
**Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital melalui
Continuance Use Intention dengan *Expectation Confirmation Model***

Ruli Wahyuning Tyas¹, Nurul Azizah²

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
ruliwtyas@gmail.com¹, nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id²

Abstract

The study aims to determine the factors that influence the intention to continue using electronic wallet users by using the Expectation Confirmation Model (ECM) approach which has four constructs, namely confirmation, perceived usefulness, satisfaction, and continuance use intention which are modified with perceived security and self-efficacy as an antecedent variable of DANA users in Surabaya. This study uses a quantitative approach with classification as explanatory research. The data obtained are primary data obtained through distributing questionnaires to 150 respondents within a period of four weeks. Using the Structural Equation Modeling (SEM) technique with the Partial Least Square (PLS) method approach. The results of this study indicate that the intention to continue using DANA's digital wallet service in Surabaya increases by considering several factors, namely confirmation, satisfaction, and self-efficacy. Meanwhile, the perceived usefulness and perceived security factors have no effect on the intention to continue using digital wallet services. User satisfaction is the most influential factor in increasing the intention to continue using digital wallet services.

Keywords: *continuance use intention, expectation confirmation model, perceived security, self-efficacy*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pengguna dompet digital, menggunakan pendekatan *Expectation Confirmation Model* (ECM), memiliki empat konstruk, yakni *confirmation*, *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *continuance use intention* yang dimodifikasi dengan variabel *perceived security* dan *self-efficacy* pada pengguna DANA di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan klasifikasi sebagai *explanatory research*. Data yang diperoleh merupakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden dalam kurun waktu empat minggu. Menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital DANA di Surabaya meningkat dengan mempertimbangkan beberapa faktor yakni *confirmation*, *satisfaction*, dan *self-efficacy*. Sedangkan faktor *perceived usefulness* dan *perceived security* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital. Kepuasan pengguna menjadi faktor yang paling tinggi pengaruhnya untuk meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital.

Kata kunci: *niat penggunaan berkelanjutan, model harapan konfirmasi, keamanan yang dirasakan, efikasi diri*

Informasi Artikel

Diterima Redaksi: 23 April 2022

| Selesai Revisi: 18 Juli 2022

| Diterbitkan Online: 31 Oktober 2021

PENDAHULUAN

Peningkatan transaksi menggunakan alat pembayaran digital baik *e-money* maupun *e-wallet* pada masyarakat Indonesia di masa pandemi terjadi karena pertimbangan bahwa *electronic payment* tersebut memberikan jaminan keamanan serta minimnya kontak secara langsung. Perkembangan dompet digital juga tidak lepas dari peningkatan pengguna *e-commerce*. Menurut Nizar dan Sholeh (2021) terjadi preferensi metode pembayaran pada *e-commerce* dengan meningkatnya penggunaan dompet digital.

Tabel 1. Metode Pembayaran Favorit

Jenis Pembayaran	Persentase Pengguna <i>E-commerce</i>
Dompet Digital	65%
Bayar tunai di tempat (CoD)	48%
Transfer via internet	45%
Pembayaran via ATM	31%
Pembayaran via <i>minimarket</i>	26%
Jasa cicilan	11%
Kartu kredit	9%
Lain-lain	1%

Sumber : Shopback, 2021

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Shopback (2021) tersebut juga diketahui bahwa pengguna *e-commerce* perempuan lebih memilih metode pembayaran melalui dompet digital dan *mobile banking*. Sedangkan pengguna *e-commerce* laki-laki lebih memilih pembayaran *Cash on Delivery* (CoD). Selanjutnya berdasarkan generasi, dompet digital menjadi metode pembayaran yang dipilih semua generasi dengan rentang usia 18-55 tahun.

DANA merupakan salah satu *e-wallet* independen lokal terbesar berdasarkan pengguna aktif yang mulai beroperasi pada tahun 2018 (Octaviano, 2021). DANA menjamin keamanan pengguna dengan jaminan data baik data *center* dan data *recovery* yang berada di Indonesia. Aplikasi ini telah resmi menjadi lembaga keuangan berbasis teknologi informasi berdasarkan regulasi dan standar keamanan Bank Indonesia. DANA telah membangun jaringan bisnis yang luas melalui kerjasama dengan beberapa bank antara lain yaitu BRI, BCA, BNI, BTN, Bank Mandiri, Bank Permata, Bank Panin, Bank Sinarmas, dan CIMB Niaga. Selain itu, DANA juga telah terpadu dengan sistem Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) yang memudahkan pengguna dompet digital dalam melakukan registrasi dan verifikasi akun (Rahardyan, 2021).

