

## **PENGARUH E-WOM DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA DI KABUPATEN JOMBANG**

**Rani Valentine Sura Kusuma<sup>1)</sup>, Liling Listyawati<sup>2)</sup>, Damajanti Sri Lestari<sup>3)</sup>**

<sup>1) 2) 3)</sup>Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: kusumava01@gmail.com

### **ABSTRAK**

Saat ini perkembangan teknologi di dunia sudah semakin cepat. Penggunaan teknologi dalam transaksi keuangan yang semakin berkembang pesat membuat tren pembayaran digital sudah mulai dikenal. Kini pembayaran menggunakan kartu (*cashless*) dan dompet digital (*e-wallet*) semakin marak di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-wom* dan *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA di Kabupaten Jombang secara simultan dan parsial. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Jombang dengan minimal berusia 17 tahun dan telah menggunakan *e-wallet* DANA minimal satu kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *moe*, sehingga didapat sampel sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, dokumentasi, dan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-wom* dan *e-service quality* secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA di Kabupaten Jombang.

**Kata kunci : E-WOM, E-Service Quality, dan Keputusan Penggunaan**

### **ABSTRACT**

*Currently, the development of technology in the world is accelerating. The use of technology in financial transactions is growing rapidly, so the trend of digital payments has begun to be recognized. Now payments using cards (cashless) and digital wallets (e-wallets) are increasingly widespread in Indonesia. This research aims to determine the effect of e-wom and e-service quality on decisions to use the DANA e-wallet in Jombang Regency simultaneously and partially. This research is quantitative research with a causal approach. The population in this study are consumers who live in Jombang with a minimum age of 17 years and have used the DANA e-wallet at least once. Sampling in this study using purposive sampling technique and the sample used in this study was calculated using the moe formula, so that a sample of 96 people was obtained. The data collection techniques used in this research were literature study, documentation, and questionnaires. The measurement scale used is a Likert scale. The data analysis techniques used are instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, F test, t test, and coefficient of determination test using IBM SPSS Statistics 24.0. The results of this study indicate that e-wom and e-service quality simultaneously and partially had a significant effect on the decision to use the DANA e-wallet in Jombang Regency.*

**Keywords: E-WOM, E-Service Quality, and Usage Decision**

### **A. LATAR BELAKANG**

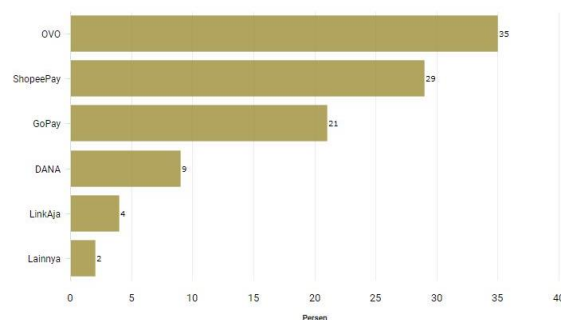
Saat ini perkembangan teknologi di dunia sudah semakin cepat. Transformasi ke era digital membuat banyak perubahan di

kehidupan masyarakat dunia. Banyak kemudahan, serta cara baru untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Kemajuan teknologi internet yang dapat diakses kapanpun dan

dimanapun membuat semua orang mengetahui berbagai informasi dengan sangat cepat. Perdagangan online yang semakin populer di Indonesia telah mengubah gaya hidup masyarakat, termasuk sistem pembayaran. Ini memungkinkan layanan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology (fintech)* untuk memperluas bisnis dan pasarnya. *Fintech* membuat transaksi jual beli lebih mudah sehingga sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif.

Penggunaan teknologi dalam transaksi keuangan yang semakin berkembang pesat membuat tren pembayaran digital sudah mulai dikenal. Kini pembayaran menggunakan kartu (*cashless*) dan dompet digital (*e-wallet*) semakin marak di Indonesia. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC), pembayaran menggunakan *e-wallet* menjadi metode pembayaran digital yang paling banyak dipilih oleh responden yaitu mencapai 84,3% responden. Lalu pembayaran tunai sebanyak 61,4% responden, transfer bank sebanyak 47,8%, Paylater sebesar 45,9%. Kemudian pembayaran melalui Alfamart/ Indomaret sebesar 28,7%, dan urutan terbawah yaitu pembayaran digital menggunakan kartu debit dan kartu kredit. Hal ini mendorong banyaknya perusahaan menyediakan layanan pembayaran dompet digital (*e-wallet*).

