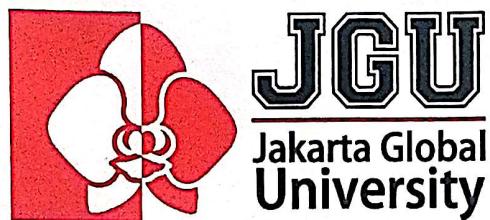




**PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET
SHOPEEPAY TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PENGGUNA SHOPEEPAY DI KOTA
TANGERANG**

SKRIPSI

Skripsi diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar sarjana



Disusun Oleh:

Nama : Azzahra Baby Dwi Putri
NIM : 210312001007

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
2025**

PENGARUH PENGGUNAAN *E-WALLET* SHOPEEPAY TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA SHOPEEPAY DI KOTA
TANGERANG

Disusun Oleh:

Nama : Azzahra Baby Dwi Putri
NIM : 210312001007

PRODI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA 2025

Depok, 30 Oktober 2025
Menyetujui Pembimbing,

Pembimbing I



Nur Fitri Dewi, S.S.T.,M.Sc
NIDN. 0409031901

Pembimbing II



Noviyanti, S.Tr.Ak.,M.Sc
NIDN. 04131196

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Azzahra Baby Dwi Putri
NIM : 210312001007
Program Studi : Bisnis Digital
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *e-wallet* ShopeePay terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay di Kota Tangerang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Nur Fitri Dewi, S.S.T.,M.Sc. ()

Pembimbing 2 : Noviyanti, S.Tr.Ak.,M.Sc. ()

Ditetapkan di :

Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Azzahra Baby Dwi Putri
NIM : 210312001007
Program Studi : Bisnis Digital
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan e-wallet ShopeePay terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay Kota Tangerang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Penguji 1 : Alfi Maghfuriyah, S.S.T., M.Sc

(..........)

Penguji 2 : Hadi Wijaya, S.S.T., MIT

(..........)

Penguji 3 : Revita Desi Hertin, BGD., MIT

(..........)

Ditetapkan di :

Tanggal :

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Jakarta Global University, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Baby Dwi Putri
NIM : 210312001007
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Jakarta Global University **Hak Bebas Royalti Non- eksklusif (None-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "**Pengaruh Penggunaan e-wallet ShopeePay terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay Kota Tangerang**"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Royalti Noneksklusif ini Jakarta Global University berhak menyimpan, mengalih- media-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 30 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Azzahra Baby Dwi Putri
Nim : 210312001007

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Depok, 30 Oktober 2025



HALAMAN PERSEMPAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas limpahan nikmat iman, kesehatan, kekuatan, serta kesempatan untuk menuntaskan skripsi ini, saya mempersesembahkan karya sederhana ini sebagai bentuk penghargaan dan ungkapan terima kasih. Pertama-tama, persembahan ini saya tujuhan kepada kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, yang melalui pengorbanan tanpa henti, kesabaran yang luas, dan kasih sayang yang tidak pernah pudar, selalu menjadi sumber keteguhan dan dorongan bagi setiap langkah hidup saya. Setiap pencapaian yang saya raih lahir dari doa-doa kalian yang tak pernah berhenti mengiringi. Terima kasih atas cinta yang tiada batas, atas kerja keras yang kalian lakukan tanpa mengeluh, serta kepercayaan yang terus diberikan hingga saya mampu berdiri sampai pada tahap ini.

Kepada kakak laki-laki saya tersayang, terima kasih untuk dukungan dan motivasi yang selalu hadir di tengah perjalanan yang melelahkan. Kehadiranmu menjadi pengingat bahwa perjuangan ini bukan sekadar usaha pribadi, tetapi juga bagian dari harapan dan kebanggaan keluarga. Saya juga mendedikasikan karya ini kepada dosen pembimbing saya yang luar biasa. Terima kasih atas bimbingan, ketelatenan, kritik yang membangun, serta dorongan yang tak pernah berhenti selama proses penulisan skripsi ini. Bapak/Ibu tidak hanya membimbing secara akademik, tetapi juga memberikan teladan dalam sikap, etika, dan semangat ilmiah.

Ucapan terima kasih turut saya sampaikan kepada seluruh dosen, tenaga pengajar, dan civitas akademika di kampus tercinta yang telah membekali saya dengan ilmu, wawasan, dan nilai-nilai penting selama masa studi. Semoga ilmu yang saya dapatkan menjadi amal yang bermanfaat, baik bagi diri saya sendiri maupun bagi masyarakat. Untuk teman-teman seperjuangan, sahabat dekat, dan rekan diskusi yang turut menemani perjalanan panjang ini, terima kasih telah membuat proses ini terasa lebih ringan, lebih hangat, dan penuh makna. Bersama kalian, setiap tantangan dapat dilalui dengan tawa, dukungan, dan saling menguatkan saat salah satu dari kita hampir menyerah.

Tak lupa, persembahan ini saya tujuhan kepada almamater tercinta sebagai wujud kecintaan dan rasa tanggung jawab atas kesempatan yang telah diberikan. Semoga karya ini kelak dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi lingkungan akademik. Akhirnya, saya mempersesembahkan karya ini kepada diri saya sendiri, yang telah berusaha melewati berbagai rintangan, rasa lelah, keraguan, dan tekanan. Terima kasih telah bertahan, tetap melangkah, dan tidak menyerah meski jalannya tidak selalu mudah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Shopee di Kota Tangerang" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di bidang Bisnis Digital pada Jakarta Global University.

Saya menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga saya, terutama Ibu dan Tante saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tidak pernah putus. Senantiasa memberikan doa, dukungan moril, dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
2. Bapak Prof. Dr.Ir.H. Djoko Setyo Widodo, SE.,MM.,M.Si.,CHRA.,Ph.D Selaku Rektor Universitas Global Jakarta.
3. Miss Alfi Maghfuriyah, S.S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Global Jakarta, atas informasi dan bimbingan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Global Jakarta.
4. Miss Nur Fitri Dewi, S.S.T.,M.Sc selaku dosen pembimbing 1, atas bimbingan, arahan, dan nasihat yang diberikan selama penulis melakukan penelitian.
5. Miss Noviyanti, S.Tr.Ak.,M.Sc. selaku dosen pembimbing 2, Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan nasihat yang diberikan selama penulis melakukan penelitian.
6. Rekan-rekan dan dosen di Program Studi Bisnis Digital Universitas Global Jakarta, atas informasi dan masukan yang diberikan selama penulis menyusun skripsi ini.

7. Bapak Ivan yang telah memberikan dukungan moril, dan materil sehingga penulis dapat berkuliah dan menyelesaikan studi dengan lancar.
8. Teman-teman seperjuangan, khususnya angkatan 21 Program Studi Digital Business, atas kerja sama, bantuan, dan kebersamaan yang selalu memberikan energi positif.
9. Terimakasih kepada teman yang saya namanya tidak bisa saya sebutkan namanya disini, Terima kasih atas dukungan, waktu dan semangat selama penggerjaan skripsi ini walaupun tidak sampai selesai. Terima kasih.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Digital Business.

Depok, 30 Oktober 2025
Penulis,



Azzahra Baby Dwi Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang yang dimediasi oleh kepuasan pengguna. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini menerapkan instrumen penelitian berupa kuesioner yang diukur menggunakan skala *Likert*. Metode pengambilan sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan kriteria sampel yakni pengguna ShopeePay yang tinggal di Kota Tangerang. Pengolahan data yang terkumpul dilakukan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan *e-wallet* (X) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Z) ShopeePay di Tangerang. Namun, kepuasan pengguna (Z) memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna (Y) ShopeePay di Tangerang. Kemudian, berdasarkan hasil *path analysis* menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang melalui kepuasan pengguna. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan *e-wallet* (X) berpengaruh terhadap loyalitas pengguna (Y) sebesar 15,7%, kemudian secara simultan variabel penggunaan *e-wallet* (X) melalui kepuasan pengguna (Z) berpengaruh terhadap loyalitas pengguna (Y) sebesar 73,9%.

