

PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BERPERILAKU PENGGUNA E-WALLET

Yashella Tirana¹, Siti Noor Chotimah², Galuh Kusuma Putri³, Dick Wolters Marbun⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Bisnis Digital, BINUS Business School Undergraduate Program,
Universitas Bina Nusantara

E-mail: yashella.tirana@binus.ac.id , siti.chotimah@binus.ac.id ,
galuh.putri@binus.ac.id , dick.marbun@binus.ac.id

Abstract

This study looks at how Yogyakarta e-wallet users' behavioral intentions are influenced by user experience and trust. The quality of user engagement and trust in platform security are crucial factors for sustained use of digital payment services due to their growing popularity. A quantitative explanatory technique is used in this study. A five-point Likert scale was used to measure the primary data collected through questionnaires given to Yogyakarta e-wallet users. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS was used to process the data. According to the data, behavioral intention and user experience are positively and significantly correlated, and trust also has a favorable and significant impact. The contribution of trust is more than that of user experience. The results suggest that in order to promote sustained usage, e-wallet providers must combine dependable security, transparent information, and consistent service quality with easy and effective user interactions.

Keywords: User Experience, Trust, Behavioral Intention, E-Wallet, Digital Payment

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Penyebaran teknologi digital telah menghasilkan transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi dan keuangan. Kemajuan teknologi membuat masyarakat semakin terbiasa melakukan berbagai aktivitas melalui perangkat digital karena dinilai lebih praktis, cepat, dan fleksibel. Perubahan tersebut turut mendorong perkembangan layanan keuangan digital yang memungkinkan masyarakat melakukan aktivitas keuangan tanpa harus selalu menggunakan layanan keuangan secara konvensional. Salah satu bentuk perkembangan layanan keuangan digital yang banyak digunakan masyarakat adalah *e-wallet* atau dompet digital. *E-wallet* merupakan layanan yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai aktivitas transaksi melalui perangkat digital, seperti pembayaran barang dan jasa, transfer dana, pembelian kebutuhan sehari-hari, serta transaksi digital lainnya. Kehadiran *e-wallet* memberikan alternatif bagi masyarakat dalam melakukan pembayaran karena transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah tanpa harus membawa uang tunai (Ansori and Nugroho 2024).

Perkembangan penggunaan *e-wallet* juga menyebabkan persaingan antarpenyedia layanan semakin meningkat. Berbagai penyedia *e-wallet* menawarkan fitur dan kemudahan yang relatif beragam untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Kondisi tersebut membuat penyedia layanan tidak cukup hanya berfokus pada penambahan fitur, tetapi juga perlu memperhatikan bagaimana pengguna merasakan kualitas layanan yang diberikan (Sari and Mimba 2025). Pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap layanan menjadi aspek yang penting karena dapat

memengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan suatu *e-wallet*. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan layanan digital adalah *user experience* atau pengalaman pengguna. *User experience* menggambarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan seseorang ketika berinteraksi dengan suatu produk, sistem, atau layanan digital. Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan tampilan aplikasi, tetapi juga mencakup bagaimana pengguna memahami fitur, menemukan informasi yang dibutuhkan, melakukan transaksi, serta merasakan kenyamanan selama menggunakan layanan (Rahangmetan et al. 2024).

Dalam penggunaan *e-wallet*, *user experience* dapat terbentuk dari berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi. Kemudahan dalam melakukan login, menemukan menu, memasukkan nominal transaksi, memilih metode pembayaran, hingga memperoleh informasi mengenai keberhasilan transaksi merupakan bagian dari pengalaman pengguna. Selain itu, kecepatan respons aplikasi, kestabilan sistem, kejelasan informasi, serta kesederhanaan proses transaksi juga dapat memengaruhi penilaian pengguna terhadap suatu layanan. Pengalaman pengguna yang baik dapat memberikan rasa nyaman dan membantu pengguna menyelesaikan kebutuhan transaksi secara lebih efisien. Ketika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi mudah dipahami, cepat, nyaman, dan mampu memenuhi kebutuhannya, pengguna cenderung memiliki penilaian yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Sebaliknya, pengalaman yang kurang baik, seperti aplikasi yang sulit digunakan, proses transaksi yang rumit, sistem yang lambat, atau informasi yang tidak jelas, dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan berpotensi mengurangi keinginan pengguna untuk kembali menggunakan layanan. Selain *user experience*, faktor lain yang penting dalam penggunaan layanan keuangan digital adalah *trust* atau kepercayaan. Kepercayaan memiliki peranan penting karena *e-wallet* tidak hanya digunakan untuk aktivitas digital biasa, tetapi juga berkaitan langsung dengan aktivitas keuangan pengguna. Dalam menggunakan *e-wallet*, pengguna perlu memberikan informasi tertentu dan mempercayakan proses transaksi kepada sistem yang dikelola oleh penyedia layanan (Rahardja et al. 2023).

Kepercayaan pengguna dapat berkaitan dengan keyakinan bahwa penyedia *e-wallet* mampu menjaga keamanan data pribadi, melindungi saldo pengguna, memproses transaksi dengan baik, serta menyediakan layanan yang dapat diandalkan. Pengguna membutuhkan keyakinan bahwa informasi yang diberikan tidak disalahgunakan dan transaksi yang dilakukan dapat diproses sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, keamanan dan keandalan menjadi aspek yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan *e-wallet*. Tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna dapat memengaruhi kenyamanan dalam melakukan transaksi melalui layanan digital. Apabila pengguna percaya bahwa suatu *e-wallet* memiliki sistem keamanan yang baik dan penyedia layanan mampu memenuhi apa yang dijanjikan, maka keraguan pengguna dalam melakukan transaksi dapat berkurang. Sebaliknya, kekhawatiran mengenai keamanan data, penyalahgunaan informasi, kesalahan transaksi, atau gangguan sistem dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna dan pada akhirnya dapat memengaruhi keinginan untuk menggunakan layanan tersebut (Budirahardjo and Laksmidewi 2022).