Di Indonesia sendiri ada beberapa *e-wallet* yang bisa menjadi pilihan masyarakat untuk memudahkan transaksi pembayaran diantaranya Gopay, ShopeePay, OVO, DANA, LinkAja, Jenius, Doku, Sakuku, iSaku, dan lainnya. Menurut data yang diperoleh dari katadata.co.id berdasarkan hasil survei Insight Asia yang bertajuk “*Consistency That Leads : 2023 E-Wallet Industry Outlook*” mengenai merek dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Gambar 1.1 Persentase Dompet Digital yang Digunakan Responden

DANA berada di urutan ketiga sebagai salah satu *e-wallet* populer yang digunakan masyarakat Indonesia. Dengan semakin berkembangnya *e-commerce* dan transaksi non tunai di Indonesia, munculnya aplikasi *e-wallet* DANA memberikan alternatif yang praktis bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara digital. Konsep dompet digital DANA berbeda dengan dompet digital lain yang sudah hadir di pasar Indonesia, yaitu dengan konsep *open platform*. Dengan hal ini berarti DANA dapat masuk dan digunakan dalam berbagai platform yang berbeda baik offline maupun online namun tetap terintegrasi. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, *e-wallet* DANA mampu menunjukkan pertumbuhan signifikan sebagai salah satu platform pembayaran elektronik yang digunakan oleh masyarakat.

Pada era digital sekarang, masyarakat semakin bergantung pada ulasan dan rekomendasi dari orang lain sebelum mereka membuat keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau layanan. Termasuk saat konsumen akan memutuskan menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Salah satu cara mencari informasi yaitu melalui *electronic word of mouth*. Menurut Kotler dan Keller (2016: 646-648) *electronic word of mouth (E-WOM)* adalah pemasaran yang menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut dalam mendukung usaha dan tujuan dari pemasaran itu sendiri. Melalui *e-wom*, konsumen mendapat banyak informasi dari pengguna aplikasi DANA mengenai layanan dan transaksi apa saja yang bisa dilakukan di aplikasi DANA. Konsumen dapat melihat ulasan-ulasan yang ditinggalkan

pengguna lain dalam menilai aplikasi DANA. Situs ulasan pada Google Play menampilkan komentar positif mengenai aplikasi DANA seperti aplikasi mudah dan cepat diakses, banyak diskon dan voucher, sangat membantu untuk menyimpan uang dan melakukan pembayaran, dan komentar positif lainnya. Namun ada juga komentar negatif mengenai aplikasi DANA, seperti sistem yang sering error dan gagal saat bertransaksi, penanganan *customer service* berbelit-belit dan sangat buruk, proses upgrade yang sangat lama, performa aplikasi yang turun, dan masih banyak komentar negatif lainnya. *E-WOM* yang tersebar luas bisa menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *e-wallet* termasuk saat memilih menggunakan aplikasi DANA. Namun ada juga sebagian konsumen yang mengabaikan *e-wom* dari orang lain karena melihat fungsi dan manfaat yang diperoleh dari aplikasi tersebut.

Selain itu, faktor kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) juga merupakan aspek penting yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Menurut Zeithaml et al. (2018) dalam Herdiyani dan Suyanto (2023:874) *e-service quality* merupakan suatu proses konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan secara elektronik yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen atau tidak, hal tersebut termasuk dianggap penting karena dapat mempengaruhi suatu keberhasilan perusahaan yang berbasis teknologi internet. *E-service quality* yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses fitur layanan seperti simpan uang, transfer uang, simpan kartu, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transaksi *e-commerce* membuat banyak orang memilih menggunakan *e-wallet* DANA. *E-service quality* yang diberikan aplikasi membuat banyak orang beranggapan jika menggunakan *e-wallet* DANA dapat lebih cepat, mudah, dan praktis karena tidak perlu menyiapkan uang tunai secara fisik semua transaksi bisa dilakukan secara digital dengan *smartphone*. Tetapi aplikasi *e-wallet* juga tidak lepas dari terjadinya *error system* saat