Suatu sistem informasi setelah berhasil pada tahap penerimaan, yakni adopsi suatu sistem yang sebelumnya tidak menggunakan menjadi menggunakan sistem, maka selanjutnya perusahaan diharapkan untuk melakukan riset mengenai faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital sehingga mampu bersaing dengan kompetitor. Menurut Bhattacharjee (2001) *continuance use intention* adalah niat untuk terus menggunakan suatu sistem informasi. Niat penggunaan berkelanjutan pada dompet digital merupakan suatu fase dimana harapan dengan pengalaman seorang pengguna dompet digital telah terkonfirmasi sehingga membuat keputusan untuk menggunakan dompet digital menjadi bagian dari aktivitas rutin. Tujuan

penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *continuance use intention* para pengguna dompet digital.

Teori *Expectation Confirmation Model* (ECM) adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk meneliti perilaku niat berkelanjutan penggunaan sebuah sistem setelah penerimaan sistem (*post acceptance*). Teori ini merupakan pengembangan *Expectation-Disconfirmation Theory* (EDT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) dalam konteks perilaku konsumen. *Expectation Confirmation Model* (ECM) dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001) melalui penelitiannya yang berjudul *Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model*. Pada penelitian tersebut menyatakan bahwa *perceived usefulness*, *confirmation*, dan *satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance use intention*. Model (ECM) menekankan bahwa ekspektasi pengguna (sebelum mengadopsi sebuah sistem) dan konfirmasi pada ekspektasi pengguna melalui kegunaan yang dirasakan (setelah menggunakan sistem) secara signifikan mempengaruhi kepuasan dalam mengadopsi dan menggunakan sistem. Kemudian kegunaan yang dirasakan dan kepuasan mengarahkan pada minat berkelanjutan penggunaan system.

Penelitian ini memodifikasi teori *Expectation Confirmation Model* (ECM), modifikasi pertama dengan menambahkan variabel *perceived security* karena keamanan merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan pengguna layanan digital untuk membuat keputusan terkait penggunaan layanan secara berulang. Menurut Huang dan Cheng (2012) suatu sistem yang berhasil memiliki jaminan keamanan baik data pengguna maupun data transaksi. Perlindungan keamanan yang dirasakan dalam transaksi online akan meningkatkan niat penggunaan untuk terus menggunakan sistem pembayaran elektronik meskipun fitur layanan dianggap rendah keandalannya. Modifikasi kedua dengan menambahkan variabel *self-efficacy* karena tingkat kepercayaan diri pengguna layanan digital mampu mengarahkannya untuk terus menggunakan layanan. Hsu dan Chui (2004) menyatakan *self-efficacy* mampu mengarahkan individu untuk menggunakan suatu sistem berulang kali karena mengacu efikasi diri pada individu membuat mereka yakin akan kemampuan diri dalam menyelesaikan tugas yang tepat saat menggunakan perangkat elektronik seperti *smartphone*. Setelah modifikasi yang dilakukan, maka terdapat enam variabel dalam penelitian ini yakni *confirmation*, *perceived usefulness*, *perceived security*, *self-efficacy*, *satisfaction*, dan *continuance use intention*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi (*explanatory research*) yakni penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh antar variabel dengan tujuan untuk menguji teori atau hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk memperoleh data penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan rentang waktu 4 minggu terhitung dari Februari 2022 hingga Maret 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi dompet digital DANA di Kota Surabaya yang jumlah dan identitasnya tidak diketahui, sehingga penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* serta untuk menentukan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik sampling dengan menggunakan menggunakan kriteria-kriteria tertentu dalam pertimbangan sampelnya. Menurut Haryono (2016) rekomendasi untuk besaran sampel pada analisis PLS yakni sekitar 100-150 responden. Agar penelitian ini memiliki jumlah sampel proporsional dan representatif,

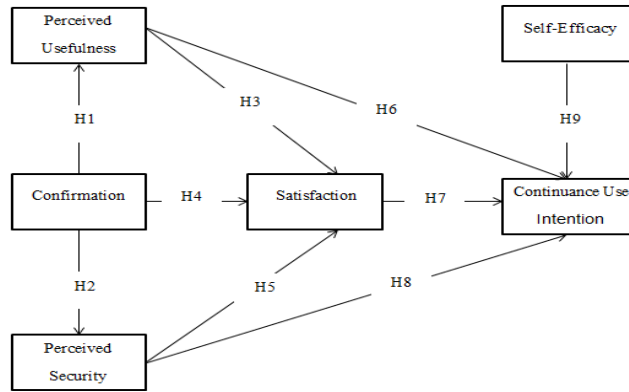
ditentukan sampel sebanyak 150 responden pengguna layanan dompet digital DANA. Adapun kriteria untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini meliputi : (1) Pengguna yang telah mengunduh dan memiliki aplikasi *e-wallet* DANA, (2) Pengguna *e-wallet* DANA dengan usia 17-35 tahun, (3) Pengguna yang telah menggunakan *e-wallet* minimum selama 1 bulan.