Keberadaan *behavioral intention* menjadi penting dalam konteks penggunaan *e-wallet* karena keberhasilan suatu layanan tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengguna yang telah melakukan pendaftaran. Pengguna yang telah mencoba suatu *e-wallet* belum tentu akan terus menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memahami apakah pengguna memiliki niat untuk mempertahankan penggunaan *e-wallet* pada masa mendatang. *Behavioral intention* dapat dipahami sebagai kecenderungan atau niat pengguna untuk melakukan suatu perilaku tertentu di masa yang akan datang. Dalam konteks *e-wallet*, *behavioral intention* dapat terlihat dari keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan, menggunakan

kembali *e-wallet* ketika melakukan transaksi berikutnya, memilih layanan tersebut dibandingkan alternatif lainnya, serta memiliki keinginan untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Semakin kuat behavioral intention pengguna, semakin besar kemungkinan pengguna akan mempertahankan penggunaan layanan (Poudel and Poudel 2024).

User experience dan *trust* secara teoritis memiliki keterkaitan dengan *behavioral intention*. Pengguna yang memperoleh pengalaman positif selama menggunakan *e-wallet* dapat memiliki alasan yang lebih kuat untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Pengalaman yang baik dapat menciptakan kenyamanan dan persepsi positif terhadap layanan sehingga pengguna tidak merasa perlu mencari alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan transaksi digitalnya. Di sisi lain, *trust* dapat mengurangi keraguan pengguna dalam menggunakan layanan yang berkaitan dengan aktivitas keuangan. Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap *e-wallet* akan merasa lebih yakin bahwa transaksi dan informasi pribadi mereka berada dalam sistem yang dapat diandalkan. Dengan demikian, pengalaman penggunaan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi secara bersama-sama berpotensi memperkuat behavioral intention pengguna terhadap layanan *e-wallet*.

Penelitian ini mengambil pengguna *e-wallet* di Yogyakarta sebagai objek penelitian. Yogyakarta dipilih karena memiliki masyarakat dengan karakteristik yang cukup beragam serta terdapat populasi mahasiswa dan masyarakat yang cukup dekat dengan perkembangan teknologi digital. Kondisi tersebut memungkinkan peneliti menemukan responden yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai layanan pembayaran digital. Pengguna *e-wallet* di Yogyakarta juga relatif mudah dijangkau untuk keperluan pengumpulan data penelitian. Responden yang telah menggunakan *e-wallet* dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka sendiri sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk mengukur *user experience*, *trust*, dan *behavioral intention*. Hal tersebut menjadi penting karena penelitian membutuhkan responden yang benar-benar memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan yang menjadi objek penelitian (Mahmood, R., & Hanafi 2013).

Pembatasan penelitian pada pengguna *e-wallet* di Yogyakarta juga membuat penelitian menjadi lebih terarah dan realistis untuk dilakukan. Apabila objek penelitian terlalu luas, misalnya seluruh pengguna layanan keuangan digital di Indonesia, karakteristik layanan yang digunakan oleh responden akan menjadi sangat beragam. Dengan memfokuskan penelitian pada pengguna *e-wallet* di Yogyakarta, karakteristik objek penelitian dapat dikendalikan sehingga analisis hubungan antarvariabel menjadi lebih spesifik. Meskipun penggunaan *e-wallet* semakin berkembang, pengalaman dan tingkat kepercayaan setiap pengguna terhadap layanan digital belum tentu sama. Ada pengguna yang merasa suatu *e-wallet* mudah digunakan, cepat, dan nyaman, tetapi terdapat pula pengguna yang mungkin mengalami kendala ketika melakukan transaksi. Perbedaan pengalaman tersebut menarik untuk dikaji karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana kualitas interaksi dengan layanan berhubungan dengan niat pengguna untuk tetap menggunakan *e-wallet*.

Hal yang sama juga dapat dilihat dari aspek kepercayaan. Tidak semua pengguna memiliki tingkat keyakinan yang sama terhadap keamanan dan keandalan suatu *e-wallet*. Sebagian pengguna mungkin merasa aman karena telah terbiasa menggunakan layanan tersebut, sementara pengguna lainnya masih memiliki kekhawatiran mengenai keamanan data dan transaksi. Perbedaan tingkat kepercayaan tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang menjelaskan mengapa niat penggunaan *e-wallet* dapat berbeda antara satu pengguna dengan pengguna lainnya. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai pengaruh *user experience* dan *trust* terhadap *behavioral intention* menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya melihat apakah pengalaman yang dirasakan pengguna selama menggunakan *e-wallet* serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap

layanan tersebut dapat memengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan *e-wallet*. Fokus tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai perilaku pengguna layanan pembayaran digital (Gefen, Karahanna, and Straub 2003).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersama dengan teknik penjelasan. Untuk mengumpulkan data penelitian, kuesioner akan dibagikan kepada pengguna *e-wallet* di Yogyakarta yang memenuhi kriteria. Persepsi pengguna terhadap pengalaman pengguna, kepercayaan, dan tujuan perilaku dapat diukur secara kuantitatif melalui penggunaan skala Likert untuk mengukur variabel. Selanjutnya, dengan bantuan aplikasi SmartPLS, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) akan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Hubungan antara pengalaman pengguna sebagai variabel independen pertama, kepercayaan sebagai variabel independen kedua, dan niat tindakan sebagai variabel dependen akan dipelajari. Dengan menggunakan analisis ini, penyelidikan dapat menentukan apakah masing-masing variabel memengaruhi niat bertindak pengguna *e-wallet*. Dengan judul "Pengaruh Pengalaman Pengguna dan Kepercayaan terhadap Perilaku Intention Pengguna E-Wallet di Yogyakarta", penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam memahami komponen yang memengaruhi niat perilaku pengguna layanan pembayaran digital. Selain itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyedia *e-wallet* untuk meningkatkan pengalaman pengguna, memperbaiki fitur mereka, dan meningkatkan layanan mereka.

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan jenis penelitian penjelasan (Arikunto 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur korelasi dan pengaruh antara variabel yang telah ditentukan berdasarkan data yang dikumpulkan dari responden (Joseph F. Hair et al., 2017). Setelah diubah menjadi data numerik yang dapat dianalisis secara statistik, data yang dikumpulkan dari penelitian terdiri dari jawaban responden terhadap sejumlah pernyataan dalam kuesioner. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif tentang hubungan antara pengalaman pengguna, kepercayaan, dan niat perilaku pengguna *e-wallet*. (Joseph F. Hair et al. 2017).