penggunaannya. Jika *error system* sering terjadi maka pengguna akan mulai beralih menggunakan aplikasi *e-wallet* lainnya yang lebih stabil sistemnya. Namun pada kenyataannya ketika seseorang merasa butuh dan melihat banyak manfaat yang didapat akan aplikasi tersebut, maka terkadang *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA.

Dari hasil pengamatan yang menunjukkan semakin meningkatnya trend pembayaran menggunakan *e-wallet* maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan memahami lebih detail tentang sejauh mana *e-wom* dan *e-service quality* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh *E-WOM* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA di Kabupaten Jombang”.

## B. LANDASAN TEORI

### 1. *E-WOM*

Menurut Kotler dan Keller (2016: 646-648) *electronic word of mouth (E-WOM)* adalah pemasaran yang menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut dalam mendukung usaha dan tujuan dari pemasaran itu sendiri. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 515), *electronic word of mouth (E-WOM)* adalah versi internet dari periklanan mulut-ke-mulut. Menurut Hasan (2010:96) *E-WOM* atau *electronic word of mouth* merupakan aspek penting program pemasaran dalam mengembangkan ekspresi konsumen terhadap merek. Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *E-WOM* merupakan komunikasi melalui platform online yang memberikan informasi, ulasan, dan rekomendasi antar individu sebagai bentuk pesan promosi terhadap suatu produk atau jasa.

Indikator-indikator *electronic word of mouth (E-WOM)* menurut (Goyette et al., 2010) terdiri dari:

- 1) *Intensity*, frekuensi konsumen dalam mengakses informasi di situs web/aplikasi.

- 2) *Valence of Opinion*, komentar positif maupun negatif mengenai situs web/aplikasi.
- 3) *Content*, informasi mengenai fitur dan kualitas layanan yang diberikan oleh situs web/aplikasi.

## 2. E-Service Quality

*E-service quality* merupakan pengembangan kualitas layanan jasa dari cara tradisional menjadi layanan secara elektronik dengan menggunakan media internet. Menurut Zeithaml et al. (2018) dalam Herdiyani dan Suyanto (2023:874) *e-service quality* merupakan suatu proses konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan secara elektronik yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen atau tidak. Sedangkan menurut Chase, et al. (2006) dalam Emerald, dkk (2020:66) *e-service quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* merupakan proses mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada konsumen melalui aplikasi, atau platform online sudah sesuai dan memenuhi harapan atau tidak.

Menurut Zeithmal et al., (2018) *e-service quality* memiliki tujuh dimensi yang terdiri dari *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, contact*. Pada penelitian ini *e-service quality* dapat diukur dengan empat dimensi inti yang digunakan untuk menilai situs web/aplikasi, yaitu:

- 1) Efisiensi (*efficiency*), kemudahan dan kecepatan pengguna dalam mengakses dan menggunakan situs web/aplikasi.
- 2) Pemenuhan (*fulfilment*), ketersediaan situs web/aplikasi dalam menyampaikan jasa.
- 3) Ketersediaan system (*system availability*), menyediakan fungsi teknis dari situs web/aplikasi.
- 4) Privasi (*privacy*), keamanan dan perlindungan informasi pengguna situs web/aplikasi.

## 3. Keputusan Pembelian

Variabel keputusan penggunaan pada penelitian ini disamakan dengan teori terkait keputusan pembelian. Keputusan penggunaan adalah proses pengambilan keputusan yang menentukan akan dibeli maupun tidak dan diperoleh setelah melakukan kegiatan yang sudah terjadi (Rinaldi et al., 2020). Menurut Kotler dan Keller (2016:195) keputusan pembelian yaitu hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen sehingga akan menciptakan keinginan pembelian pada suatu produk atau jasa sesuai dengan merek yang paling disukai oleh konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dari hasil evaluasi konsumen dalam menentukan pilihan saat akan membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam penelitian ini ada lima indikator yang dinilai cocok untuk digunakan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian/penggunaan pada situs web/aplikasi menurut (Kotler 2007:222) yang meliputi:

- 1) Tujuan dalam membeli sebuah produk/layanan
- 2) Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
- 3) Kemantapan pada sebuah produk/layanan
- 4) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 5) Melakukan pembelian/penggunaan ulang.