Kata kunci: Penggunaan *E-Wallet*, Loyalitas Pengguna, Kepuasan Pengguna, Shopeepay

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of e-wallet usage on ShopeePay user loyalty in Tangerang, mediated by user satisfaction. In this study, the researcher used a quantitative research type with a survey method. This study applied a questionnaire as the research instrument measured using a Likert scale. The sampling method for this study was non-probability sampling with a purposive sampling technique using sample criteria, namely ShopeePay users living in Tangerang City. The collected data were processed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. The results of the study indicate that partially e-wallet usage (X) has a positive and significant effect on ShopeePay user satisfaction (Z) in Tangerang. However, user satisfaction (Z) has a positive and insignificant effect on ShopeePay user loyalty (Y) in Tangerang. Then, based on the results of the path analysis, it shows that e-wallet usage has a positive and significant effect on ShopeePay user loyalty in Tangerang through user satisfaction. The results of the coefficient of determination show that partially the use of e-wallet (X) has an effect on user loyalty (Y) of 15.7%, then simultaneously the variable of e-wallet use (X) through user satisfaction (Z) has an effect on user loyalty (Y) of 73.9%.

Keywords: E-Wallet Usage, User Loyalty, User Satisfaction, ShopeePay

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN	1
-------------------------	---

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17

BAB II LANDASAN TEORI	18
-----------------------------	----

2.1 Teori	16
2.1.1 <i>Customer Satisfaction Theory</i>	16
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	17
2.1.3 Shopee	18
2.1.4 <i>Electronic Money (E-Money)</i>	19
2.1.5 <i>E-Wallet</i> (Dompet Digital)	20

2.1.6	ShopeePay	24
2.1.7	Kepuasan Pengguna.....	27
2.1.8	Loyalitas Pengguna	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Konseptual.....	35
2.4	Hubungan Antar Variabel	37
2.4.1	Hubungan Antara Penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap Kepuasan Pengguna	37
2.4.2	Hubungan Antara Penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap Loyalitas Pengguna	37
2.4.3	Hubungan Antara Penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.1	Data Primer.....	40
3.1.2	Data Sekunder	41
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.2.1	Tempat Penelitian.....	41
3.2.2	Waktu Penelitian	42
3.3	Alur Penelitian	43
3.4	Operasional Variabel Penelitian	45
3.4.1	Penggunaan <i>E-Wallet</i> sebagai Variabel Independen (X)	46
3.4.2	Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Dependen (Y1)	46
3.4.3	Loyalitas Pengguna sebagai Variabel Dependen (Y2) serta sebagai Variabel Moderasi (M)	47
3.5	Populasi dan Sampel.....	53
3.5.1	Populasi	53
3.5.2	Sampel	53
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6.1	Kuesioner.....	56
3.6.2	Perangkat Lunak SPSS	61

3.7 Teknik Pengujian Data.....	61
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	62
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.7.4 Uji Hipotesis.....	64
3.7.5 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	66
BAB IV PEMBAHASAN.....	67
4.1 Analisis Deskriptif	67
4.1.1 Demografi Responden	67
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.2.1 Uji Validitas.....	82
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	84
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.3.1 Uji Normalitas	86
4.3.2 Uji Multikolinearitas	89
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	91
4.4 Hasil Analisis Data	92
4.4.1 Analisis Regresi Linear	92
4.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	95
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	97
4.4.4 Analisis Jalur (<i>Path-Analysis</i>)	98
4.5 Pembahasan.....	101
4.5.1 Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay di Tangerang	102
4.5.2 Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna ShopeePay di Tangerang	104
4.5.3 Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Loyalitas Pengguna ShopeePay di Tangerang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pengguna	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	110

5.1	Simpulan	110
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		128

BAB I

PENDAHULUAN

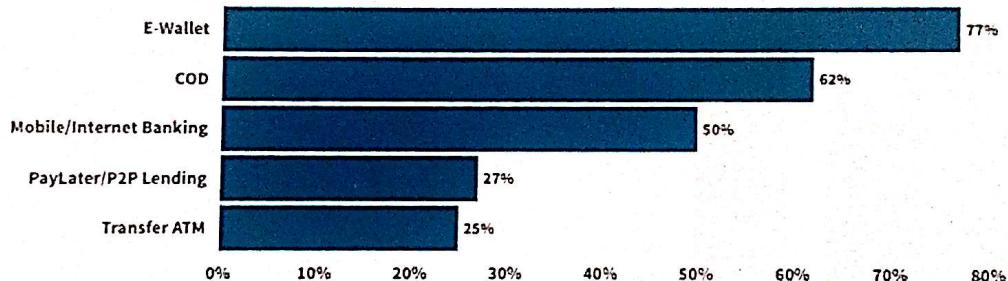
3.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam hal sistem pembayaran. Transformasi teknologi informasi yang menciptakan keuangan digital telah banyak memberikan kebermanfaatan bagi pengembangan ekonomi rakyat, sehingga bisa lebih produktif. Kebermanfaatan tersebut juga bisa memperkuat aspek pemasaran digital, teknologi keuangan dan inovasi transaksi pembayaran dalam konteks ekonomi digital (Salma et al., 2023). Sistem pembayaran pada setiap negara, termasuk Indonesia, selalu mengalami perubahan, mulai dari sistem pembayaran secara barter atau tukar menukar antara satu barang dengan barang lainnya. Menurut Anggraeni et al., (2024), sebelum menggunakan uang tunai orang pada zaman dahulu melakukan transaksi jual beli dengan cara tukar-menukar barang atau barter. Dengan perkembangan ekonomi yang maju di seluruh dunia, sistem barter diganti dengan sistem pembayaran menggunakan uang tunai dalam bentuk kertas dan logam karena dianggap lebih mudah digunakan saat melakukan transaksi daripada barter. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sistem pembayaran non tunai menggunakan kartu seperti kartu debit, kredit, dan uang elektronik kini menjadi pilihan utama untuk bertransaksi, sehingga masyarakat tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah besar (Durman & Wafa, 2024).

Kemajuan teknologi digital telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, dengan dompet digital (*e-wallet*) menjadi salah satu inovasi yang banyak diminati. Kepopuleran dompet digital (*e-wallet*) sebagai metode pembayaran di *e-commerce* dipengaruhi oleh mudahnya masyarakat untuk menggunakan aplikasi pembayaran *online* seperti OVO, ShopeePay, DANA, dan GoPay, karena bisa terintegrasi langsung ke berbagai situs *e-commerce*. Selain itu, ShopeePay, sebagai *e-wallet* yang terhubung langsung dengan *platform e-commerce* Shopee, menjadikan dompet digital (*e-*

wallet) memudahkan penggunaannya ketika melakukan transaksi pada aplikasi pembelian seperti Shopee.

Menurut Nurdien & Galuh (2023), berkembangnya bisnis di bidang teknologi finansial (*fintech*) dan teknologi digital perbankan memberikan pengaruh yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi, salah satunya dalam sektor keuangan digital yang membuat sistem pembayaran Non tunai yang jadi lebih praktis, efektif, efisien dan simpel. Keuangan digital telah menjadi elemen penting dalam transformasi ekonomi modern, menawarkan berbagai layanan yang memudahkan transaksi dan akses keuangan. Salah satu bentuk keuangan digital yang populer adalah dompet elektronik (*e-wallet*), yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara cepat dan efisien melalui aplikasi *mobile*. Salah satu inovasi yang mendapatkan perhatian luas adalah dompet digital atau *e-wallet*, yang kini menjadi metode pembayaran modern yang semakin banyak digunakan oleh masyarakat.