Jenis penelitian penjelasan digunakan karena penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan kondisi pengguna *e-wallet* tetapi juga untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengalaman pengguna dan kepercayaan ditempatkan sebagai variabel independen, dan dianggap sebagai variabel dependen yang mempengaruhi niat perilaku. Dengan menggunakan penelitian eksplisit, peneliti dapat menguji hipotesis sebelumnya tentang hubungan tersebut (J.F Hair et al. 2021).

Melalui pendekatan tersebut, penelitian diarahkan untuk mengetahui apakah pengalaman yang dirasakan pengguna selama menggunakan *e-wallet* serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut dapat memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet*. Dengan demikian, penelitian tidak hanya melihat bagaimana pengguna menilai suatu layanan, tetapi juga menjelaskan keterkaitan penilaian tersebut dengan kecenderungan perilaku pengguna. Hasil analisis selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.

Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* di Yogyakarta. *E-wallet* dipilih sebagai objek penelitian karena layanan tersebut telah menjadi salah satu bentuk layanan pembayaran digital yang digunakan masyarakat dalam berbagai aktivitas transaksi. Pengguna *e-wallet* memiliki pengalaman

langsung dalam berinteraksi dengan aplikasi, melakukan transaksi, menggunakan berbagai fitur, serta menerima layanan dari penyedia *e-wallet*. Kondisi tersebut membuat pengguna dapat memberikan penilaian yang relevan terhadap pengalaman penggunaan dan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan.

Pemilihan pengguna *e-wallet* sebagai objek penelitian juga didasarkan pada kesesuaian objek dengan variabel yang digunakan. User experience dapat diamati melalui pengalaman pengguna ketika melakukan berbagai aktivitas di dalam aplikasi, seperti mencari fitur, melakukan pembayaran, melakukan transfer, maupun memeriksa riwayat transaksi. Sementara itu, trust dapat dilihat dari keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, perlindungan data, dan kemampuan penyedia layanan dalam menjalankan transaksi. Kedua aspek tersebut kemudian dikaitkan dengan behavioral intention pengguna.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta sebagai wilayah penelitian. Pembatasan wilayah tersebut dilakukan agar penelitian memiliki ruang lingkup yang jelas dan proses pengumpulan data dapat dilakukan secara lebih terarah. Yogyakarta juga memiliki karakteristik masyarakat yang beragam, termasuk mahasiswa dan masyarakat yang menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Dengan menetapkan pengguna *e-wallet* di Yogyakarta sebagai objek penelitian, peneliti dapat memperoleh data dari responden yang memiliki pengalaman langsung dengan layanan yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *e-wallet* yang berdomisili atau berada di wilayah Yogyakarta. Populasi tersebut mencakup pengguna yang memanfaatkan *e-wallet* untuk berbagai kebutuhan transaksi digital. Karena penelitian berfokus pada hubungan antara pengalaman, kepercayaan, dan niat perilaku, responden yang dipilih harus benar-benar memiliki pengalaman dalam menggunakan *e-wallet*. Hal tersebut diperlukan agar jawaban yang diberikan berdasarkan pengalaman nyata, bukan sekadar persepsi terhadap layanan yang belum pernah digunakan.

Metode pengambilan sampel purposive digunakan untuk pengambilan sampel. Karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang diperlukan untuk penelitian, metode ini digunakan. Akibatnya, peneliti menetapkan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh peserta sebelum mereka dapat berpartisipasi dalam penelitian. Kriteria termasuk responden berusia minimal 17 tahun, tinggal di Yogyakarta, dan pernah menggunakan *e-wallet* dan melakukan transaksi menggunakan layanan *e-wallet*. Penetapan kriteria tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup untuk memberikan jawaban terhadap seluruh pernyataan dalam kuesioner. Jumlah sampel selanjutnya disesuaikan dengan kebutuhan analisis menggunakan PLS-SEM serta jumlah data yang berhasil diperoleh dan memenuhi kriteria penelitian. Data responden yang tidak memenuhi kriteria atau tidak memberikan jawaban secara lengkap akan dipertimbangkan untuk tidak digunakan dalam analisis akhir agar kualitas data penelitian tetap terjaga.

Jenis dan Sumber Data

Data primer, yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian melalui instrumen yang telah disiapkan oleh peneliti, digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Dalam kasus ini, data primer diperoleh dari pengguna *e-wallet* di Yogyakarta, yang memberikan jawaban berdasarkan pengalaman mereka menggunakan layanan tersebut. Penggunaan data primer memungkinkan peneliti mendapatkan informasi yang secara langsung berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti. Data yang dikumpulkan mencakup informasi mengenai persepsi responden terhadap user experience, tingkat trust, dan behavioral intention. Selain pertanyaan mengenai variabel penelitian, kuesioner juga dapat memuat pertanyaan mengenai karakteristik responden,

seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, serta jenis atau layanan *e-wallet* yang digunakan. Informasi karakteristik tersebut diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner dapat disebarkan secara daring melalui media atau platform yang memungkinkan peneliti menjangkau pengguna *e-wallet* di Yogyakarta. Setelah data terkumpul, jawaban responden akan diperiksa terlebih dahulu untuk memastikan kelengkapan dan kesesuaian data sebelum dilanjutkan ke tahap pengolahan dan analisis menggunakan SmartPLS (Creswell 2003).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner karena sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan dan memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari sejumlah responden dengan waktu yang relatif singkat. Pengalaman pengguna, kepercayaan, dan niat tindakan adalah variabel penelitian yang digunakan untuk membuat pernyataan dalam kuesioner. Dalam kuesioner, skala Likert lima poin akan digunakan untuk setiap pernyataan. Responden diminta memberikan penilaian yang didasarkan pada tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan. Digunakan skor dari 1 hingga 5; skor pertama menunjukkan sangat tidak setuju, skor kedua tidak setuju, skor ketiga netral, skor keempat setuju, dan skor kelima sangat setuju. Penggunaan skala tersebut memungkinkan persepsi responden diterjemahkan menjadi data kuantitatif. Sebelum kuesioner digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen perlu diperiksa untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dapat dipahami oleh responden dan sesuai dengan tujuan pengukuran variabel. Peneliti juga perlu memastikan bahwa pernyataan tidak menimbulkan makna ganda atau kesulitan dalam memberikan jawaban. Setelah instrumen dinilai layak, kuesioner dapat disebarkan kepada responden sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel utama, yaitu *user experience* (X1), *trust* (X2), dan *behavioral intention* (Y). *User experience* dan *trust* merupakan variabel independen yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang diduga memengaruhi *behavioral intention*. Sementara itu, *behavioral intention* ditempatkan sebagai variabel dependen karena penelitian berfokus pada niat pengguna untuk menggunakan atau melanjutkan penggunaan layanan *e-wallet*. *User experience* (X1) didefinisikan sebagai pengalaman keseluruhan yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan layanan *e-wallet*. Pengalaman tersebut dapat mencakup kemudahan penggunaan, kemudahan navigasi, kejelasan informasi, kenyamanan, efisiensi proses transaksi, responsivitas aplikasi, dan kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Semakin positif pengalaman yang dirasakan pengguna, semakin baik pula penilaian pengguna terhadap layanan *e-wallet*. *Trust* (X2) didefinisikan sebagai keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan *e-wallet* mampu memberikan layanan yang aman, dapat diandalkan, dan sesuai dengan harapan pengguna. *Trust* dapat tercermin melalui keyakinan terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, keandalan sistem, integritas penyedia layanan, serta kemampuan penyedia dalam memenuhi kewajibannya kepada pengguna. Sementara itu, *behavioral intention* (Y) menggambarkan niat atau kecenderungan pengguna untuk menggunakan *e-wallet* pada masa mendatang, termasuk keinginan untuk terus menggunakan, menggunakan kembali, memilih layanan tersebut, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Teknik Analisis Data

Hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian diuji menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang digunakan dengan bantuan program SmartPLS.

Metode ini memungkinkan para peneliti untuk mengidentifikasi hubungan antara pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap niat tindakan. Mereka juga dapat mengevaluasi kualitas indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel. Proses pertama dalam analisis adalah mengevaluasi model luar, juga dikenal sebagai model pengukuran. Ini dilakukan untuk menentukan apakah indikator yang digunakan dapat mengukur konstruksi penelitian secara valid dan akurat. Nilai beban luar, Average Variance Extracted (AVE), reliabilitas komposit, dan validitas diskriminan dapat digunakan untuk melakukan pengujian. Hasil dari evaluasi luar model digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah alat penelitian dapat digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel.

Setelah itu, model dalam, atau model struktural, dievaluasi. Proses evaluasi ini dilakukan untuk menentukan hubungan antara variabel pengalaman pengguna, kepercayaan, dan niat perilaku dalam model penelitian. Apabila digunakan, pengujian dapat mencakup ukuran relevansi prediktif, path coefficient, R-square, dan effect size (f^2). Selanjutnya, prosedur bootstrapping digunakan pada SmartPLS untuk menguji hipotesis. Ini dilakukan pada tingkat signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$. Jika arah pengaruh yang diuji sesuai dengan hipotesis dan nilai signifikansinya memenuhi syarat, hipotesis dianggap diterima.

Model Penelitian

Model penelitian ini menggambarkan hubungan antara *user experience* dan *trust* sebagai variabel independen dengan *behavioral intention* sebagai variabel dependen. *User experience* ditempatkan sebagai variabel X1 yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hubungan tersebut didasarkan pada pemikiran bahwa pengalaman positif selama menggunakan *e-wallet* dapat meningkatkan kenyamanan dan keinginan pengguna untuk menggunakan layanan kembali. *Trust* ditempatkan sebagai variabel X2 yang juga diasumsikan memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kemampuan penyedia *e-wallet* dalam menjalankan layanan diperkirakan dapat mengurangi keraguan pengguna dalam melakukan transaksi. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap layanan, semakin besar kemungkinan pengguna memiliki niat untuk terus menggunakan *e-wallet*.

Dengan demikian, model penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

User Experience (X1) → Behavioral Intention (Y)

Trust (X2) → Behavioral Intention (Y)

Berdasarkan model tersebut, penelitian menguji dua hipotesis utama, yaitu H1: *user experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* di Yogyakarta dan H2: *trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* di Yogyakarta. Hasil pengujian melalui PLS-SEM selanjutnya digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh terhadap *behavioral intention* berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 150 orang yang tinggal di Yogyakarta dan menggunakan *e-wallet*. Responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu individu yang pernah melakukan transaksi digital menggunakan *e-wallet*. Data yang dikumpulkan dari responden termasuk usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan jenis *e-wallet* yang digunakan. Untuk memberikan gambaran umum tentang profil responden penelitian, karakteristik tersebut digunakan. Data menunjukkan bahwa responden terdiri dari 88 perempuan (58,7%) dan 62 laki-laki

(41,3%). Sebagian besar responden berada pada rentang usia 17–24 tahun, atau 117 responden, atau 78,0 persen. Selanjutnya, ada 23 responden (15,3%) pada rentang usia 25–34 tahun, 6 responden (4,0%) pada rentang usia 35–44 tahun, dan 4 responden (2,7%) pada rentang usia 45 tahun ke atas. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan mahasiswa sebanyak 84 orang (56,0%), diikuti karyawan sebanyak 36 orang (24,0%), wiraswasta sebanyak 22 orang (14,7%), dan kategori lainnya sebanyak 8 orang (5,3%). Namun, berdasarkan e-wallet yang digunakan, ShopeePay menjadi layanan yang paling banyak digunakan dalam data simulasi, dengan 58 responden (38,7%), diikuti DANA dengan 32 responden (21,3%), GoPay dengan 29 responden (19,3%), OVO dengan 22 responden (14,7%), dan LinkAja dengan 9 responden (6,0%).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	41,3%
	Perempuan	88	58,7%
Usia	17–24 tahun	117	78,0%
	25–34 tahun	23	15,3%
	35–44 tahun	6	4,0%
	≥45 tahun	4	2,7%
Pekerjaan	Mahasiswa	84	56,0%
	Karyawan	36	24,0%
	Wiraswasta	22	14,7%
	Lainnya	8	5,3%
E-Wallet	ShopeePay	58	38,7%
	DANA	32	21,3%
	GoPay	29	19,3%
	OVO	22	14,7%
	LinkAja	9	6,0%