## C. METODE

Penelitian merupakan proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang



berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2015:13). Penelitian kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2015:37). Penelitian kausal ini menentukan sifat dari hubungan antara variabel independen (variabel penyebab) dengan variabel dependen (terpengaruh) yang di prediksi. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui atau menguji ada atau tidaknya pengaruh antara *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *E-Service Quality* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) *e-wallet* DANA di Kabupaten Jombang.

### 1. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai yang diambil dari orang, obyek, dan kegiatan dengan berbagai variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. *E-WOM* ( $X_1$ )

*E-WOM* adalah pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut dalam mendukung usaha dan tujuan dari pemasaran *e-wallet* DANA di Kabupaten Jombang.

Indikator yang digunakan adalah :

- 1) *Intensity*, frekuensi konsumen dalam mengakses informasi mengenai *e-wallet* DANA.
- 2) *Valence of Opinion*, komentar positif maupun negatif dari pengguna mengenai *e-wallet* DANA.
- 3) *Content*, informasi mengenai fitur layanan dan kualitas layanan yang diberikan oleh *e-wallet* DANA.

#### b. *E-Service Quality* ( $X_2$ )

*E-Service Quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan *situse-wallet*

DANA untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien.

Indikator yang digunakan adalah:

- 1) Efisiensi, kemudahan dan kecepatan pengguna dalam mengakses dan menggunakan *e-wallet* DANA.
- 2) Pemenuhan, akurasi informasi dari *e-wallet* DANA dalam menyampaikan layanan yang sesuai.
- 3) Ketersediaan system, *e-wallet* DANA menyediakan fungsi teknis yang dapat beroperasi dengan baik dan mudah dijalankan.
- 4) Privasi, *e-wallet* DANA memastikan keamanan dan perlindungan informasi data pribadi, finansial, dan transaksi dari pengguna.

#### c. Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan penggunaan sebagai proses seseorang menyatukan dan memproses pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif untuk memilih salah satu.

Indikator yang digunakan adalah:

- 1) Tujuan dalam membeli sebuah layanan, konsumen memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan *e-wallet* DANA.
- 2) Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, konsumen mendapat informasi yang akan diproses untuk memilih menggunakan *e-wallet* DANA.
- 3) Kemantapan pada sebuah layanan, konsumen yakin mengambil keputusan yang tepat untuk menggunakan *e-wallet* DANA.
- 4) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, konsumen akan merekomendasikan untuk menggunakan *e-wallet* DANA kepada keluarga, teman, dan orang terdekat.
- 5) Melakukan penggunaan ulang, konsumen memutuskan menggunakan *e-wallet* DANA berulang-ulang.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang dijadikan sebagai tempat objek dalam penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jombang, di mana *e-wallet* DANA mulai berkembang di Jombang, Jawa Timur. Penelitian akan dilakukan pada Desember 2023 sampai Januari 2024.

## 3. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup karakteristik dan kualitas tertentu yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan untuk selanjutnya bisa ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2015:80). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Jombang dan telah menggunakan *e-wallet* DANA yang jumlahnya tidak diketahui.

### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81), sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *non-probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015: 84). Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* atau teknik pengambilan anggota sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria (Sugiyono, 2015: 84). Alasan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah peneliti tentukan. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

- Konsumen yang berdomisili di Jombang
- Konsumen berusia minimal 17 tahun
- Konsumen yang telah bertransaksi menggunakan *e-wallet* DANA minimal satu kali di bulan Desember 2023 sampai Januari 2024

Karena penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan sampel dari populasi menggunakan rumus *moe* sebagai berikut:

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$z$  = Tingkat keyakinan

$moe$  = *Margin of error*

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih bisa ditoleransi atau *moe* sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang diperlukan adalah berjumlah 96 responden.