Jenis data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan dompet digital DANA sebagai responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pencarian di berbagai media informasi. Analisa data primer dilakukan dengan menggunakan skala *likert* yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program SmartPLS 3.0.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Confirmation	Persepsi konsumen ketika harapan atau ekspektasi awal terpenuhi dengan kinerja aktual layanan.	1.Pengalaman menggunakan sistem 2.Layanan yang disediakan 3.Ekspektasi secara keseluruhan
2.	Perceived Usefulness	Manfaat yang dirasakan pengguna pada saat menggunakan suatu sistem.	1.Meningkatkan kinerja 2.Meningkatkan produktivitas 3.Meningkatkan efektivitas 4.Manfaat secara keseluruhan
3.	Satisfaction	Perasaan positif pengguna (<i>user</i>) pasca menggunakan sebuah sistem dengan membandingkan performa yang dirasakan dengan harapan.	1.Pengalaman yang memuaskan 2.Pengalaman yang menyenangkan 3.Keputusan penggunaan
4.	Perceived Security	Keamanan yang dirasakan atau jaminan keamanan yang didapat pengguna layanan pembayaran digital sehingga informasi pengguna baik terkait data pengguna dan data transaksi aman dan tidak disalahgunakan oleh pihak lain.	1.Informasi layanan yang akurat 2.Data pribadi yang aman 3.Keamanan dalam bertransaksi 4.Kenyamanan dalam bertransaksi
5.	Self-Efficacy	Kepercayaan atau keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, baik yakin pada keberhasilan tertentu untuk memotivasi diri, menggunakan sumber daya secara maksimal, dan melakukan tindakan untuk mengatasi permasalahan sehingga berhasil dalam melakukan tugasnya.	1.Dapat menggunakan sistem tanpa bantuan orang lain 2.Dapat menyelesaikan transaksi menggunakan sistem apabila memiliki waktu yang cukup 3.Dapat menggunakan sistem hanya dengan bantuan manual atau online sebagai referensi 4.Yakin dengan kemampuan diri untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan menggunakan sistem.
6.	Continuance Use Intention	Keyakinan individu untuk terus menggunakan suatu sistem secara rutin.	1.Berniat untuk terus menggunakan daripada berhenti 2.Berniat untuk terus menggunakan sistem dibanding menggunakan sistem lain 3.Berniat meningkatkan penggunaan dimasa depan

Berikut merupakan model empiris dari penelitian ini :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital
- H2 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Perceived Security* dompet digital
- H3 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* dompet digital
- H4 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* dompet digital
- H5 : *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* dompet digital
- H6 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance Use Intention* dompet digital
- H7 : *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Use Intention* dompet digital
- H8 : *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Continuance Use Intention* dompet digital
- H9 : *Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Continuance Use Intention* dompet digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model SEM-PLS dengan melalui dua tahapan yakni sebagai berikut :

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Validitas Konvergen

Berdasarkan Tabel 3 diketahui setiap indikator memiliki nilai *outer loading* lebih besar 0,7. Artinya indikator tersebut dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Dengan kata lain, data yang diberikan oleh responden pengguna dompet digital DANA di Kota Surabaya telah sesuai dan dapat diukur.

Tabel 3. Hasil Nilai *Outer Loading Factor*

Indikator	Confirmation	Perceived Usefulness	Perceived Security	Self-Efficacy	Satisfaction	Continuance Use Intention
C1	0,844					
C2	0,861					
C3	0,807					
PU1		0,810				
PU2		0,798				
PU3		0,805				

PU4	0,856		
PS1		0,817	
PS2		0,760	
PS3		0,854	
PS4		0,854	
SE1			0,882
SE2			0,850
SE3			0,898
SE4			0,865
S1			0,894
S2			0,867
S3			0,892
CUI1			0,916
CUI2			0,877
CUI3			0,912

Sumber : Data primer diolah, 2022

b. Validitas Diskriminan

Tabel 4. Hasil Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Confirmation	0,702
Perceived Usefulness	0,668
Perceived Security	0,676
Self-Efficacy	0,764
Satisfaction	0,781
Continuance Use Intention	0,814

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 dinyatakan bahwa nilai *Average Variance Extract (AVE)* dari setiap variabel laten adalah lebih besar dari 0,5. Hasil yang diperoleh yakni nilai AVE pada variabel *confirmation* sebesar 0,702, variabel *perceived usefulness* sebesar 0,668, variabel *perceived security* sebesar 0,676, variabel *self-efficacy* sebesar 0,764, variabel *satisfaction* sebesar 0,781, dan variabel *continuance use intention* sebesar 0,814. Sehingga semua variabel manifes atau indikator pada penelitian ini sudah dapat dinyatakan valid digunakan dalam merefleksikan variabel laten dan dapat dilakukan untuk analisis lebih lanjut.

c. Reliabilitas Komposit

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa setiap variabel laten memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 yang berarti bahwa semua konstruk memenuhi pengukuran *composite reliability* dapat dinyatakan reliabel. Nilai tertinggi *composite reliability* pada variabel *continuance use intention* sebesar 0,929, sedangkan nilai terendah *composite reliability* pada variabel *confirmation* sebesar 0,876.