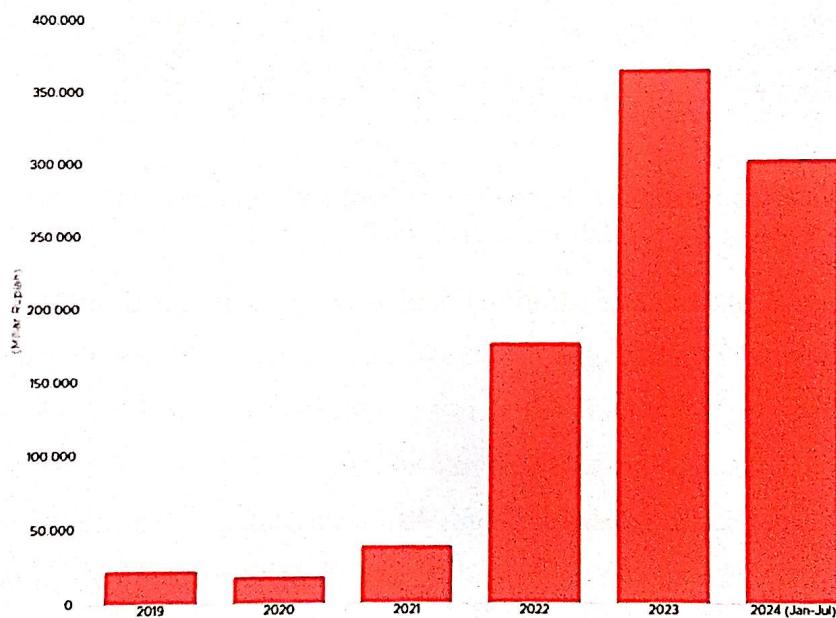


Gambar 1.1 Data Penggunaan Metode Pembayaran *E-Commerce*
Sumber: GoodStats (2024)

Dilansir dari GoodStats (2024), dompet digital atau *e-wallet* telah menjadi sistem pembayaran favorit ketika berbelanja di *e-commerce*. Dikutip dari Yonatan (2024), 77% responden memilih menggunakan metode pembayaran ini saat berbelanja *online*. Selain *e-wallet*, metode *cash on delivery* (COD) juga masih menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sementara itu, *mobile banking* juga mencatatkan popularitas yang cukup tinggi sebagai metode pembayaran di *e-commerce*, dengan 50% responden memilih opsi ini. Diikuti oleh

layanan *pay later* atau *peer-to-peer* (P2P) *lending* yang semakin diminati (Yonatan, 2024).

Penggunaan *e-wallet* tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga meningkatkan minat beli konsumen karena proses transaksi yang lebih praktis dan aman (Dewi et al., 2021). *E-wallet* memberikan berbagai kemudahan, seperti proses transaksi yang cepat, aman, hemat waktu, dan sering kali dilengkapi dengan berbagai penawaran menarik, seperti *cashback* dan diskon (Zada & Sopiana, 2021). Berdasarkan data dari Bank Indonesia, transaksi *e-wallet* di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2024, nilai transaksi *e-wallet* diproyeksikan mencapai lebih dari Rp400 triliun, yang mencerminkan pertumbuhan sebesar 20% dibandingkan tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2024). Kombinasi antara akses internet yang luas dan penggunaan *smartphone* yang semakin masif menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan transaksi digital di Indonesia.

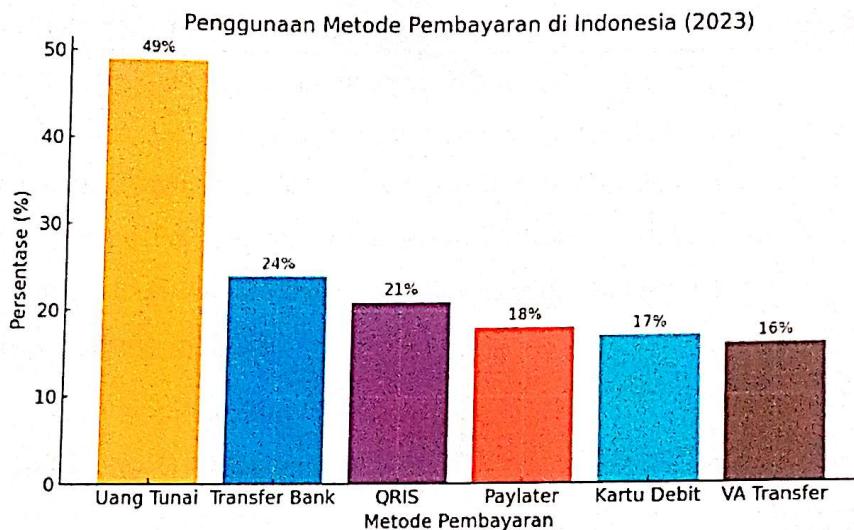


Gambar 1.2 Nilai Transaksi Transfer Antar Uang Elektronik (*E-Wallet*)

Sumber: (GoodStats, 2024)

Berdasarkan data di atas yang dikutip dari GoodStats (2024) menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi

digital oleh masyarakat. Laporan kebijakan moneter Bank Indonesia triwulan III-2023 juga mengungkapkan pencapaian penting. Nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp116,54 triliun, sedangkan transaksi QRIS melonjak hingga Rp56,92 triliun. Lebih dari 41,84 juta pengguna dan 29,04 juta pedagang yang terlibat, banyak di antaranya adalah UMKM (Waluyo, 2023). Pertumbuhan ini mencerminkan pergeseran besar menuju pembayaran dan layanan keuangan digital di Indonesia.



Gambar 1.3 Penggunaan Metode Pembayaran di Indonesia per Tahun 2023
Sumber: Bank Indonesia (2023)

Dikutip dari Laporan Bank Indonesia (2023), penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%). Riset ini melibatkan 1.300 responden dan dilaksanakan di tujuh kota besar di Indonesia meliputi Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang dan Pekanbaru sepanjang 19 September hingga 30 September 2022 (Wulandari, 2023). Dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat, dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset Bank Indonesia (Wulandari, 2023), menunjukkan bahwa 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Survei Bank Indonesia menemukan hasil menarik bahwa saat belanja *online*, masyarakat lebih banyak menggunakan dompet digital dibanding rekening

bank. ShopeePay, OVO, GoPay, DANA dan LinkAja menjadi lima aplikasi dompet digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia (Wulandari, 2023).

Setiap *platform* memiliki keunggulan yang dirancang untuk menarik pengguna. GoPay, misalnya, terintegrasi dengan berbagai layanan di dalam ekosistem Gojek, seperti transportasi, pengantaran makanan, dan hiburan digital (Ayu, *et al.*, 2025). OVO terkenal dengan jangkauan kemitraan yang luas, termasuk dengan *platform e-commerce* Tokopedia, sehingga mempermudah pengguna untuk bertransaksi baik secara *online* maupun *offline* (Nawawi, 2020). Sementara itu, DANA berfokus sebagai *platform* independen yang fleksibel, memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan tanpa terikat pada ekosistem tertentu (Rizki, *et al.*, 2025). ShopeePay, bagian dari ekosistem Shopee, mendukung transaksi belanja *online* maupun *offline* dengan menyediakan promosi dan penawaran menarik (Chaniago & Suwaidi, 2024).

Tabel 1.1
Daftar Aplikasi Dompet Digital (*E-Wallet*) Terbaik di Indonesia

Peringkat	Nama Aplikasi	Jumlah Unduhan	Peringkat di App Store
1	DANA	100 Juta ++	2
2	OVO	50 Juta ++	12
3	GoPay	10 Juta ++	3
4	LinkAja	10 Juta ++	55
5	ShopeePay	10Juta ++	1
6	Octo Mobile	5 Juta ++	72
7	i.Saku	1 Juta ++	110
8	DOKU	1 Juta ++	175
9	Sakuku	1 Juta ++	115
10	JakOne Mobile	1 Juta ++	118

Sumber: (Rankia.id, 2024)

Berdasarkan data yang dikutip dari Rankia.id (2024) menunjukkan bahwa aplikasi dompet digital di Indonesia memiliki tingkat popularitas yang bervariasi jika dilihat dari jumlah unduhan maupun peringkat di App Store. Dari sisi unduhan, DANA menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak, yakni lebih dari 100

juta unduhan, sehingga menempatkannya sebagai *e-wallet* dengan basis pengguna terbesar. Disusul oleh OVO dengan total unduhan lebih dari 50 juta, kemudian diikuti oleh GoPay dengan jumlah unduhan lebih dari 10 juta. Selain ketiga aplikasi tersebut, terdapat pula *e-wallet* lain yang cukup dikenal masyarakat, seperti LinkAja dengan unduhan lebih dari 10 juta, ShopeePay dengan 10 juta lebih unduhan, Octo Mobile dengan 5 juta lebih unduhan, serta beberapa aplikasi lain yang berada di kisaran 1 juta unduhan, yaitu i.Saku, DOKU, Sakuku, dan JakOne Mobile(Kristardi, 2024). Namun, jika diperhatikan dari sisi peringkat App Store, hasilnya menunjukkan fenomena menarik. ShopeePay yang secara jumlah unduhan hanya berada pada kisaran 10 juta+, justru berhasil menduduki posisi pertama di App Store. Capaian ini menempatkannya di atas aplikasi lain yang memiliki basis pengguna jauh lebih besar. Sebagai perbandingan, DANA dengan jumlah unduhan tertinggi (100 juta+) hanya menempati urutan kedua, sementara OVO yang memiliki 50 juta+ unduhan justru berada di peringkat 12, jauh di bawah ShopeePay, DANA, maupun GoPay. Sementara itu, GoPay, meskipun jumlah unduhannya sama-sama 10 juta+ seperti ShopeePay, hanya berada di peringkat ketiga di App Store.