## 4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam pengumpulan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

- Data primer, data yang diperoleh langsung dari responden pengguna *e-wallet* DANA secara langsung di lokasi penelitian berupa data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini yaitu kuesioner.
- Data sekunder, data yang diperoleh secara tidak langsung dari dokumen, buku-buku, e-jurnal, media elektronik, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Selain sumber data tersebut, data sekunder lain dalam penelitian ini yaitu data pengguna *e-wallet* dan juga profil aplikasi DANA.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2015: 224). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengkaji literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sehingga sumber data yang digunakan adalah data sekunder.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015: 329). Sehingga sumber data yang digunakan adalah data sekunder.

#### c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2015: 230). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *google form* yang akan dibagikan melalui Telegram dan WhatsApp. Sehingga sumber data yang digunakan adalah data primer.

Pada penelitian ini skala pengukuran yang dipakai yaitu skala *Likert*. Skala *likert* dalam penelitian ini adalah skala *likert* 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skor Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2015: 133)

### 6. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2015: 147) menjelaskan bahwa “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51).

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu.

#### c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

#### d. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak

- ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.
- e. Uji Heteroskedastisitas  
 Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
  - f. Analisis Regresi Linier Berganda  
 Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2015: 277).
  - g. Uji Hipotesis
    - Uji F (Simultan)  
 Menurut (Ghozali, 2018: 98), uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependen*).
    - Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
 Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya berguna untuk mengukur seberapa besar persentase perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.
    - Uji t ( Parsial)  
 Menurut (Ghozali, 2018 : 98), uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas (*independen*) secara parsial (individu) terhadap variabel terikat (*dependen*).

## D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dinyatakan valid jika signifikansi < 0,05 atau 5%. Kriteria

penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung > dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung < dari  $r$  tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1  
 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	rhitung	rtabel	Ket.
E-WOM (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,847	0,2006	Valid
	X1.2	0,828	0,2006	Valid
	X1.3	0,671	0,2006	Valid
	X1.4	0,496	0,2006	Valid
	X1.5	0,640	0,2006	Valid
	X1.6	0,519	0,2006	Valid
E-Service Quality (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,789	0,2006	Valid
	X2.2	0,819	0,2006	Valid
	X2.3	0,873	0,2006	Valid
	X2.4	0,882	0,2006	Valid
	X2.5	0,907	0,2006	Valid
	X2.6	0,830	0,2006	Valid
	X2.7	0,779	0,2006	Valid
	X2.8	0,788	0,2006	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1.1	0,782	0,2006	Valid
	Y1.2	0,802	0,2006	Valid
	Y1.3	0,859	0,2006	Valid
	Y1.4	0,757	0,2006	Valid
	Y1.5	0,914	0,2006	Valid
	Y1.6	0,891	0,2006	Valid
	Y1.7	0,866	0,2006	Valid
	Y1.8	0,863	0,2006	Valid
	Y1.9	0,833	0,2006	Valid
	Y1.10	0,884	0,2006	Valid

Sumber: Data output SPSS (diolah Penulis)

Dapat diketahui pada tabel 1 menunjukkan bahwa hasil dari keseluruhan item indikator mempunyai  $r$  hitung >  $r$  tabel yaitu signifikan 0,05 menggunakan sampel sebanyak 96 responden, nilai  $r$  tabel dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $96-2 = 94$ , dan menghasilkan nilai  $r$  tabel = 0,2006 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan dari masing-masing variabel dalam penelitian adalah **valid**.



## 2. Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusannya menurut (Ghozali, 2018:46) yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal.