Tabel 5 : Hasil Nilai *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability
Confirmation	0,876
Perceived Usefulness	0,890
Perceived Security	0,893
Self-Efficacy	0,928
Satisfaction	0,915
Continuance Use Intention	0,929

Sumber : Data primer diolah, 2022

2. Evaluasi Model Struktural

a. *Goodness of Fit Model*

Tabel 6. Hasil *R-Square*

	R-Square
Continuance Use Intention (Z1)	0,589
Perceived Security (X3)	0,399
Perceived Usefulness (X2)	0,431
Satisfaction (Y1)	0,517

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa variabel *continuance use intention* (Z1) memiliki nilai *R-square* sebesar 0,589. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *continuance use intention* (Z1) pengguna DANA di Kota Surabaya dapat dijelaskan oleh variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived security* (X3), *self-efficacy* (X4), dan *satisfaction* (Y1) sebesar 58,9% kemudian sisanya yakni sebesar 41,1% dipengaruhi oleh konstruk yang tidak diteliti.

b. Pengujian Hipotesis (*Path Analysis*)

Analisa ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung yaitu antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Uji *path analysis* didapat dari hasil *path coefficients*, *t-statistik*, dan nilai *p-value*. Agar dinyatakan memiliki pengaruh antar konstruk, nilai *path coefficient* harus $> 0,1$ dengan tingkat signifikansi $\leq 0,05$ dan *t-statistic* $> 1,96$. Berikut merupakan hasil pengukuran *path coefficients* :

Tabel 7. Nilai Koefisien Jalur dan P-value

		Path Coefficient	T-Statistic	P-Values	Keterangan
H1	Confirmation -> Perceived Usefulness	0.656	10.973	0.000	Berpengaruh signifikan
H2	Confirmation -> Perceived Security	0.632	8.473	0.000	Berpengaruh signifikan
H3	Perceived Usefulness -> Satisfaction	0.253	2.499	0.013	Berpengaruh signifikan
H4	Confirmation -> Satisfaction	0.215	2.458	0.014	Berpengaruh signifikan
H5	Perceived Security -> Satisfaction	0.350	3.022	0.003	Berpengaruh signifikan

H6	Perceived Usefulness -> Continuance Use Intention	-0.030	0.363	0.717	Tidak berpengaruh
H7	Satisfaction -> Continuance Use Intention	0.517	5.587	0.000	Berpengaruh signifikan
H8	Perceived Security -> Continuance Use Intention	0.066	0.727	0.468	Tidak berpengaruh
H9	Self-Efficacy -> Continuance Use Intention	0.297	2.793	0.005	Berpengaruh signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2022

c. Indirect Effect

Tabel 8. Hasil Indirect Effect

	Indirect Effect	T-Statistic	P-Value	Keterangan
Confirmation (X1) -> Perceived Security (X3) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.042	0.676	0.499	Tidak Berpengaruh
Confirmation (X1) -> Perceived Usefulness(X2) -> Continuance Use Intention (Z1)	-0.020	0.328	0.743	Tidak Berpengaruh
Confirmation (X1) -> Satisfaction (Y1) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.111	2.104	0.036	Berpengaruh Signifikan
Perceived Security (X3) -> Satisfaction (Y1) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.181	2.628	0.009	Berpengaruh Signifikan
Confirmation (X1) -> Perceived Security (X3) -> Satisfaction (Y1) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.114	2.753	0.006	Berpengaruh Signifikan
Perceived Usefulness (X2) -> Satisfaction (Y1) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.131	2.109	0.035	Berpengaruh Signifikan
Confirmation (X1) -> Perceived Usefulness (X2) -> Satisfaction (Y1) -> Continuance Use Intention (Z1)	0.086	2.102	0.036	Berpengaruh Signifikan
Confirmation (X1) -> Perceived Security (X3) -> Satisfaction (Y1)	0.221	3.204	0.001	Berpengaruh Signifikan
Confirmation (X1) -> Perceived Usefulness (X2) -> Satisfaction (Y1)	0.166	2.532	0.012	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung terbesar terhadap *continuance use intention* adalah variabel *perceived security* setelah dimasukkannya variabel mediasi *satisfaction* dengan hasil positif sebesar 0,181 dengan nilai *t-statistic* > 1,96 atau 2,628 > 1,96 dan nilai *p-value* ≤ 0,05 atau 0,009 ≤ 0,05. Sehingga variabel *satisfaction* dinyatakan mampu memediasi hubungan *perceived security* terhadap *continuance use intention* dengan mediasi sempurna.