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa tingginya jumlah unduhan tidak selalu sejalan dengan peringkat aplikasi di toko digital. ShopeePay dapat meraih posisi pertama karena dianggap memberikan pengalaman yang lebih baik bagi penggunanya, baik dari segi kemudahan bertransaksi, program promosi yang menarik, maupun integrasi yang erat dengan *platform e-commerce* Shopee. Faktor-faktor tersebut berkontribusi pada kepuasan pengguna yang kemudian tercermin dalam ulasan dan *rating* di App Store. Meskipun jumlah unduhan ShopeePay lebih kecil dibandingkan DANA dan OVO, daya tarik serta nilai tambah yang dirasakan pengguna menjadi alasan utama mengapa aplikasi ini mampu unggul dalam peringkat App Store.

Berkaitan dengan penelitian ini, penggunaan dompet digital atau *e-wallet* menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas transaksi masyarakat, terutama dalam ekosistem *e-commerce*. ShopeePay, sebagai salah satu layanan *e-wallet* yang terintegrasi dengan *platform belanja online* Shopee, menawarkan berbagai

kemudahan bagi penggunanya. ShopeePay pertama kali diluncurkan oleh PT Airpay International pada tahun 2018 dengan mengintegrasikan fitur *e-wallet* ke dalam aplikasi Shopee, setelah mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia (Windiarti, *et al.*, 2022). ShopeePay sebagai salah satu jenis *e-wallet* C2B dan P2P adalah layanan pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan mudah melalui aplikasi Shopee. ShopeePay mempermudah transaksi *online* maupun *offline* dengan berbagai keuntungan, seperti *cashback* dan promo eksklusif. ShopeePay tidak hanya digunakan untuk pembayaran di Shopee tetapi juga dapat digunakan di berbagai *merchant* fisik yang telah bekerja sama. Sejak 2019, ShopeePay telah menjadi salah satu merek *e-wallet* terpopuler, bermitra dengan berbagai sektor, mulai dari *e-commerce* Shopee hingga restoran, kafe, asuransi, serta ribuan *merchant* fisik di seluruh Indonesia (Alamin, *et al.*, 2023). Teknologi pembayaran yang digunakan ShopeePay berbasis QR *Code* (*Quick Response Code*), memungkinkan pengguna untuk memindai kode yang disediakan oleh penjual melalui perangkat mereka (Megayani, *et al.*, 2021). Meskipun penggunaan QR *Code* di Indonesia relatif baru, metode ini tumbuh pesat dan menjadi tren transaksi keuangan terkini.

Sebagai salah satu *e-wallet* terkemuka, ShopeePay menawarkan kemudahan transaksi bagi penggunanya, baik melalui *platform* Shopee maupun *merchant offline* yang bekerja sama. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Chaniago & Suwaidi (2024), ShopeePay mencatat tingkat kepuasan pengguna tertinggi sebesar 82%, diikuti oleh OVO sebesar 77%, GoPay sebesar 71%, dan DANA sebesar 69% (Chaniago & Suwaidi, 2024). Berbagai fitur seperti *cashback*, diskon eksklusif, dan promosi lainnya menjadi daya tarik utama ShopeePay, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z yang lebih mengutamakan kenyamanan serta efisiensi. Namun, di tengah persaingan ketat dengan *platform* lain seperti GoPay, OVO, dan DANA, mempertahankan kepuasan sekaligus loyalitas pengguna tetap menjadi tantangan besar bagi ShopeePay (Rizki, *et al.*, 2025).

Kepuasan pengguna adalah faktor krusial bagi perusahaan yang menjadi target utamanya. Ini karena kepuasan pengguna dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan juga meningkatkan

daya saing perusahaan di pasar. Jika pengguna merasa puas dengan produk atau layanan yang disajikan, mereka cenderung akan kembali. Kepuasan pelanggan yang baik dapat berdampak positif pada pendapatan perusahaan (Indahsari, 2019). Menurut Kotler (Kotler & Keller, 2016), kepuasan dalam pemasaran adalah sebuah wujud perasan senang sebagai hasil setelah menikmati sebuah proses yang dibeli. Kepuasan pengguna merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan, perusahaan harus baik dimata pelanggan agar nama perusahaan dikenal pula dimata publik.



Gambar 1.4 Contoh Ketidakpuasan Pelanggan
Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)

Gambar di atas menunjukkan sistem penilaian berbasis bintang lima yang digunakan oleh pengguna Shopee untuk mengevaluasi kualitas layanan, mencakup aspek seperti kejelasan informasi, kepuasan terhadap fitur yang ditawarkan, dan pengalaman secara keseluruhan, di mana penilaian ini tidak hanya mencerminkan tingkat kepuasan atau kekecewaan konsumen terhadap *platform*, tetapi juga

menjadi umpan balik penting bagi Shopee untuk memahami kebutuhan pengguna, memperbaiki layanan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas secara berkelanjutan.

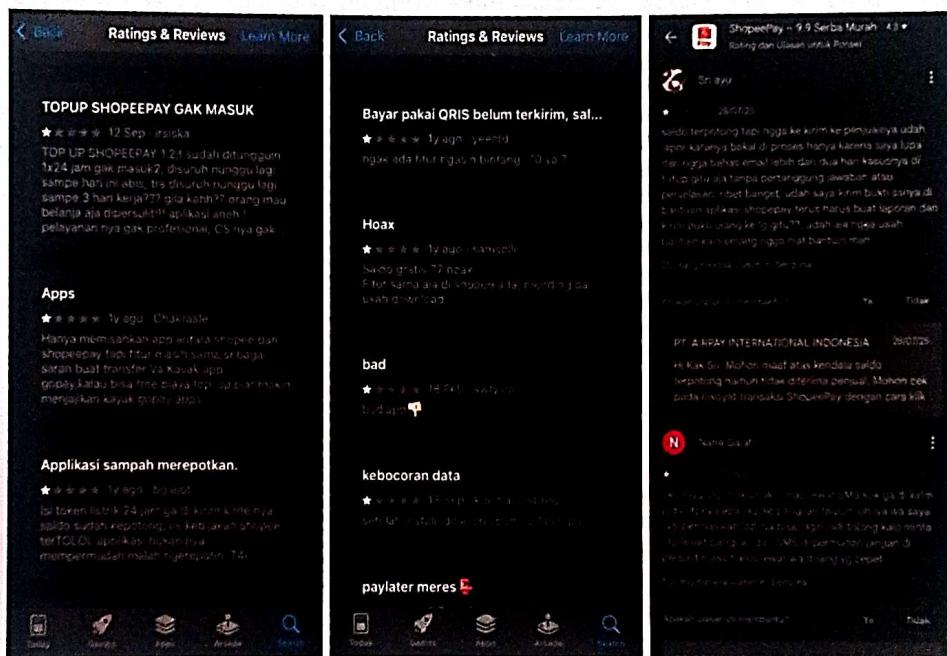
Berkaitan dengan penelitian ini, sebagaimana diungkapkan oleh Setiawan (2024), kualitas layanan dari aplikasi pembayaran seperti ShopeePay sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Faktor seperti kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Jika faktor-faktor tersebut tidak terpenuhi, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan (Setiawan, 2024). Secara keseluruhan, untuk meningkatkan loyalitas pengguna, penting bagi ShopeePay untuk memastikan pengalaman transaksi yang memuaskan, karena kepuasan ini berhubungan erat dengan kesetiaan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang.