Sumber: Data penelitian, 2026

Komposisi responden menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 17–24 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa. Dominasi kelompok usia tersebut menunjukkan tingginya keterlibatan generasi muda dalam pemanfaatan layanan keuangan digital. Penggunaan *e-wallet* yang praktis dan mudah diakses melalui perangkat digital mendukung kebutuhan pengguna dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi secara cepat dan efisien. Karakteristik tersebut relevan dengan penelitian karena responden memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan *e-wallet*. Pengalaman tersebut memungkinkan responden memberikan penilaian terhadap kemudahan, kenyamanan, keamanan, serta keandalan layanan yang digunakan. Aspek-aspek tersebut berkaitan erat dengan pembentukan *user experience* dan *trust*, yang selanjutnya dapat memengaruhi *behavioral intention* pengguna. Di sisi lain, keberagaman karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak hanya terbatas pada satu kelompok pengguna. Perbedaan karakteristik tersebut dapat memberikan variasi dalam pengalaman dan tingkat kepercayaan terhadap layanan keuangan digital. Oleh karena itu, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai persepsi pengguna terhadap *e-wallet* serta kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana responden melihat masing-masing variabel penelitian. User experience, trust, dan behavioral intention adalah variabel yang dianalisis. Empat indikator, masing-masing bernilai lima poin, digunakan untuk mengukur masing-masing variabel. Menurut data, pengalaman pengguna rata-rata sebesar 3,855, kepercayaan rata-rata sebesar 3,832, dan niat perilaku rata-rata sebesar 3,868. Ketiga nilai tersebut berada di atas titik tengah skala pengukuran, yang secara jelas menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang relatif positif terhadap pengalaman, kepercayaan, dan keinginan untuk menggunakan e-wallet.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Jumlah Indikator	Mean
User Experience	4	3,855
Trust	4	3,832
Behavioral Intention	4	3,868

Sumber: Data penelitian, 2026

Nilai rata-rata pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Penilaian terhadap *user experience* menunjukkan bahwa responden secara umum merasakan pengalaman yang cukup baik selama berinteraksi dengan layanan *e-wallet*. Hal tersebut dapat mencerminkan bahwa kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta proses interaksi dengan layanan telah mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada variabel *trust*, nilai rata-rata yang diperoleh juga menunjukkan kecenderungan positif. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap layanan *e-wallet* yang digunakan. Kepercayaan tersebut dapat berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan yang dapat diandalkan. Sementara itu, nilai rata-rata *behavioral intention* yang relatif tinggi menunjukkan adanya kecenderungan positif dari responden untuk tetap menggunakan layanan *e-wallet*. Niat tersebut dapat tercermin melalui keinginan untuk menggunakan kembali, melanjutkan penggunaan, serta memilih *e-wallet* sebagai salah satu alternatif dalam melakukan transaksi digital. Secara keseluruhan, hasil deskriptif menunjukkan adanya persepsi yang positif terhadap pengalaman, kepercayaan, dan kecenderungan perilaku pengguna dalam menggunakan layanan *e-wallet*.

Uji Reliabilitas

Untuk memastikan konsistensi internal indikator dalam menilai masing-masing konstruk, uji reliabilitas dilakukan. Dalam PLS-SEM, reliabilitas konstruk biasanya dievaluasi dengan menggunakan Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit, sedangkan validitas konvergen dapat dinilai dengan outer loading dan AVE. Nilai outer loading sekitar 0,70 atau lebih dan AVE di atas 0,50 biasanya dianggap menunjukkan kualitas pengukuran yang memadai, menurut penghitungan pada data simulasi. Nilai Cronbach's Alpha untuk user experience sebesar 0,892, kepercayaan sebesar 0,910, dan behavior. Semua nilai ini menunjukkan konsistensi internal yang baik karena berada di atas batas umum 0,70. Oleh karena itu, indikator untuk masing-masing variabel secara simulatif memiliki konsistensi dalam mengukur konstruk yang sama.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

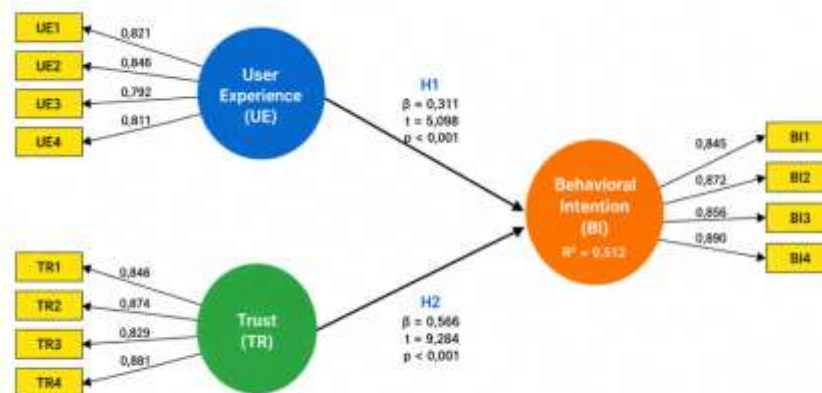
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
User Experience	0,892	Reliabel
Trust	0,910	Reliabel
Behavioral Intention	0,925	Reliabel

Sumber: Data penelitian, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur masing-masing variabel. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel *user experience*, *trust*, dan *behavioral intention* memiliki keterkaitan yang memadai dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten terhadap persepsi responden. Tingkat reliabilitas yang baik juga menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki kemampuan yang cukup dalam menggambarkan karakteristik dari variabel yang diukur. Pada variabel *user experience*, indikator yang digunakan mampu mencerminkan pengalaman responden selama berinteraksi dengan layanan *e-wallet*. Begitu pula pada variabel *trust* dan *behavioral intention*, indikator yang digunakan dapat menggambarkan tingkat kepercayaan serta kecenderungan responden untuk terus menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, instrumen penelitian dapat dinilai memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya. Evaluasi instrumen kemudian perlu didukung dengan pengujian Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE), outer loading, dan discriminant validity untuk memastikan bahwa konstruk yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dalam analisis PLS-SEM.

Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Model struktural digunakan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dalam penelitian serta menguji pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap tujuan perilaku. Pengujian model struktural dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh antar konstruk serta tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Gambar 2 menunjukkan hasil estimasi model struktural yang dilakukan oleh penelitian ini.