Pembahasan

1. Pengaruh *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *confirmation* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness* dengan nilai *t-statistic* sebesar 10,973 dan nilai koefisien pengaruh variabel *confirmation* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,656 yang berarti bahwa *confirmation* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Pada indikator *perceived usefulness* “manfaat secara keseluruhan” mendapat respon terbanyak pada skor 4 dengan jumlah 70 responden atau sebesar 46,70% dan skor 5 dengan jumlah 68

responden atau sebesar 46,70%. Yang memiliki arti bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan, secara keseluruhan *e-wallet* (dompet digital) DANA bermanfaat dalam melakukan berbagai transaksi. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi tingkat harapan konsumen terkait tingkat kegunaan layanan *e-wallet* DANA berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Brilliana et al. (2020) yang menyatakan ketika harapan awal konsumen atau pengguna dipenuhi oleh kinerja aktual layanan, maka pengguna merasakan manfaat dengan menggunakan sistem. Penelitian ini juga konsisten dengan Susanto et al. (2016) yang mengatakan bahwa *confirmation* sebagai persepsi pasca konsumsi berperan penting untuk mengarahkan *perceived usefulness*. Berkaitan dengan layanan DANA yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat menimbulkan rasa yakin pada diri konsumen bahwa layanan ini memberikan manfaat. Semakin tinggi konfirmasi harapan pengguna DANA akan manfaat sistem, maka semakin tinggi keyakinan pengguna bahwa sistem tersebut memberikan manfaat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat konfirmasi pengguna setelah penggunaan dompet digital dapat meningkatkan persepsi kegunaan atau kebermanfaatan pengguna DANA di Surabaya.

2. Pengaruh *Confirmation* terhadap *Perceived Security*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *confirmation* memiliki pengaruh terhadap *perceived security* dengan nilai *t-statistic* sebesar 8,473 dan nilai koefisien pengaruh variabel *confirmation* terhadap *perceived security* sebesar 0,632 memberikan makna bahwa *confirmation* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived security*. Pada indikator *perceived security* “kemanan dalam bertransaksi” mendapat respon terbanyak pada skor 5 dengan jumlah 71 responden atau sebesar 47,30% dan skor 4 dengan jumlah 67 responden atau sebesar 44,70%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengguna merasa aman dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* DANA. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi tingkat harapan konsumen terkait tingkat keamanan yang dirasakan pengguna DANA berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Susanto et al. (2016) yang mengatakan bahwa keamanan yang dirasakan pengguna layanan pembayaran digital merupakan sebuah motivasi dan keyakinan pengguna akibat konfirmasi pasca penggunaan sistem. Dalam penelitian ini, pengguna DANA memiliki harapan atau ekspektasi awal berupa layanan transaksi yang memenuhi kebutuhan transaksi dengan jaminan keamanan data, baik data pengguna maupun data transaksi. Setelah penggunaan layanan, pengguna DANA di Surabaya merasa bahwa jaminan ini terpenuhi yakni dengan dukungan oleh teknologi seperti DANA *Protection*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat konfirmasi pengguna setelah penggunaan dompet digital dapat meningkatkan persepsi keamanan pengguna DANA di Surabaya.

3. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction* dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,499 dan nilai koefisien pengaruh variabel *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* sebesar 0,253 memberikan makna bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*. Pada indikator *satisfaction* “pengalaman yang memuaskan” mendapat respon terbanyak pada

skor 5 dengan jumlah 73 responden atau sebesar 48,70% dan skor 4 dengan jumlah 66 responden atau sebesar 44%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengalaman pengguna menggunakan *e-wallet* DANA memuaskan. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna pasca menggunakan sistem, akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap sistem tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Lim et al. (2019), Kumar et al., (2018) dan Foroughi et al., (2019) bahwa tingkat kegunaan yang dirasakan mempengaruhi kepuasan dan selanjutnya mengarahkan pada niat untuk menggunakan teknologi. Menurut Foroughi et al., (2019) kepuasan pengguna timbul melalui keyakinan bahwa sistem informasi berguna dan melalui pemenuhan harapan awal (pra-konsumsi). Kegunaan yang dirasakan menekankan bahwa pengguna merasa secara keseluruhan layanan *e-wallet* ini bermanfaat dalam melakukan atau memenuhi kebutuhan khususnya kebutuhan transaksi nontunai secara efektif dan efisien. Persepsi kegunaan yang terpenuhi inilah yang akan mengarahkan pengguna layanan dompet digital kepada perasaan positif atau disebut dengan kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kegunaan yang dirasakan pengguna dompet digital dapat meningkatkan kepuasan pengguna DANA di Surabaya.

4. Pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *confirmation* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction* dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,458 dan nilai koefisien pengaruh variabel *confirmation* terhadap *satisfaction* sebesar 0,215 memberikan makna bahwa *confirmation* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*. Pada indikator *satisfaction* “pengalaman yang menyenangkan” mendapat respon terbanyak pada skor 5 dengan jumlah 63 responden atau sebesar 42% dan skor 4 dengan jumlah 79 responden atau sebesar 52,70%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengalaman pengguna menggunakan *e-wallet* DANA merupakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin terpenuhi harapan awal pengguna terhadap suatu sistem yang berarti sistem tersebut berguna, maka pengguna cenderung akan merasa puas.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Brilliana et al. (2020), Foroughi et al. (2019) dan Susanto et al. (2016) yang mengatakan bahwa *confirmation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *satisfaction*. Menurut Susanto et al. (2016) kegunaan yang dirasakan dan konfirmasi dari penggunaan sebelumnya secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Kepuasan mencerminkan tingkat harapan pengguna yang sesuai dengan pengalaman. Harapan awal pengguna sistem terkait penggunaan layanan dompet digital DANA ialah pemenuhan kebutuhan akan transaksi dengan *cashless payment system* secara cepat, mudah dan praktis serta minim risiko. Apabila harapan awal pengguna dompet digital ini terpenuhi, maka pengguna akan merasa puas. Namun jika tidak terpenuhi, maka pengguna cenderung merasakan perasaan negatif atau tidak puas dan kecewa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat konfirmasi pengguna setelah penggunaan dompet digital dapat meningkatkan kepuasan pengguna DANA di Surabaya.

5. Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Satisfaction*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *perceived security* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction* dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,022 dan nilai koefisien pengaruh variabel *perceived security* terhadap *satisfaction* sebesar 0,350 memberikan makna bahwa *perceived security* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*. Pada indikator *satisfaction* “keputusan penggunaan” mendapat respon terbanyak pada skor 5 dengan jumlah 72 responden atau sebesar 48% dan skor 4 dengan jumlah 5 responden atau sebesar 43,30%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengguna membuat keputusan yang benar dengan menggunakan *e-wallet* DANA. Hasil ini dapat diinterpretasikan semakin tinggi keamanan sistem pembayaran, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Tamaro et al., (2021), Chusnah and Indriana (2020), dan Nguyen et. al., (2021) yang menyatakan bahwa keamanan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Pengguna sangat menyadari bahwa pentingnya keamanan informasi adalah faktor yang mencerminkan kegunaan dari layanan. Keamanan menjadi pertimbangan pengguna dalam menggunakan suatu layanan pembayaran digital. DANA memiliki suatu fitur khusus yakni *DANA Protection* dan telah memiliki sertifikat PCI DSS (*The Payment Card Industry Data Security Standard*). Hal ini merupakan jaminan bagi penggunaannya agar tercipta kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi. Dengan adanya fitur-fitur keamanan tersebut, membuat pengguna cenderung merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi. Rasa aman dan nyaman inilah yang dapat membuat pengguna merasa puas. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan yang dirasakan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pengguna DANA di Surabaya.

6. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Use Intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance use intention* dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,363 dan nilai koefisien pengaruh variabel *perceived usefulness* sebesar -0,030 memberikan makna bahwa *perceived usefulness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance use intention*. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin meningkat atau menurunnya kegunaan yang dirasakan tidak akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Susanto et al. (2016) yang menyatakan kegunaan dirasakan mampu mengarahkan pengguna sistem untuk meningkatkan niat penggunaan secara berkelanjutan. Namun, hasil penelitian ini konsisten mendukung Hadikumusa (2019) bahwa kegunaan yang dirasakan pengguna tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan, yang memiliki arti bahwa pengguna sistem layanan pembayaran digital tidak begitu berharap dengan fitur yang ada pada layanan. Semua perusahaan *fintech* akan sekuat tenaga menciptakan layanan pembayaran digital yang mampu memberikan manfaat kepada penggunaannya. Tetapi tetap saja mendapat respon yang berbeda dari tiap pengguna. Berdasarkan hasil penelitian ini, semakin meningkat atau menurunnya kegunaan (manfaat) yang dirasakan pengguna dompet digital, tidak akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan pengguna DANA di Surabaya. Meskipun mayoritas responden telah meyakini bahwa dengan menggunakan DANA pengguna mampu meningkatkan

produktivitasnya, dengan menggunakan DANA pengguna dapat menyelesaikan kebutuhan transaksi secara efektif dan efisien.

7. Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Use Intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *continuance use intention* dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,587 dan nilai koefisien pengaruh variabel *satisfaction* terhadap *continuance use intention* sebesar 0,517 memberikan makna bahwa *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *continuance use intention*. Pada indikator *continuance use intention* “berniat untuk terus menggunakan sistem dibandingkan sistem lain” mendapat respon terbanyak pada skor 4 dengan jumlah 66 responden atau sebesar 44% dan skor 5 dengan jumlah 61 responden atau sebesar 40,70%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengguna akan terus menggunakan *e-wallet* DANA dibandingkan alternatif lain. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin pengguna merasa puas akan performa sistem pasca menggunakan sistem, maka semakin meningkat pula niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Susanto et. al., (2016), Shang and Wu (2017), dan Kumar et. al., (2018) yang menyatakan bahwa *satisfaction* berpengaruh positif terhadap niat *continuance use intention*. Menurut Foroughi (2019) pengguna merupakan parameter yang paling penting untuk menentukan niat penggunaan berkelanjutan suatu sistem. Semakin besar tingkat kepuasan pengguna layanan dompet digital maka minat untuk menggunakan kembali akan semakin tinggi. Pada dompet digital DANA banyak fitur yang mampu memenuhi kebutuhan penggunanya seperti transfer antar sesama pengguna aplikasi, transfer antar rekening bank, transaksi pembelian pulsa telepon seluler, transaksi pembayaran rumah tangga, transaksi pada platform *e-commerce*, dan pembayaran melalui *quick response code standard* (QRIS). Fitur-fitur tersebutlah yang akan membuat pengguna puas terhadap layanan yang diberikan *e-wallet* DANA sehingga menimbulkan niat untuk terus menggunakan suatu sistem dibandingkan berhenti menggunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna dompet digital dapat meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan pengguna DANA di Surabaya.

8. Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Continuance Use Intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *perceived security* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance use intention* dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,727 dan nilai koefisien pengaruh variabel *perceived security* sebesar 0,066 memberikan makna bahwa *perceived security* berpengaruh positif terhadap *continuance use intention*. Tetapi dengan melihat nilai *t-statistik* yang rendah, hipotesis tetap tidak bisa diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *continuance use intention*. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin meningkat atau menurunnya keamanan yang dirasakan pengguna dompet digital, tidak akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil empiris Jiaxin et. al., (2019) dan Huang and Cheng (2012) yang menyatakan bahwa *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *continuance use intention*. Namun, hasil penelitian ini konsisten mendukung Nguyen et. al., (2021) dan Hadikusuma (2019) yang menyatakan *perceived security* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *continuance use intention*. Keamanan yang dirasakan itu tidak memiliki dampak langsung pada niat pengguna berkelanjutan

layanan *fintech* yang menunjukkan bahwa semakin banyak perhatian yang diberikan pelanggan pada keamanan informasi, semakin rendah niat untuk melanjutkan menggunakan layanan. Semua perusahaan *fintech* akan melakukan yang terbaik untuk mengelola risiko terkait keamanan sistem yang dapat melindungi data pengguna. Tetapi tetap saja mendapat respon yang berbeda dari tiap pengguna. Berdasarkan hasil penelitian ini, semakin meningkat atau menurunnya keamanan yang dirasakan pengguna dompet digital, tidak akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan pengguna di Surabaya. Meskipun mayoritas responden percaya bahwa DANA memiliki akses yang akurat terhadap informasi dan kebijakan, data pribadi dan transaksi yang disimpan aman, serta kemandirian dan kenyamanan dalam bertransaksi.

9. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Continuance Use Intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *continuance use intention* dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,793 dan nilai koefisien pengaruh variabel *self-efficacy* terhadap *continuance use intention* sebesar 0,297 memberikan makna bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *continuance use intention*. Pada indikator *continuance use intention* “berniat meningkatkan penggunaan di masa depan” mendapat respon terbanyak pada skor 4 dengan jumlah 75 responden atau sebesar 50% dan skor 5 dengan jumlah 58 responden atau sebesar 38,70%. Artinya sebagian besar responden yang menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pengguna akan terus menggunakan *e-wallet* DANA di masa mendatang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi efikasi diri pengguna layanan dompet digital, maka semakin tinggi niat untuk melanjutkan penggunaan layanan.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung Susanto et.al., (2016), Foroughi et.al., (2019) dan Thakur (2018) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *continuance use intention*. Efikasi diri berkaitan dengan keyakinan akan kemampuan individu secara signifikan berdampak pada keputusan individu untuk mengadopsi atau menolak suatu teknologi. Selanjutnya efikasi diri mendorong pengguna untuk menggunakan inovasi teknologi (sistem) secara berulang. Dalam hal ini, pengguna dompet digital dengan tingkat efikasi diri yang tinggi yakni dapat menggunakan dompet digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi akan mampu menggunakan sistem tanpa bantuan orang lain atau bahkan dengan mempelajari bantuan manual sebagai referensi, cenderung akan terus menggunakan sistem. Sedangkan pengguna dengan efikasi diri yang rendah cenderung berhenti menggunakan layanan apabila menemui kesulitan pasca penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat efikasi diri pengguna dompet digital dapat meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan pengguna DANA di Surabaya.

SIMPULAN DAN SARAN

Niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital DANA di Surabaya meningkat dengan mempertimbangkan beberapa faktor yakni *confirmation*, *satisfaction*, dan *self-efficacy*. Sedangkan faktor *perceived usefulness* dan *perceived security* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital. Kepuasan pengguna menjadi faktor yang paling tinggi pengaruhnya untuk meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai niat berkelanjutan penggunaan pada dompet digital, diharapkan untuk dapat menggunakan objek yang