Selain kepuasan, loyalitas pengguna merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan layanan digital. Menurut Suwarjono (2021), loyalitas pengguna tercermin dari preferensi konsumen untuk terus menggunakan suatu platform secara konsisten meskipun terdapat alternatif lain. Ratnasari *et al.* (2022) menambahkan bahwa konsumen yang puas cenderung menunjukkan perilaku *loyal*, termasuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Berkaitan dengan penggunaan *e-wallet*, kepuasan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, variasi metode pembayaran, kualitas layanan pelanggan, serta tingkat keamanan transaksi (Isnaeni, *et al.*, 2023). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana penggunaan ShopeePay berkontribusi terhadap kepuasan pengguna, yang kemudian dapat memperkuat *loyalitas* mereka terhadap *platform* Shopee.

Di Indonesia, salah satu permasalahan utama adalah kendala teknis pada aplikasi ShopeePay, seperti kegagalan transaksi, kesalahan pemotongan saldo, hingga keterlambatan proses *top-up* dan *refund* (Fikranissa, 2024). Meskipun ShopeePay telah menjangkau jutaan pengguna, masih terdapat keluhan terkait error aplikasi saat melakukan pembayaran *offline* di *merchant* maupun ketika digunakan untuk transaksi besar. Masalah ini seringkali dikaitkan dengan sistem internal

aplikasi ShopeePay yang belum sepenuhnya stabil pada kondisi tertentu (Wisnuwardani, 2023).

Selain itu, isu keamanan dan perlindungan data menjadi perhatian serius. Beberapa pengguna melaporkan adanya potensi kebocoran data dan percobaan akses ilegal yang berdampak pada kepercayaan konsumen. Menurut Bank Indonesia (2023), salah satu tantangan utama dompet digital termasuk ShopeePay adalah meningkatkan sistem proteksi terhadap potensi *fraud*, terutama yang muncul dari kelemahan aplikasi dan kurangnya fitur autentikasi ganda yang optimal. Hal ini mendorong kebutuhan akan inovasi pengamanan aplikasi agar tidak hanya mengandalkan *password*, tetapi juga verifikasi biometrik dan sistem deteksi anomali transaksi (Wulandari, 2023).

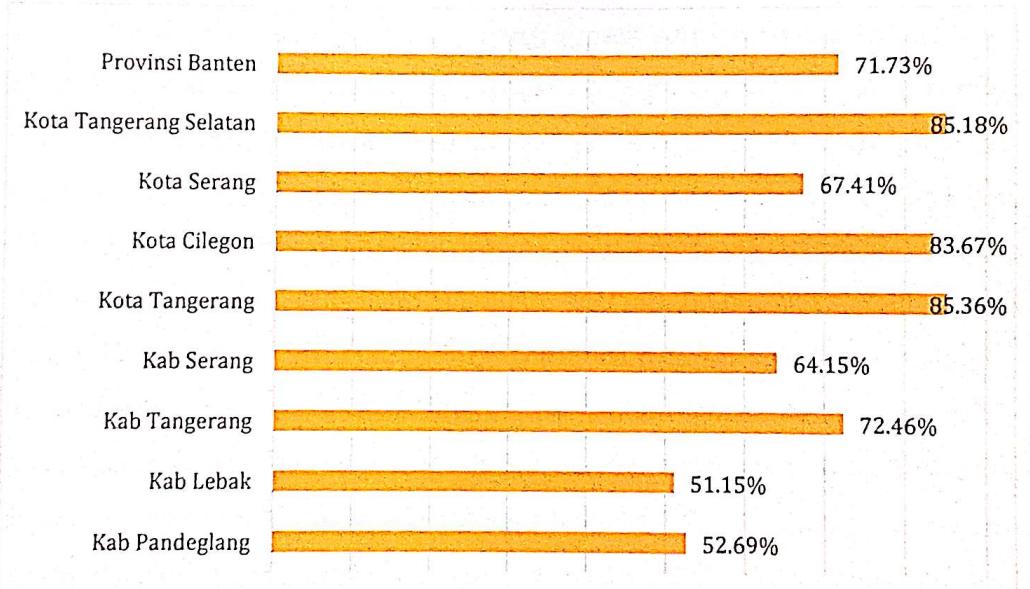


Gambar 1.5 Ulasan ShopeePay pada Platform AppStore dan PlayStore
Sumber: Observasi Peneliti (2025)

Penggunaan ShopeePay di Indonesia secara umum menghadapi beberapa masalah sistemik yang juga tercermin di Kota Tangerang. Berdasarkan data observasi peneliti dari Google Play Store dan App Store, sekitar 25% keluhan pengguna nasional terkait dengan gagal transaksi tanpa notifikasi yang jelas, sementara Laporan YLKI (2023) mencatat 15% kasus kehilangan saldo pasca *top-*

up. Masalah teknis seperti aplikasi yang sering *force-close* terutama selama periode promo besar seperti Harbolnas juga dilaporkan oleh Ipsos (2023). Selain itu, masalah promo dan *cashback* menjadi sorotan, dimana 30% ulasan bintang 1-2 di *platform app store* mengeluhkan syarat promo yang tidak transparan dan kuota yang cepat habis (Katadata, 2023). Layanan pelanggan yang lambat dengan rata-rata respons melebihi 24 jam turut memperparah ketidakpuasan pengguna (Snapcart, 2024).

Masyarakat Indonesia berdasarkan Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil pada tahun 2022 mengatakan bahwa jumlah masyarakat Indonesia adalah sebanyak 273.879.750 jiwa dari data sensus yang dilakukan pada semester 2 tahun 2021 oleh Kementerian Dalam Negeri Indonesia (Sekretariat, 2022). Pencatatan atas data di atas dengan rinci dijelaskan ke target objek penelitian yaitu, penduduk Kota Tangerang yang berjumlah 1,89 juta jiwa, penduduk kota Tangerang Selatan dengan 1,35 juta jiwa, dan kabupaten Tangerang 3,24 juta jiwa (BPS, 2020).



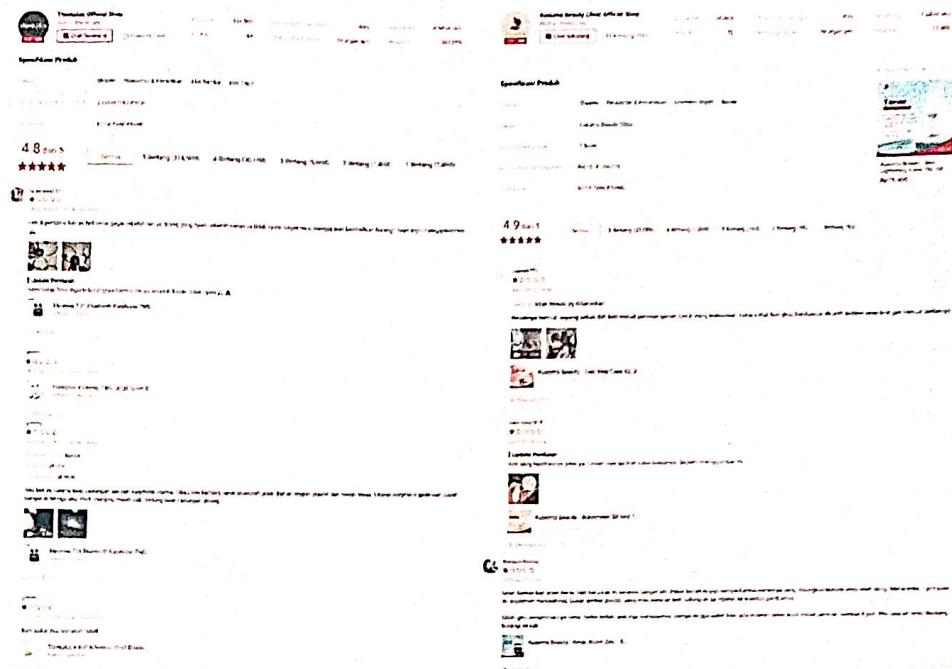
Gambar 1.6 Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (persen) Tahun 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2024)

Pada data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2024) di daerah yang akan diteliti bahwa Kota Tangerang memiliki sebanyak 85,36% total masyarakat

