	,082	,349	3,317	,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Y

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh

variabel kepercayaan (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap perilaku konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai konstanta sebesar 8,965, koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,039, dan koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,272. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang diperoleh yaitu $Y = 8,965 + 0,039 (X1) + 0,272 (X2) + e$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,704 > 0,05$. Sementara itu, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

e. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kepercayaan (X1) dan kualitas layanan (X2), terhadap variabel dependen perilaku konsumen (Y).

Tabel 4 Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	8,965	3,454		2,595	,011
Kepercayaan X1	,039	,103	,040	,381	,704
Kualitas Layanan X2	,272	,082	,349	3,317	,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Y

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,985. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai t-hitung sebesar $0,381 < 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,704 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Sementara itu, variabel kualitas layanan memiliki nilai t-hitung sebesar $3,317 > 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen.

f. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan (X_1) dan kualitas layanan (X_2) secara simultan terhadap perilaku konsumen (Y).

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137,743	2	68,871	7,592	,001
	Residual	879,967	97	9,072		
	Total	1017,710	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan X2, Kepercayaan X1

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai f-tabel sebesar 3,09. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa

nilai f-hitung sebesar $7,592 > 3,09$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

g. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,368 ^a	,135	,118	3,012

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan X2, Kepercayaan X1

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Y

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,118. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas layanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap perilaku konsumen sebesar 11,8%, sedangkan sisanya sebesar 88,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas

layanan memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen generasi Z dalam menggunakan aplikasi dompet digital Dana di Kota Jambi. Kepercayaan menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumen karena pengguna cenderung mempertimbangkan keamanan, kredibilitas, dan keandalan aplikasi sebelum melakukan transaksi digital. Dalam penggunaan dompet digital, kepercayaan berfungsi untuk mengurangi rasa ketidakpastian dan risiko dalam transaksi elektronik (Andriani et al., 2025). Selain itu, kepercayaan juga berperan dalam menjaga keberlanjutan penggunaan aplikasi oleh konsumen (Zakna & Husda, 2025).

Hasil penelitian ini mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi pengguna terhadap suatu teknologi dapat memengaruhi minat dan perilaku penggunaan teknologi tersebut. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Kusuma dan Padi (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap perilaku dan minat transaksi pengguna aplikasi Dana. Dalam perspektif ekonomi Islam,

kepercayaan berkaitan dengan prinsip amanah yang menekankan tanggung jawab, kejujuran, dan transparansi dalam transaksi keuangan digital.

Selain kepercayaan, kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Pengguna cenderung memberikan respon positif apabila aplikasi mampu memberikan layanan yang cepat, responsif, aman, dan mudah digunakan. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur melalui dimensi CARTER, yaitu compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness. Dimensi tersebut menggambarkan kualitas pelayanan secara menyeluruh dalam penggunaan aplikasi dompet digital.

Hasil penelitian ini memperkuat teori TAM yang menyatakan bahwa pengalaman penggunaan yang baik dapat meningkatkan persepsi kemudahan dan kebermanfaatan teknologi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Amalla & Rahman (2025) yang menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Dana. Selain itu, penelitian Rusliani & Ayu Sayfitri N. (2025) menunjukkan bahwa kualitas

layanan berkontribusi terhadap loyalitas pengguna dompet digital.

Secara simultan, variabel kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman positif pengguna aplikasi Dana. Kepercayaan memberikan rasa aman dalam bertransaksi, sedangkan kualitas layanan memberikan kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan aplikasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rusliani dan Notaria (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumen pada layanan dompet digital.

Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penggunaan Technology Acceptance Model dalam menjelaskan perilaku konsumen pada layanan keuangan digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan dompet digital, khususnya Dana, untuk meningkatkan keamanan sistem, menjaga

transparansi transaksi, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna (Wulandari & Idayanti, 2023b). Selain itu, peningkatan kualitas layanan seperti kecepatan respon dan kemudahan fitur aplikasi juga penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna (Afista et al., 2024).

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada generasi Z usia 20–24 tahun di Kota Jambi sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Perilaku konsumen dalam penggunaan dompet digital dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi kemudahan, promosi, loyalitas, dan pengaruh sosial yang belum diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, penggunaan kuesioner sebagai instrumen penelitian memungkinkan adanya perbedaan antara jawaban responden dengan perilaku nyata pengguna aplikasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain dan memperluas cakupan wilayah penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

D. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap perilaku konsumen Generasi Z dalam menggunakan aplikasi Dana di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Kepercayaan menjadi faktor yang paling dominan karena berkaitan dengan keamanan, keandalan, dan kredibilitas aplikasi, sedangkan kualitas layanan mampu meningkatkan kenyamanan pengguna melalui layanan yang responsif, andal, dan mudah digunakan. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti memengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet Dana.

Penelitian ini juga memperkuat relevansi Technology Acceptance Model (TAM) dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi finansial pada Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi penyedia layanan dompet digital untuk terus meningkatkan keamanan transaksi, perlindungan data pengguna, transparansi layanan, serta kualitas

pelayanan guna mempertahankan loyalitas pengguna. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan dua variabel independen dan berfokus pada pengguna Generasi Z di Kota Jambi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3344(3350), 8–1. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12910>
- Amalla, S., & Rahman, M. F. (2025). Kemudahan dan E-Service Quality terhadap Minat Aplikasi Dana Gen Z Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 14(3), 1098–1108. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i3.3219>
- Andriani, R., Ustadi, N., Arisky Andrinaldo, & Nurhayati, Y. (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.

- <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i1.2780>
- Aprianto, M. E., Sukmayanti, F. A., Wulandari, R., Septiani, S., & Jaswita, D. I. (2025). Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pengguna Aplikasi Dana Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang). *Sinergi : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 2415–2424.
<https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi>
- Ariyandi, M. R., Karsanty, D., & Qurrotaayun, M. M. (2023). Electronic Wallet dalam Perspektif Islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(5), 149–156.
<https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Aswar, N. F. (2025). Perilaku Konsumen. Tahta Media Group.
- Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. PT. Bumi Aksara.
- Farhan, M. (2025). 5 E-Wallet Paling Sering Dipakai Gen Z & Milenial, Siapa Juaranya? <https://data.goodstats.id/statistic/5-e-wallet-paling-sering-dipakai-gen-z-milenial-siapa-juaranya-CJtq6>
- Kartika, M. A. C., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Data, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 37–53.
<https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.155>
- Kusuma, D. I., & Padji, A. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Dana di Yogyakarta. *Action Research Literate*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:264472504>
- Lutfiana, S., Widawati, R., Indriani, R. D., Septiyaningsih, A., & Wani, L. N. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pada E-Wallet Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, 8(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/academica.v8i1.1521>
- Marliana Susianti, O. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18.
<https://doi.org/10.37728/jpr.v9i1.1066>
- Rifa'i K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. Pustaka Ilmu.
- Rusliani, H., & Ayu Sayfitri N. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Dompot Digital Dana (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2020-2021. *Journal of Shariah and Islamic Economics*, 6(1), 179–189.
- Sanuardi. (2021). Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen (Teori dan Praktik). Sanabil.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., & Sastri,

- L. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023a). Peran Aplikasi Dompot 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>
- Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023b). Peran Aplikasi Dompot 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>
- Zailani, A., Budiyanto, & Djawoto. (2024). Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Zakna, V. A., & Husda, N. E. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Ms Glow di Kota Batam. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 5(1), 146–155.
<https://doi.org/10.47065/jamek.v5i1.1826>