Gambar 2. Hasil Pengujian Model Struktural (PLS-SEM)

Gambar 2 menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berdampak positif terhadap keinginan perilaku, dengan koefisien jalur 0,311 dan nilai statistik t 5,098, dengan p-value 0,001. Hasil menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman pengguna saat menggunakan layanan e-wallet, semakin besar kemungkinan mereka akan terus menggunakannya. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) diterima. Selain itu, kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keinginan perilaku dengan nilai koefisien jalur 0,566 dan nilai statistik t 9,284 dengan p-value 0,001. Koefisien tersebut lebih tinggi daripada pengaruh User Experience, sehingga Trust memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap niat perilaku. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kemampuan layanan e-wallet lebih besar ketika mereka lebih sering menggunakannya. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) diterima. Nilai R² sebesar 0,512 menunjukkan bahwa User Experience dan Trust mampu menjelaskan 51,2% variasi niat perilaku. Faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian memengaruhi 48,8%. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan dengan baik niat perilaku pengguna layanan e-wallet. Dalam penelitian ini, pengalaman pengguna dan kepercayaan digunakan sebagai variabel independen. Sebagai variabel dependen, perilaku niat digunakan. Salah satu ukuran yang digunakan adalah nilai R-segi panjang, yang menunjukkan proporsi variasi konstruk dependen yang dapat dijelaskan oleh konstruk independen dalam model. Hasil pengolahan data simulasi menggunakan skor konstruk rata-rata menunjukkan nilai R-segi panjang 0,462. Ini berarti bahwa pengalaman pengguna dan kepercayaan secara bersama-sama dapat bertanggung jawab atas sekitar 46,2% variasi niat perilaku. Sementara itu, faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian bertanggung jawab atas sekitar 53,8% variasi niat perilaku.

Tabel 4. Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Behavioral Intention	0,462	±0,455

Sumber: Data penelitian, 2026

Nilai R-square yang diperoleh menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *user experience* dan *trust* memiliki peranan dalam menjelaskan terbentuknya niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dengan demikian, kedua variabel tersebut dapat dipertimbangkan sebagai faktor yang relevan dalam memahami kecenderungan pengguna untuk menggunakan layanan *e-wallet*. Kemampuan model dalam menjelaskan *behavioral intention* juga menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan pengguna serta tingkat kepercayaan terhadap layanan menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Pengguna yang memperoleh pengalaman positif dan memiliki keyakinan terhadap keamanan serta keandalan layanan cenderung memiliki penilaian yang lebih baik terhadap penggunaan *e-wallet*. Kondisi tersebut dapat mendukung terbentuknya niat untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan. Meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang dapat memengaruhi *behavioral intention*, hasil tersebut menunjukkan bahwa *user experience* dan *trust* memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan kecenderungan perilaku pengguna. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut dapat menjadi dasar yang relevan bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam memahami faktor yang berkaitan dengan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan layanan keuangan digital.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Nilai koefisien sebesar 0,311 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel berada pada arah positif. Sementara itu, nilai t-statistics sebesar 5,098 dan p-value sebesar 0,000001 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut memenuhi kriteria signifikansi pada tingkat 5%. Dengan demikian, semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menggunakan *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pengguna menjadi salah satu aspek yang berperan dalam membentuk *behavioral intention*. Ketika pengguna merasakan kemudahan, kenyamanan, dan kelancaran selama berinteraksi dengan layanan *e-wallet*, pengguna cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Persepsi positif tersebut kemudian dapat mendorong keinginan untuk menggunakan kembali serta mempertahankan penggunaan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi digital. Sementara itu, *trust* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan nilai koefisien sebesar 0,566, t-statistics sebesar 9,284, dan p-value < 0,001. Nilai koefisien tersebut lebih besar dibandingkan pengaruh *user experience*, sehingga *trust* menunjukkan kontribusi yang relatif lebih kuat dalam menjelaskan *behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kemampuan layanan *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Temuan tersebut menegaskan bahwa kepercayaan merupakan aspek yang penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Pengguna perlu merasa yakin bahwa transaksi dapat dilakukan dengan aman, informasi pribadi terlindungi, dan penyedia layanan mampu memberikan layanan secara konsisten. Oleh karena itu, selain menciptakan pengalaman penggunaan yang baik, penyedia *e-wallet* juga perlu membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna agar *behavioral intention* dapat semakin kuat. Berdasarkan hasil pengujian kedua hipotesis, H1 dan H2 dapat dinyatakan diterima, karena *user experience* dan *trust* sama-sama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kedua variabel memiliki peranan dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan layanan e-

wallet. Di antara kedua variabel tersebut, *trust* memiliki pengaruh yang lebih besar berdasarkan nilai koefisien yang diperoleh, sehingga aspek kepercayaan dapat menjadi perhatian penting dalam mempertahankan penggunaan layanan keuangan digital.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	T-Statistics	P-Value	Keputusan
H1: User Experience → Behavioral Intention	0,311	5,098	< 0,001	Diterima
H2: Trust → Behavioral Intention	0,566	9,284	< 0,001	Diterima

Berdasarkan Tabel 5, H1 diterima, yang menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,311 dengan nilai t-statistics sebesar 5,098 dan p-value < 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengalaman pengguna dalam menggunakan *e-wallet* diikuti oleh peningkatan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya, H2 juga diterima, yang menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Nilai koefisien sebesar 0,566 menunjukkan arah hubungan yang positif, sedangkan nilai t-statistics sebesar 9,284 dan p-value < 0,001 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dibandingkan dengan *user experience*, *trust* memiliki nilai koefisien yang lebih besar sehingga menunjukkan pengaruh yang relatif lebih kuat terhadap *behavioral intention*. Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa *user experience* dan *trust* merupakan faktor yang berperan dalam membentuk *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Pengalaman penggunaan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pengguna, sedangkan tingkat kepercayaan yang tinggi dapat memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi digital. Kedua aspek tersebut pada akhirnya dapat mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan layanan *e-wallet*.