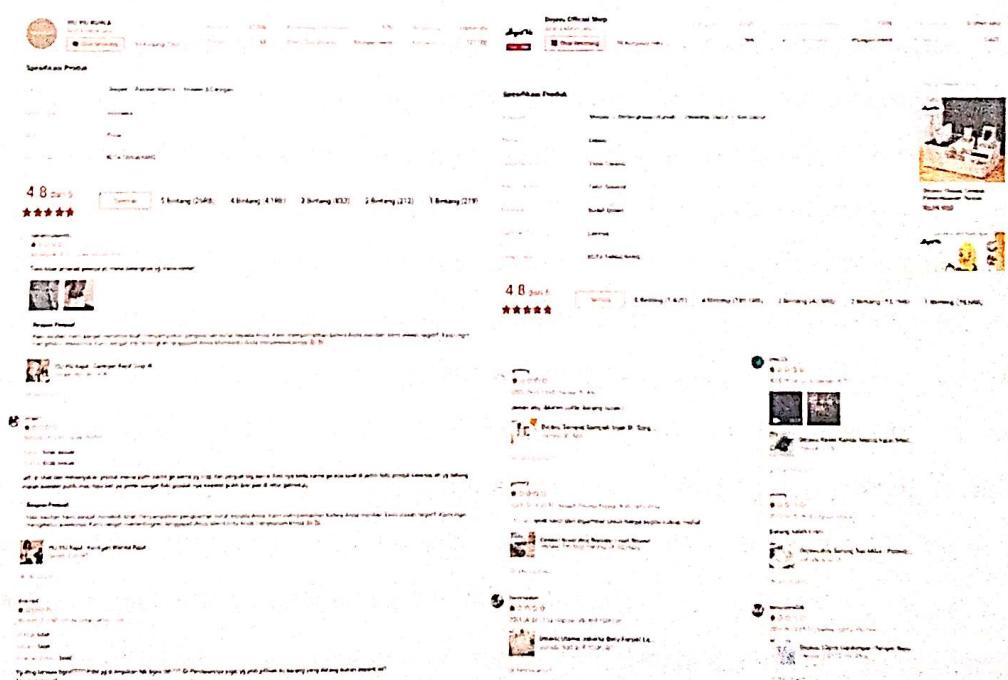
kota tersebut yang menggunakan internet. Diikuti oleh Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 85,18% dari total masyarakat kota tersebut dan Kabupaten Tangerang yang berjumlah 72,46% total masyarakat kabupaten tersebut yang menggunakan internet (BPS & Survei Sosial Ekonomi Nasional, 2020). Karakteristik masyarakat urban di wilayah ini menunjukkan tingginya penggunaan layanan digital (Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, 2024). Selain itu, survei yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika terkait literasi digital di Kota Tangerang menunjukkan bahwa berdasarkan usia didominasi oleh yang berusia >40 tahun sebanyak 78%, selanjutnya yang berusia 36-40 tahun sebanyak 13%, yang berusia 31-35 tahun sebanyak 6%, yang berusia 26-30 tahun sebanyak 2%, yang berusia 16-25 tahun sebanyak 1%, dan tidak ada responden yang berusia di bawah 15 tahun (Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, 2024).

Berdasarkan analisis terhadap ulasan pengguna di *platform* Google Play Store dan App Store terlihat pola yang konsisten dalam penilaian terhadap ShopeePay. Sekitar 15-20% pengguna memberikan *rating* 1 bintang, menyoroti masalah serius seperti gagal transaksi, saldo yang hilang, proses verifikasi yang lambat, serta layanan *customer service* yang tidak responsif. *Rating* 2 bintang mencakup 10-15% ulasan, dengan keluhan utama terkait promo yang tidak cair, *error* saat *top-up*, atau proses *refund* yang tertunda. Sementara itu, 20-25% pengguna memberikan *rating* 3 bintang, menunjukkan sikap netral di mana mereka menganggap fitur dasar cukup memadai meski kerap mengalami *bug* minor atau menilai promo yang ditawarkan kurang kompetitif. Di sisi lain, 25-30% pengguna memberikan *rating* 4 bintang, menandakan kepuasan terhadap fitur utama namun dengan harapan perbaikan seperti perluasan jaringan *merchant*. Adapun 15-20% pengguna memberikan *rating* 5 bintang, mencerminkan kepuasan tinggi terhadap layanan seperti kemudahan transaksi, *cashback*, dan promo eksklusif. Pada tahun 2022, *rating* 1 bintang sempat mencapai 22%, terutama akibat masalah teknis *pasca-update* aplikasi. Di tahun 2023, persentase ini turun menjadi 18% seiring perbaikan sistem, meski masalah verifikasi akun masih menjadi keluhan utama. Hingga kuartal kedua tahun 2024, *rating* 1 bintang stabil di 15%, tetapi muncul keluhan baru terkait pembatasan penggunaan promo dan penambahan *fee top-up*.



Gambar 1.7 Ulasan/Rating Penilaian Pada Store Bidang Elektronik dan Kecantikan di Aplikasi Shopee

Sumber: Observasi Peneliti (2025)



Gambar 1.8 Ulasan/Rating Penilaian Pada Store Bidang Fashion dan Perabotan Rumah Tangga di Aplikasi Shopee

Sumber: Observasi Peneliti (2025)



Gambar 1.9 Ulasan/Rating Penilaian Pada *Store* Bidang Olahraga di Aplikasi Shopee

Sumber: Observasi Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap *rating* toko Shopee dapat diidentifikasi bahwa terdapat lima toko dari lima bidang usaha yang berbeda, yaitu elektronik, kecantikan, *fashion*, perabotan rumah tangga, dan olahraga, yang berlokasi di Kota Tangerang. Meskipun masing-masing toko tersebut bergerak pada sektor yang berbeda dan menawarkan produk yang beragam, kelimanya memiliki kesamaan dalam hal penilaian konsumen, yaitu masih terdapat ulasan dengan *rating* bintang 1 atau kategori sangat buruk. Fenomena ini menunjukkan bahwa masih ada ketidakpuasan dari sebagian konsumen terhadap pengalaman berbelanja, baik dari segi kualitas produk, pelayanan, kecepatan pengiriman, maupun sistem pembayaran yang digunakan. Hal ini penting untuk diperhatikan karena penilaian negatif dapat memengaruhi citra toko sekaligus menjadi indikator adanya celah dalam pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Kondisi ini juga memperkuat alasan pemilihan Kota Tangerang sebagai lokasi penelitian. Aktivitas belanja *online* yang beragam di kota ini menjadikannya representatif untuk melihat dinamika kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap

layanan pembayaran digital, khususnya ShopeePay. Selain itu, adanya *rating* rendah pada berbagai bidang toko juga mengindikasikan bahwa meskipun teknologi pembayaran digital semakin berkembang, kepuasan pengguna belum sepenuhnya optimal. Maka dari itu, perlu didalami sejauh mana penggunaan *e-wallet* ShopeePay dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen di Kota Tangerang.

Penelitian ini berhubungan dalam konteks perkembangan ekonomi digital di Kota Tangerang dalam adopsi teknologi keuangan. Selain itu, *rating* dari ShopeePay saat ini menjadi salah satu indikator penting dalam menilai persepsi pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan. Apabila *rating* menunjukkan hasil yang positif, hal ini dapat mencerminkan kepuasan pengguna yang tinggi dan potensi peningkatan loyalitas terhadap ShopeePay. Sebaliknya, jika terdapat penurunan *rating* atau keluhan yang signifikan, hal tersebut dapat menjadi sinyal bagi Shopee untuk mengevaluasi dan mengembangkan fitur ShopeePay agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan serta loyalitas konsumen selaku pengguna ShopeePay. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Shopee dalam mengoptimalkan layanan ShopeePay serta mempertahankan posisinya di tengah persaingan industri dompet digital yang semakin dinamis.

Penelitian sebelumnya terkait *e-wallet* memberikan wawasan yang berguna, tetapi masih terdapat kesenjangan (*research gap*). Penelitian yang dilakukan oleh Mawardhi & Prabowo (2023) menyatakan bahwa faktor kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*, namun penelitian tersebut tidak mengaitkannya dengan loyalitas pengguna. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Pancarini, *et al.*, (2023) meneliti loyalitas pengguna *e-wallet*, tetapi tidak mempertimbangkan peran kepuasan sebagai variabel moderasi. Penelitian yang dilakukan oleh Safarudin, *et al.*, (2023) mengkaji hubungan antara kepuasan dan loyalitas, tetapi fokusnya hanya pada aplikasi GoPay dan OVO, tanpa menyentuh ShopeePay. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Widodo & Sudarno (2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan

dompet elektronik (*e-wallet*) tidak memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Al-Hattami et al., (2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *e-wallet*.