Tabel 2  
 Uji Reliabilitas

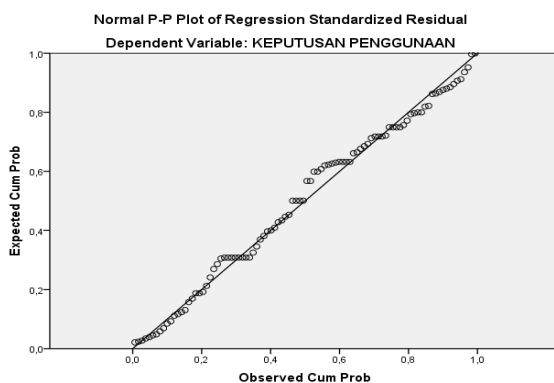
Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas minimum	Ket.
E-WOM (X <sub>1</sub> )	0,743	0,70	Reliabel
E-Service Quality (X <sub>2</sub> )	0,934	0,70	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,955	0,70	Reliabel

Sumber: Data output SPSS (diolah Penulis)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pernyataan yang mengukur masing-masing variabel. Maka semua pernyataan dari variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari E-WOM (X<sub>1</sub>), E-Service Quality (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Penggunaan (Y) telah dinyatakan reliabel.

## 3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan Grafik *Probability Plot* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Data Secara Grafik *Probability Plot*

Berdasarkan gambar 2 Grafik *Probability Plot*, dapat dilihat bahwa data akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, jika data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 4. Uji Multikolinieritas

Untuk hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

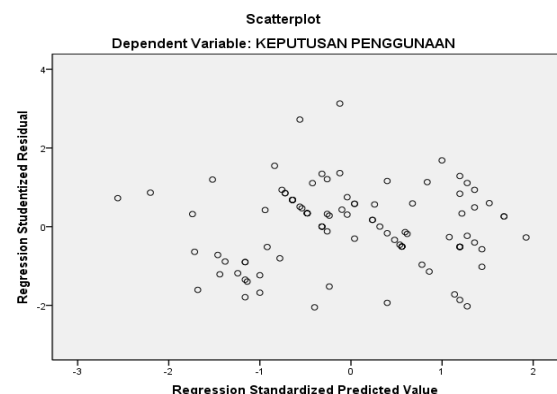
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
E-WOM (X <sub>1</sub> )	0,791	1,264
E-Service Quality (X <sub>2</sub> )	0,791	1,264

Sumber: Data output SPSS (diolah Penulis)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *Tolerance* variabel E-WOM (X<sub>1</sub>), E-Service Quality (X<sub>2</sub>) sebesar 0,791 yang artinya masih diatas 0,1 dan nilai VIF variabel E-WOM (X<sub>1</sub>), E-Service Quality (X<sub>2</sub>) sebesar 1,264 yang masih dibawah 10. Dengan demikian model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

## 5. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Grafik *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Data Secara Grafik *Scatterplot*

Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-2,316	2,532
E-WOM	,381	,119
E-SERVICE QUALITY	1,036	,064

Sumber: Data ouput SPSS 24.0

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,316 + 0,381 X_1 + 1,036 X_2$$

1. Konstanta ( $\alpha$ ) diketahui sebesar -2,316, hal ini menunjukkan bahwa variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *e-service quality* ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka keputusan penggunaan ( $Y$ ) nilainya sebesar -2,316.
2. Besarnya koefisien  $b_1$  adalah 0,381, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya *E-WOM* ( $X_1$ ) sebesar satu satuan, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan penggunaan ( $Y$ ) *e-wallet* DANA sebesar 0,381.
3. Besarnya koefisien  $b_2$  adalah 1,036, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya *e-service quality* ( $X_2$ ) sebesar satu satuan, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan penggunaan ( $Y$ ) *e-wallet* DANA sebesar 1,036.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Simultan

Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	F	Sig.	F tabel
Regression	204,515	0,000	3,09

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada uji F sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F \text{ hitung } 204,515 > F \text{ tabel } 3,09$ , dimana pada tabel F untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $df_1: 1, df_2: n-k-1 (96-2-1) = 93$ , maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09. Berdasarkan nilai signifikansi  $< 0,05$  dan nilai  $F \text{ hitung } > F \text{ tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yakni variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *e-service quality* ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ( $Y$ ).