Pembahasan

Pengaruh User Experience terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Nilai koefisien sebesar 0,311 menunjukkan adanya hubungan positif antara pengalaman pengguna dengan niat perilaku. Artinya, semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menggunakan layanan *e-wallet*, semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa pengalaman selama berinteraksi dengan layanan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam membentuk perilaku pengguna. Pengalaman pengguna dapat terbentuk dari berbagai aktivitas ketika menggunakan *e-wallet*, seperti kemudahan mengakses fitur, kejelasan informasi, kenyamanan tampilan aplikasi, kecepatan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan menyelesaikan kebutuhan pembayaran. Ketika proses tersebut dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa hambatan yang berarti, pengguna akan memperoleh pengalaman yang positif. Pengalaman yang positif dapat menciptakan persepsi bahwa *e-wallet* mampu memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan transaksi pengguna secara efektif (Amboningtyas and Erlinda 2024).

Kondisi tersebut pada akhirnya dapat mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan layanan. Pengguna yang merasa nyaman dan terbiasa dengan suatu aplikasi cenderung tidak memiliki alasan yang kuat untuk beralih ke layanan lain. Oleh karena itu, penyedia *e-wallet* perlu memperhatikan kualitas interaksi pengguna secara menyeluruh, bukan hanya berfokus pada

penambahan fitur. Penyederhanaan navigasi, peningkatan kecepatan aplikasi, kestabilan sistem, dan penyajian informasi yang mudah dipahami dapat menjadi upaya untuk meningkatkan *user experience*. Berdasarkan hasil tersebut, H1 yang menyatakan bahwa *user experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dapat diterima. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengalaman yang diberikan oleh suatu layanan digital dapat menjadi bagian penting dalam membentuk kecenderungan pengguna untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan konsisten, penyedia *e-wallet* memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

Pengaruh Trust terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Nilai koefisien sebesar 0,566 menunjukkan bahwa *trust* memiliki arah hubungan positif dengan *behavioral intention*. Nilai tersebut juga lebih besar dibandingkan koefisien *user experience* sebesar 0,311, sehingga *trust* menunjukkan pengaruh yang relatif lebih kuat dalam menjelaskan *behavioral intention* pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Kepercayaan memiliki peranan penting karena *e-wallet* tidak hanya digunakan untuk aktivitas digital biasa, tetapi juga berkaitan dengan transaksi keuangan dan informasi pribadi pengguna. Pengguna membutuhkan keyakinan bahwa saldo yang dimiliki tetap aman, transaksi dapat diproses dengan baik, dan data pribadi tidak disalahgunakan. Apabila pengguna memiliki keyakinan terhadap kemampuan penyedia layanan dalam menjaga keamanan dan menjalankan transaksi secara andal, keraguan dalam menggunakan *e-wallet* dapat berkurang.

Tingkat kepercayaan juga dapat terbentuk melalui pengalaman pengguna ketika menggunakan layanan. Misalnya, transaksi yang berjalan dengan baik, informasi transaksi yang jelas, sistem keamanan yang memadai, serta kemampuan penyedia layanan dalam menangani permasalahan dapat memperkuat keyakinan pengguna. Sebaliknya, gangguan transaksi, permasalahan keamanan, atau kurangnya kejelasan informasi dapat menurunkan kepercayaan dan pada akhirnya memengaruhi niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan layanan. Berdasarkan hasil tersebut, H2 yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dapat diterima. Temuan ini memberikan gambaran bahwa penyedia *e-wallet* tidak cukup hanya menyediakan layanan yang mudah digunakan, tetapi juga harus mampu memberikan rasa aman dan keyakinan kepada pengguna. Upaya menjaga keamanan transaksi, melindungi data pribadi, memberikan informasi secara transparan, serta memberikan respons yang baik terhadap keluhan pengguna menjadi bagian penting dalam membangun dan mempertahankan *trust* (Lopes and Farias 2022).

Perbandingan Pengaruh User Experience dan Trust terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *user experience* maupun *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Namun, berdasarkan nilai koefisien, *trust* memiliki pengaruh yang lebih besar, yaitu sebesar 0,566, dibandingkan *user experience* sebesar 0,311. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa meskipun pengalaman penggunaan tetap penting, kepercayaan memiliki peranan yang relatif lebih kuat dalam mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan layanan *e-wallet*. Perbedaan tersebut dapat dipahami karena *e-wallet* merupakan layanan yang berkaitan langsung dengan aktivitas keuangan. Pengguna tidak hanya mengharapkan aplikasi yang mudah dan nyaman digunakan, tetapi juga membutuhkan jaminan bahwa layanan tersebut dapat dipercaya. Kemudahan penggunaan dapat membuat pengguna merasa nyaman, sedangkan kepercayaan memberikan keyakinan bahwa pengguna dapat melakukan transaksi tanpa kekhawatiran yang berlebihan. Oleh sebab itu, kedua aspek tersebut memiliki fungsi yang saling

melengkapi dalam membentuk *behavioral intention*. Dalam konteks pengguna *e-wallet*, pengalaman yang baik dapat menjadi dasar bagi terbentuknya kepuasan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan. Namun, ketika transaksi melibatkan uang dan data pribadi, faktor keamanan dan kepercayaan menjadi pertimbangan yang semakin penting. Pengguna mungkin tetap menggunakan suatu aplikasi karena mudah digunakan, tetapi keberlanjutan penggunaan dalam jangka panjang akan lebih kuat apabila pengguna juga merasa yakin terhadap keamanan dan keandalan layanan tersebut.

Dengan demikian, penyedia *e-wallet* perlu menerapkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan *user experience*, tetapi juga pada pembangunan *trust*. Pengembangan tampilan dan fitur aplikasi perlu berjalan seiring dengan peningkatan keamanan sistem, perlindungan data, transparansi informasi, dan kualitas pelayanan. Kombinasi antara pengalaman yang positif dan kepercayaan yang tinggi dapat menciptakan kondisi yang lebih mendukung bagi terbentuknya *behavioral intention* pengguna.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian memberikan implikasi bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk memperhatikan dua aspek utama dalam mempertahankan pengguna, yaitu pengalaman penggunaan dan kepercayaan. Pengalaman pengguna yang baik dapat membuat proses transaksi terasa lebih mudah dan nyaman, sedangkan kepercayaan dapat memberikan rasa aman ketika pengguna menggunakan layanan untuk melakukan aktivitas keuangan. Kedua aspek tersebut perlu dikembangkan secara bersamaan agar pengguna tidak hanya tertarik mencoba layanan, tetapi juga memiliki keinginan untuk terus menggunakannya. Dari sisi *user experience*, penyedia layanan dapat meningkatkan kualitas aplikasi melalui desain antarmuka yang sederhana, navigasi yang mudah dipahami, proses transaksi yang efisien, serta sistem yang stabil. Informasi mengenai transaksi juga perlu disajikan secara jelas agar pengguna dapat mengetahui status pembayaran, transfer, maupun aktivitas keuangan lainnya. Pengalaman yang konsisten akan membantu membangun persepsi positif terhadap layanan.