Berdasarkan *gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan dengan mengeksplorasi pengaruh penggunaan ShopeePay terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna, serta menganalisis peran kepuasan sebagai variabel moderasi. Penelitian dilakukan di Kota Tangerang, yang merupakan kawasan urban dengan tingkat adopsi layanan digital yang tinggi. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai hubungan antara penggunaan ShopeePay, kepuasan, dan loyalitas pengguna dengan kepuasan sebagai variabel moderasi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu Shopee dan ShopeePay dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menghadapi persaingan di industri *e-wallet*.

3.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap kepuasan pengguna ShopeePay di Tangerang?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang yang dimediasi oleh kepuasan pengguna?

3.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap kepuasan pengguna ShopeePay di Tangerang

2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap loyalitas pengguna ShopeePay di Tangerang yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

3.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat serta digunakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi kesempatan bagi peneliti untuk memahami lebih dalam mengenai hubungan antara teknologi finansial *e-wallet* dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman dalam proses pengumpulan dan analisis data, yang bermanfaat untuk pengembangan kemampuan akademik dan profesional peneliti.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademik dalam bidang pemasaran digital, khususnya terkait perilaku konsumen dalam memanfaatkan layanan *e-wallet*. Kajian ini juga dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian serupa di masa depan, baik dengan variabel yang sama maupun dalam konteks yang berbeda

3. Bagi Pelaku Bisnis

Informasi dari penelitian ini dapat membantu perusahaan memahami bagaimana penggunaan ShopeePay memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Wawasan ini dapat digunakan sebagai landasan untuk meningkatkan layanan serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif guna mempertahankan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, U., Suryani, W., Sudarso, A., Lenggogeni, A., & Tondo, A. (2023). *Customer satisfaction model and its impact on customer loyalty on the example of automotive companies. Economic Annals-XXI*, 204(7–8), 27–32. <https://doi.org/10.21003/ea.V204-04>
- Aisyah, Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Ahzar, F. A. (2022). Determinan Penggunaan E-Wallet Generasi Milenial Muslim. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(2).
- Ajina, A. S., Joudeh, J. M., Ali, N. N., Zamil, A. M., & Hashem, T. N. (2023). *The Effect Of Mobile-Wallet Service Dimensions On Customer Satisfaction And Loyalty: An Empirical Study. Cogent Business & Management*, 10(2).
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2020). *Factors Influencing Adoption Of Mobile Banking By Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with trust. Journal of Retailing and Consumer Services*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102073>
- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. Bin. (2021). *Using E-Wallet For Business Process Development: Challenges And Prospects in Malaysia. Business Process Management Journal*, 27(4), 1142–1162. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0528>
- Alamin, Z., Missouri, R., & Sutriawan. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Al-Hattami, H. M., Al-Adwan, A. S., Abdullah, A. A., & Al-Hakimi, M. A. (2023). *Determinants of Customer Loyalty toward Mobile Wallet Services in Post-COVID-19: The Moderating Role of Trust. Wiley: Online Library*.
- Amruddin, Muskananfola, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Pandie, F. R., Goa, M. Y., . . . Selly, J. B. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Andani, M., Hidayanti, N. F., Ariani, Z., Dewi, N. Y., Agustina, A., & Aini, N. (2024). Penggunaan *Electronic Money* Sebagai Alat Transaksi Dalam Perspektif Islam. Seminar Nasional Paedagoria, 4(1).
- Anggraeni, R. I., Wijayanti, D. A., & Kurniawan, E. D. (2024). Implementasi Fungsi Uang Pada Sistem Perekonomian Dalam Novel Negeri Para Bedebah Karya Tere Liye. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 2(1).
- Anthony, Leonardo dan Hendi Sama. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi *E-Commerce* Shopee dan Fintech ShopeePay Bagi Masyarakat Senior, 1(1).
- Ardi, H. A., & Ardila, Y. (2024). Pengaruh Promosi *Cashback* Terhadap Loyalitas Pengguna Shopeepay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 4(1).
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, & Prasaja, M. G. (2022). *Intention to Use E-wallet* Dilihat dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Trust*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2).
- Arsyan, M. F., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Shopeepay Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Survei penetrasi internet di Indonesia. Diakses dari <https://www.apjii.or.id>
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, 2(1).
- Aulia, M. (2020). Uang Elektronik, Uang Digital (*Cryptocurrency*) Dan Fatwa DSN-MUI No.116 Tentang Uang Elektronik. *al-Mizan*, 4(1).
- Ayu, S. N., Fuadi, F., & Syarif, A. H. (2025). Analisis *Perceived Enjoyment* Dan *Perceived Ease Of Use* Untuk Pembayaran Digital Menggunakan Layanan

- Gopay Pada Masyarakat di Bandar Lampung. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2).
- Azizah, S. N., & Indra, N. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee. *Master Manajemen*, 2(3).
- Badan Pusat Statistik Kota Tangerang. (2024). *Kota Tangerang Dalam Angka 2024*. Tangerang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2024). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (persen), 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. Retrieved from https://banten.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDY3IzI%3D/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-banten.html?utm_source=chatgpt.com
- Bank Indonesia. (2024). Laporan perkembangan transaksi e-wallet di Indonesia. Diakses dari <https://www.bi.go.id>
- Belmonte, Z. J., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. (2024). *Factors Influencing The Intention To Use E-Wallet Among Generation Z And Millennials In The Philippines: An Extended Technology Acceptance Model (TAM) Approach*. *Acta Psychologica*.
- Benedit, J. (2020). Tinjauan Yuridis Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Dalam Pembayaran Sistem Transportasi *Online* Sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018. *Jurnal Ilmu Hukum*.
- Berliana, E. (2023). Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pekalongan Kec.Pekalongan Kab.Lampung Timur). *Jurnal Perbankan Syariah IAIN Metro*.
- Chaniago, H. Z., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1).
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A.

A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif. *Media Sains Indonesia*.

Dewi, L. G., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. (2021). Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(1).

Dewi, S. K., Dellia, P., Ananta, W. O., Ilma, A., Suhartanti, R. A., & Anwar, M. D. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Shopee Menggunakan Metode *Pieces Framework*. *JATI: Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(4).

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang. (2023). *Survei Literasi Digital Kota Tangerang 2023*. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang. Retrieved from https://satudata.tangerangkota.go.id/public/user-content/5116740d980de762cd07ebfb012a3486.pdf?utm_source=chatgpt.com

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang. (2023). UMKM digital adoption survey. Pemkot Tangerang.

Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., TR, S. M., & Anisah, A. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 287–303. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i2.2203>

Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: *Literatur Review*. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6).

Durman, I. G., & Wafa, Z. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital, *Mobile Banking*, dan Kartu Pembayaran Elektronik Terhadap Kemudahan Transaksi Bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(4).

Elok, C. S., & Hidayati, A. (2021). *Customer Loyalty in Digital Wallet Industry: the Role of Satisfaction, Effort Expectancy, Performance Expectancy, and Habit*. *Proceedings of the International Conference on Emerging Challenges: Business Transformation and Circular Economy*, 196(1).

- Fadhila, A., & Utami, P. M. (2024). Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3).
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25* (Edisi 9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, S., Kar, A. K., & Janssen, M. (2022). *Evaluating the role of user experience and trust in driving loyalty towards e-wallet services*. *Journal of Business Research*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.045>
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). Monograf: Minat Beli di *Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hidayat, R., & Mardiyana. (2024). Pengaruh Promosi dan *Brand Awareness* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada *E-Commerce Shopee*. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(1).
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (1st ed., Vol. 02). Alfabeta.
- Illanisa, N., Zulkarnaen, W., & Suwana, A. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Sekolah Dasar Islam Binar Indonesia Bandung. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research* (IJEBAR). Diakses dari <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS/article/view/180>.
- Indahsari, D, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press, Surabaya.
- Ipsos Indonesia. (2023). *E-wallet usage during major shopping events*. Ipsos.
- Jannah, E. N., Sudaryanto, & Wulandari, G. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Matahari *Department Store* di Jember. *Jurnal UNEJ e-Proceeding*, 1(1). Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9180>
- Jawa Pos. (2023, December 15). *E-wallet verification problems in satellite cities*. Jawa Pos.