berbeda seperti OVO, Gopay, Shopeepay, dan lain sebagainya. Apabila penelitian selanjutnya tetap menggunakan teori pendekatan *Expectation Confirmation Model* (ECM), maka diharapkan untuk memperluas atau memodifikasi dengan pendekatan teori lain misalnya *The Theory of Planned Behavior* (TPB), *The Technology Acceptance Model* (TAM), dan *Task Technology Fit* (TTF). Variabel yang mengukur persepsi kepuasan dan kesesuaian penggunaan teknologi informasi seperti *perceived task-fit, utilization*. Kemudian variabel yang mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi seperti *perceived enjoyment, compatibility* dan *perceived resources*. Dan variabel yang memperkirakan perilaku atau perbuatan seseorang seperti, *attitude towards behavioral, subjective norm*, dan *perceived behavioral*. Selain itu, untuk penyempurnaan pada penelitian selanjutnya agar mampu mewakili populasi dengan baik, maka diharapkan untuk menambah jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370. doi : <http://dx.doi.org/10.2307/3250921>
- Brilliana, V., Prasetyo, A.B., & Monica, C. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Confirmation, Performance Value, dan Satisfaction terhadap Continuance Use Intention pada Pengguna Go-Food. *Media Bisnis*, 12(1), 1-8. doi : <https://dx.doi.org/10.34208/jba.v19i2.270>
- Chusnah., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 111-122.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., & SS, Hyun. (2019). Understanding the determinants of mobile banking continuance usage intention. *Journal of Enterprise Information Management*. doi : <http://dx.doi.org/10.1108/JEIM-10-2018-0237>
- Hadikumusa, S. (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, dan Perceived Security terhadap Continuance Use Intention Aplikasi Mobile Payment OVO melalui Attitude Towards Using Mobile Payment sebagai Variabel Intervening. *AGORA*, 7(2).
- Haryono, S. (2016). *METODE SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT. Intermedika Personalia Utama.
- Hsu, M.H., & Chiu, C.M. (2004). Predicting Electronic Service Continuance with A Decomposed. *Behaviour & Information Technology*, 23(5), 359-373. doi : <https://doi.org/10.1080/01449290410001669969>
- Huang, E., & Cheng, FC. (2012). Online Security Cues and E-Payment Continuance Intention. *Jurnal Internasional E-Entrepreneurship and Innovation*, 3(1), 42-58. doi : <http://dx.doi.org/10.4018/jeei.2012010104>
- Iranmanesh, M., Zailani, S. and Nikbin, D. (2017). RFID continuance usage intention in health care industry. *Quality Management in Health Care*, 26(2), 116-123. doi : <http://dx.doi.org/10.1097/QMH.0000000000000134>
- Jiaxin, Z., Yan, L., & Yao, S. (2019). The Role of Consumers Perceived Security, Perceived Control, Interface Design Features, and Conscientiousness in Continuous Use of Mobile Payment Service. *Sustainability*, 11(23), 1-16. doi : <http://dx.doi.org/10.3390/su11236843>

- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*. doi : <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Lim, S.H., Kim, D.J., Hur, Y. and Park, K. (2019). An empirical study of the impact of perceived security and knowledge on continuous intention to use mobile fintech payment services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(10), 886-898. doi : <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Nguyen, DD dkk. (2021). Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services : An Empirical Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(8), 287-296.
- Nizar, N.I., & Sholeh, A.N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *JURNAL MADANI : Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), 87-99.
- Octaviano, Adrianus. 2021. "Bisnis Dompot Digital di Indonesia Semakin Berkembang, Siapa yang Jadi Jawara".
<https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/bisnis-dompot-digital-di-indonesia-semakin-berkembang-siapa-yang-jadi-jawara>. Diakses pada 30 September 2021
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. doi : <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Puspitasari, Ira., Wiambodo, A N R., & Soeparman, Purbandini. (2021). The impact of expectation confirmation, technology compatibility, and customer's acceptance on e-wallet continuance intention. *AIP Conference Proceedings*, 050012-1 - 050012-9. doi : <https://doi.org/10.1063/5.0042269>
- Rahardyan, Aziz. (2021). "Gandeng Dukcapil, DANA Ungkap Keuntungan Verifikasi Data".
<https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20211019/563/1455865/gandeng-dukcapi-dana-ungkap-keuntungan-verifikasi-data>. Diakses pada 30 September 2021. Diakses pada 30 September 2021
- Shang, Dawei & Wu, Weiwei. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 213-227. doi : <http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>
- Susanto, A., Younghoon, C., & Youngwook, H. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking service. *Industrial Management & Data Systems*, 116(3), 508-525. doi : <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>
- Tamaro., Sugiono, A., Adistya, D., & Wulandari, J. (2021). Pengaruh User Interface, Perceived Security dan Perceived Privacy terhadap E-satisfaction Menggunakan Aplikasi Traveloka. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 60-74.
- Thakur, R. (2018). The role of self-efficacy and customer satisfaction in driving loyalty to the mobile shopping application. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(3), 283-303. doi : <http://dx.doi.org/10.1177/1094670512473200>
- Shopback. 2021. "Shopback Insight: Survei Perilaku Pengguna E-Commerce Q1 2021".
<https://www.shopback.co.id/katashopback/shopback-insight-survei-perilaku-pengguna-e-commerce-q1-2021>. Diakses pada 30 September 2021
-