Sementara itu, dari sisi *trust*, penyedia *e-wallet* perlu memberikan perhatian lebih besar terhadap keamanan transaksi dan perlindungan data pengguna. Transparansi mengenai kebijakan layanan, pemberian informasi yang jelas ketika terjadi gangguan, serta kemampuan dalam menyelesaikan masalah transaksi dapat membantu mempertahankan kepercayaan pengguna. Berdasarkan hasil penelitian, aspek ini menjadi semakin penting karena *trust* menunjukkan pengaruh yang relatif lebih besar terhadap *behavioral intention*. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *behavioral intention* pengguna *e-wallet* dapat diperkuat melalui kombinasi pengalaman penggunaan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, pengembangan layanan keuangan digital sebaiknya tidak hanya berorientasi pada aspek teknologi dan fitur, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana pengguna merasakan dan mempercayai layanan tersebut. Pendekatan tersebut dapat membantu penyedia *e-wallet* dalam membangun hubungan penggunaan yang lebih berkelanjutan dengan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *user experience* dan *trust* terhadap *behavioral intention* pengguna layanan *e-wallet* di Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan pengguna selama berinteraksi dengan layanan *e-wallet*, seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan, kejelasan informasi, dan kelancaran proses transaksi, dapat mendorong pengguna untuk memiliki keinginan yang lebih kuat dalam

menggunakan layanan secara berkelanjutan. Dengan demikian, semakin baik pengalaman yang diberikan oleh layanan *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk terus menggunakannya. Selanjutnya, *trust* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, keandalan sistem, serta kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang konsisten menjadi faktor penting dalam membentuk niat penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh yang relatif lebih besar dibandingkan *user experience*, sehingga kepercayaan dapat menjadi salah satu aspek utama yang perlu diperhatikan oleh penyedia layanan *e-wallet* dalam mempertahankan pengguna. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *user experience* dan *trust* merupakan faktor yang berperan dalam membentuk *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Pengalaman penggunaan yang baik dapat menciptakan kenyamanan, sedangkan kepercayaan dapat memberikan rasa aman kepada pengguna dalam melakukan transaksi digital. Oleh karena itu, peningkatan *behavioral intention* tidak hanya dapat dilakukan melalui pengembangan fitur dan kemudahan aplikasi, tetapi juga melalui upaya membangun kepercayaan pengguna secara konsisten.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penyedia layanan *e-wallet* disarankan untuk terus meningkatkan *user experience* melalui penyederhanaan tampilan aplikasi, kemudahan navigasi, peningkatan kecepatan transaksi, serta penyediaan informasi yang jelas dan mudah dipahami. Pengalaman pengguna perlu diperhatikan secara menyeluruh agar pengguna merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi. Konsistensi kualitas layanan juga penting agar pengalaman positif tersebut dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Penyedia *e-wallet* juga disarankan untuk memberikan perhatian lebih besar terhadap *trust*, mengingat variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang relatif lebih kuat terhadap *behavioral intention*. Upaya peningkatan kepercayaan dapat dilakukan melalui penguatan sistem keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, transparansi informasi, serta pemberian respons yang cepat dan tepat ketika terjadi permasalahan dalam transaksi. Dengan adanya rasa aman dan kepercayaan yang tinggi, pengguna akan lebih yakin untuk mempertahankan penggunaan layanan. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *behavioral intention*, seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *satisfaction*, *perceived security*, atau *perceived value*. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian dan melibatkan responden dengan karakteristik yang lebih beragam sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku pengguna layanan keuangan digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amboningtyas, Dheasey, and Aurel Erlinda. 2024. "Enrichment : Journal of Management The Digitalization of Photography Art Management at MSMEs in Sleman Yogyakarta Will Use a Technology Acceptance Model ." 14(4).
- Ansori, Ayu, and Sahid Nugroho. 2024. "The Role of Trust on the Continuance Usage Intention of Indonesian Mobile Payment Application." *Gadjah Mada International Journal of Business* 26: 231–57.

- Arikunto, S. 2020. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Epidemiologi Indonesia.
- Budirahardjo, Mario, and Dwinita Laksmidewi. 2022. “Faktor Yang Mendorong Intensi Untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna Di Pulau Jawa.” *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 8: 444.
- Creswell, J W. 2003. “Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches.” *Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches*.
- Gefen, David, Elena Karahanna, and Detmar Straub. 2003. “Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model.” *MIS Quarterly* 27: 51–90.
- Hair, J.F et al. 2021. *An Introduction to Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Switzerland: Springer, Cham.
- Hair, Joseph F., G.Tomas Hult, Christian Ringle, and Marko Sarstedt. 2017. Sage *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Lopes, André Vaz, and Josivania Silva Farias. 2022. “How Can Governance Support Collaborative Innovation in the Public Sector? A Systematic Review of the Literature.” *International Review of Administrative Sciences* 88(1).
- Mahmood, R., & Hanafi, N. 2013. *The Relationship between Entrepreneurship and Economic Growth: The Role of Entrepreneurship Training*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 99, 491-499.
- Poudel, Utpal, and Resam Lal Poudel. 2024. “Impact of Behavioral Biases on Investment Decisions among Millennial Investors in Pokhara.” XIII: 219–40.
- Rahangmetan, Wynand Heskia et al. 2024. “EVALUASI USABILITY PADA LEARNING MANAGEMENT SYSTEM PERGURUAN TINGGI MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE.” (7): 245–54.
- Rahardja, Untung et al. 2023. “The Impact of Mobile Payment Application Design and Performance Attributes on Consumer Emotions and Continuance Intention.” *SAGE Open* 13.
- Sari, Ni, and Ni Mimba. 2025. “Examining the Determinants of E-Wallet Continuance: An Application of Extended Technology Continuance Theory in Financial Technology.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 9: 568–96.