- Kartini, N. (2023). Penerapan Path Analysis Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan di Kota Bandar Lampung Periode 2012-2021. *Jurnal Pendidikan Matematika UIN Raden Intan Lampung*.
- Katadata Insight Center. (2023). *Consumer complaints about digital payment promos in 2023*. Katadata.
- Keneq, B. (2020). Penerapan Analisis Jalur (Path Analysis) Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Diferensial*, 2(2).
- Kompas Research. (2023). *Digital literacy barriers in Greater Jakarta area*. Kompas.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. British Library.
- Li, X., Wang, Y., & Zhang, Z. (2022). *The impact of transaction speed on user satisfaction in e-wallet usage*. *International Journal of Bank Marketing*, 40(3). <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2022-0001>
- Maharani, T., Fatimah, S., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet Shopeepay). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3).
- Mawardi, T. F., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4).
- Megayani, N., Sanosra, A., & Reskiputri, T. D. (2021). Pembayaran *Cashless* dengan Sistem QR *Code* dan *Perceived Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Shopeepay. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1).
- Meilina, K. (2024). Gen Z Lebih Canggih Gunakan Bank Digital untuk Kelola Uang Daripada Milenial. Diambil kembali dari katadata.co.id: <https://katadata.co.id/finansial/makro/67072d5a66277/gen-z-lebih-canggih-gunakan-bank-digital-untuk-kelola-uang-daripada-milenial>
- Mertaningrum, N. L. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopeepay Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Berbelanja Pada *E-commerce* Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3).

- Muamar, A., Samsudin, S., & Fitriyah, L. (2020). Dompet Elektronik Dalam Transaksi Pelanggan Ovo Menurut Perspektif Maqashid Syari'ah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizan, J. (2021). Model Peningkatan Loyalitas Nasabah Internet Banking Berbasis Persepsi Resiko, Persepsi Privasi dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5042>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh *Fintech e-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2).
- Mulia, K. (2022). *Conglomerates Team Up With E-Wallet Providers To Supercharge Indonesia's Fintech Sector*. Retrieved from kr-asia.com: <https://kr-asia.com/conglomerates-team-up-with-e-wallet-providers-to-supercharge-indonesias-fintech-sector>
- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan *E-Wallet* Shopeepay. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2).
- Nahrisah, E., & Imelda, S. (2019). Dimensi Organizational *Citizenship Behavior* (OCB) Dalam Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 3(3).
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2).
- Nguyen, T. D., Huynh, P. A., & Nguyen, T. M. (2020). *Security perceptions and user satisfaction in e-wallet adoption: A case study in Vietnam*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102052>
- Nirawati, L., Pratiwi, A. D., Mutiahana, A., & Afida, E. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan (*Custumer Experience*) Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*
- Nuha, U., Qomar, M. N., & Maulana, R. A. (2020). Perlukah *E-Wallet* Berbasis Syariah?. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1).

- Nurdien, F. G., & Galuh, A. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Menggunakan QRIS BSI Mobile (Studi Kasus Gen Z Di Kota Malang). *IEFF: Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(4).
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). *The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction*. Jurnal Teknik Industri, 24(1).
- Osoko, O. O., & Muda, H. B. (2021). *Issues and Challenges of Total Quality Management Practices on Customer Satisfaction*. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 2(2).
- Pancarini, S. E., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Penelitian pada Pengguna Shopee di Wilayah DIY. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6).
- Pangestu, M. G., Fadhillah, Y., & Pandiangan, N. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Experiential Marketing*. *JUMANAGE: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran *Online* (Survei Pengguna Kepercayaan Unipin). Prologia. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8200>
- Rahmawati, N., & Pratama, A. (2021). The role of digital payment systems in supporting e-commerce transactions in Indonesia. *Journal of Digital Economy and Business*, 5(2), 112–124.
- Rahmayanti, P. L. D. (2022). Building a comprehensive customer satisfaction model. *Enrichment: Journal of Management*, 12(4), 152–164. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/download/631/486>
- Rankia.id. (2024, 11 12). 10 Aplikasi E-Wallet Terbaik di Indonesia, Paling Aman dan Banyak Digunakan. Retrieved from rankia.id: <https://rankia.id/aplikasi-e-wallet-terbaik-indonesia>

- Rizki, S. N., Zain, R. D., Putri, D. M., & Novita. (2025). Analisis Kepercayaan Generasi Z Terhadap Dompet Digital (*E-Wallet*) Berdasarkan Prinsip Tata Kelola. *Proceeding Auditing and Accounting Conference 2024*.
- Rudyanta, Timotius. (2020). Fenomena Penggunaan *E-wallet* Di Kalangan Pengusaha Warung Makan Di Perkantoran Jakarta. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1).
- Safarudin, A., Kusdibyo, L., & Senalasari, W. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology *E-wallet*. *Prosiding 11th Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, 11(1).
- Salma, N., Purnomo, R. F., Oktaria, E. T., Alie, M. S., & Silvia, D. (2023). Pelatihan Literasi Keuangan Digital Pada Ibu-Ibu PKK Dalam Pengelolaan Produk UMKM Desa Wisata Pulau Pahawang Provinsi Lampung. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(2).
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompet Digital (*E-Wallet*) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2).
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). *The Effect of Online Shopping and E-wallet on Consumer Impulse Buying*. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 9(3), 231–242. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.3>
- Septianto, D., Wibowo, A., & Pratiwi, E. (2021). Analisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet* di Indonesia. *Journal of Consumer Sciences*, 6(2). <https://doi.org/10.29244/jcs.6.2.123-135>
- Setiawan, H. A. (2024). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2).
- Siregar, A. A. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Perbankan Syariah Semester 6 IAIN Padangsidiimpuan. *Jurnal UIN Sumatera Utara*, 1(1).

- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Snapcart. (2024). *Customer service response time benchmarking report*. Snapcart Indonesia.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cetakan Ke-3). Bandung: Alfabeta.
- Tangerang Digital Forum. (2024). *Annual report on digital infrastructure issues*. TDF.
- Thakur, R. (2021). *The role of trust in e-wallet adoption: A study of mobile payment users*. *International Journal of Information Management*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102303>
- Tjiptono, F. (2020). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian (23rd ed., Vol. 10). ANDI.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259-279.
- Umaroh, R., & Nainggolan, D. S. (2023). Determinan Penggunaan E-Wallet pada Rumah Tangga Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial*, 2(1)/
- Valencia, D., & Layman, C. V. (2021). E-Wallet Service Innovation, Service Delivery, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Within Shopeepay In Indonesia. *ULTIMA Management*, 13(1).
- Waluyo, D. (2023). *Kemajuan Nyata Pasar Digital Indonesia*. Retrieved from Indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7734/kemajuan-nyata-pasar-digital-indonesia?lang=1?lang=>
- Wibowo, Y. I. (2022). Customer satisfaction determination and complaint level: Product quality and service quality. *International Journal of Digital*

Business Management, 3(4), 683–692.

<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i4.1268>

Widiyanti, W. (2020) Pengaruh Kemansaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1).

Widodo, A. K., & Sudarno. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Pembelian Impulsif Dan Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7(10).

Wijaya, A. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Jumlah Uang Beredar, Dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*.

Windiarti, S., Kuncara, H. K., & Pratama, A. (2022). *The Effect Of Shopeepay-Based Marketing And Payment Gateway Strategies On Financial Inclusion Of Shopee Application Users In DKI Jakarta*. *Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues (Marginal)*, 2(1).

Wulandari, C. S. (2023). Dompet Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi. *Retrieved from bi.go.id: https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompet-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx*

Wulandari, T., & Setiawan, I. (2023). E-commerce ecosystem and the integration of digital payment systems: A study of consumer behavior in Indonesia. *Journal of Electronic Commerce Studies*, 14(3), 95–108.

Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). Penggunaan *E- Wallet* Atau Dompet Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(1).