### b. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	R	R Square
1	0,903	0,815

Berdasarkan tabel diatas diperoleh informasi bahwa R-square sebesar 0,815 atau 81,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *e-service quality* ( $X_2$ ) secara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan ( $Y$ ) sebesar 81,5%. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 81,5\% = 18,5\%$  merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

### c. Uji Parsial

Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut

Variabel Bebas	t hitung	Sig.	t tabel
<i>E-WOM</i> ( $X_1$ )	3,204	0,002	1,985
<i>E-Service Quality</i> ( $X_2$ )	16,300	0,000	1,985

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Uji t sebagai berikut:

1. Variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung  $3,204 > t \text{ tabel } 1,985$ . Dan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan

terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).

2. Variabel *e-service quality* ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t$  hitung  $16,300 > t$  tabel  $1,985$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima variabel *e-service quality* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *e-service quality* ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).

## E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan mengenai “Pengaruh *E-WOM* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA Di Kabupaten Jombang”, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *E-WOM* ( $X_1$ ) dan *E-Service Quality* ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) *E-Wallet* DANA di Kabupaten Jombang, yang dibuktikan dengan uji F sebesar  $0,000 < 0,05$  dan F hitung  $204,515 > F$  tabel  $3,09$ . Berdasarkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *E-WOM* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) *E-Wallet* DANA di Kabupaten Jombang, yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $3,204 > t$  tabel  $1,985$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Terdapat juga perwakilan hasil deskripsi total mean untuk variabel *e-wom* yaitu dengan total mean  $3,65$ . Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap

Keputusan Penggunaan (Y) *E-Wallet* DANA di Kabupaten Jombang, yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $16,300 > t$  tabel  $1,985$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Terdapat juga perwakilan hasil deskripsi total mean untuk variabel *e-service quality* yaitu dengan total mean  $4,27$ . Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

### 2. Saran

#### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak PT Espay Debit Indonesia selaku pengelola dari *e-wallet* DANA. Perusahaan dapat meningkatkan akses informasi dan interaksi antar pengguna untuk memperluas *E-WOM* yang tersebar di situs ulasan produk. *E-WOM* yang positif mengenai *e-wallet* DANA dapat membuat kesan positif kepada konsumen lain. Selain itu, *E-Service Quality* perlu ditingkatkan untuk meminimalisir terjadinya *error system* maupun kegagalan transaksi dengan rutin melakukan pembaharuan untuk memperbaiki *bug* yang mungkin muncul. Dengan perbaikan *bug* ini dapat meningkatkan stabilitas dan kinerja aplikasi *e-wallet* DANA.

#### b. Bagi Universitas

Hasil penelitian tentang pengaruh *E-WOM* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Penggunaan, yang dimana bukti empiris tersebut dapat dijadikan referensi dan tambahan wawasan dalam penelitian selanjutnya.

#### c. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar atau sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk dikembangkan lagi menggunakan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini.

## REFERENSI

- Ahdiat, A. (2023, Juli 25). *Merek Dompot Digital yang Pernah Digunakan Responden*. Diakses Juli 28, 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>
- Dana.id. (2023, Oktober 11). *Fitur-Fitur Aplikasi DANA*. Diakses Januari 8, 2023, dari <https://www.dana.id/terms>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Barger, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23.
- Hardiyanti, M. (2012). *Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Resiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online)*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Henning-Thurau, T., Gwiner, K. P., Wlash, G., & Glemer, D. D. (2004). Electronic Word Of Mouth Via Customer Opinion Platforms: What Motivates Customer To Articulate Themselves On The Internet. *Journal Of Interactive Marketing*, 18 (1), 38-52.
- Herdiyani, Y., & Suyanto, A. (2023). Pengaruh Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Netflix. *e-Proceeding of Management*, 10 (2), 872-883.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 9). Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi 7). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Nabilah. (2023, Juni 20). *Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Responden Saat Belanja di E-Commerce*. Diakses Juli 28, 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar. *Prosiding BIEMA*, 1, 160-170.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sudjana, N. (2013). *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.



- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.
- Yati, R. (2023, Maret 8). *Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 juta Orang*. Diakses Maret 23, 2023, dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw-Hill

