



Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna GoPay Pada Mahasiswa Di Semarang

Merasianus¹, Chokling Perdana Lingga², M. Rifki Bakhtiar³

Program Studi Manajemen, Universitas AKI

Jl. Imam Bonjol, No. 15 – 17, Semarang, 50173

Email : 121230048@student.unaki.ac.id¹ 121230031@student.unaki.ac.id²

Abstract : *This study is designed to assess the extent of the influence of digital financial literacy and user experience on student satisfaction in using GoPay services. By collecting data through web-based questionnaires from 67 student respondents, data analysis was conducted using a series of analyses including descriptive statistics, instrument validity and reliability testing, classic assumption tests, and multiple linear regression analysis. The research findings reveal that both digital financial literacy and user experience contribute statistically and positively to increasing user satisfaction among students. Therefore, digital wallet service providers can enhance user satisfaction by providing financial literacy education and optimizing the user interface design.*

Keywords: *Digital Financial Literacy, User Experience, User Satisfaction, GoPay, Students*

Abstrak: Penelitian ini dirancang untuk menilai sejauh mana pengaruh dari literasi keuangan digital serta pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan layanan GoPay. Dengan mengumpulkan data melalui kuesioner berbasis web dari 67 responden kalangan mahasiswa, analisis data dilakukan menggunakan serangkaian analisis yang meliputi statistik deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa baik literasi keuangan digital maupun pengalaman pengguna memiliki kontribusi positif secara statistik dalam meningkatkan kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penyedia layanan dompet digital dapat meningkatkan kepuasan pengguna dengan menyediakan edukasi literasi keuangan dan mengoptimalkan desain antarmuka pengguna.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Pengguna, GoPay, Mahasiswa

1. LATAR BELAKANG

Transformasi besar di sektor keuangan saat ini didorong oleh akselerasi teknologi digital yang melahirkan berbagai inovasi modern. Di Indonesia, salah satu bentuk inovasi keuangan digital yang mengalami pertumbuhan pesat dan sangat digemari oleh masyarakat adalah dompet elektronik (*e-wallet*). Dalam ekosistem ini, GoPay hadir sebagai salah satu pelopor layanan *e-wallet* yang diadopsi secara luas untuk mendukung aktivitas harian, khususnya di kalangan mahasiswa. Aksesibilitas yang mudah serta efisiensi waktu transaksi menjadi alasan utama mengapa platform pembayaran digital ini

kian digemari (Fathoni et al., 2025). Kendati demikian, tingkat adopsi dan kepuasan konsumen tidak semata-mata didorong oleh ketersediaan teknologi itu sendiri, melainkan juga ditentukan oleh tingkat pemahaman finansial berbasis digital (literasi keuangan digital) serta kenyamanan interaksi pengguna terhadap sistem aplikasi (*user experience*) (Aisyah & Ismanto, n.d.).

Literasi keuangan digital memegang peranan krusial dalam membekali individu untuk memahami fundamental keuangan digital, memitigasi risiko keamanan siber, dan mengambil keputusan finansial yang bijak di era modern (Ekonomi Islam & Heru Subiyakto Negeri, 2024). Minimnya pemahaman ini berisiko membuat pengguna rentan terhadap kejahatan siber atau kurang optimal dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Di samping itu, pengalaman pengguna (*user experience/UX*) yang positif mencakup kemudahan navigasi, desain visual yang intuitif, serta efisiensi fungsional secara langsung membentuk persepsi dan tingkat kepuasan konsumen (Rondonuwu & Hardiyanti, 2025). Aplikasi yang ramah pengguna (*user-friendly*) dipastikan dapat menstimulasi penggunaan jangka panjang sekaligus membangun loyalitas pelanggan (Alex Chandra et al., 2023).

Sebagai representasi generasi muda yang adaptif terhadap teknologi, mahasiswa menjadi segmen pasar yang sangat strategis. Tingkat literasi keuangan digital serta corak pengalaman mereka dalam mengoperasikan GoPay dapat menjadi parameter penting untuk mengukur keberhasilan adopsi dan kepuasan terhadap layanan teknologi finansial (*fintech*). Oleh sebab itu, studi ini diorientasikan untuk menguji besaran pengaruh dari literasi keuangan digital serta pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan GoPay.

Rumusan masalah dalam studi ini diarahkan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut, baik secara mandiri (parsial) maupun secara serentak (simultan). terhadap kepuasan pengguna. Seiring dengan dinamika tersebut, studi ini diarahkan untuk menguji serta menganalisis pengaruh dari literasi keuangan digital terhadap tingkat kepuasan para pengguna secara spesifik, mengevaluasi peran *user experience* dalam membentuk kepuasan

tersebut, serta mengukur dampak bersama dari kedua faktor tersebut dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa saat memanfaatkan layanan GoPay.

2. KAJIAN TEORITIS

Literasi Keuangan Digital

Menurut (Meylianisapitri & Zulfikar Akbar, 2026), Literasi keuangan digital didefinisikan sebagai kecakapan seseorang dalam mengenali, memahami, mengatur, serta memaksimalkan penggunaan instrumen dan layanan finansial berbasis digital. Komponen ini mengintegrasikan penguasaan konsep dasar *e-wallet*, mekanisme transaksi daring, kesadaran akan risiko keamanan siber, serta kapasitas dalam mengambil keputusan finansial secara bijak di ruang digital. Dalam pemanfaatan *e-wallet*, kepemilikan literasi finansial digital yang memadai menjadi instrumen krusial bagi pengguna untuk memaksimalkan seluruh fitur aplikasi, memitigasi risiko kebocoran data pribadi, dan menghindari potensi kerugian material (Aisyah & Ismanto, n.d.).

User Experience (UX)

User Experience (UX) merepresentasikan totalitas persepsi dan respons emosional pengguna yang timbul dari interaksi mereka dengan suatu produk atau sistem layanan, khususnya aplikasi *e-wallet* (Rondonuwu & Hardiyanti, 2025). Cakupan UX melibatkan dimensi kemudahan pengoperasian (*usability*), efisiensi sistem, aksesibilitas, serta impresi psikologis yang dirasakan oleh konsumen (Norgina et al., 2026). Perancangan antarmuka yang intuitif, tingkat respons yang cepat, dan estetika visual yang menarik merupakan elemen fundamental dalam menyusun UX yang berkualitas, yang secara langsung berkontribusi pada penguatan kepuasan pengguna (Nurul Fiqria et al., 2026).

Kepuasan Pengguna

(Aisyah & Ismanto, n.d.) menyatakan bahwa kepuasan pengguna ialah bentuk penilaian psikologis yang menggambarkan rasa senang atau kecewa individu setelah membandingkan performa nyata suatu produk dengan harapan awal mereka. Di dalam ekosistem *e-wallet*, konstruk kepuasan ini dibentuk oleh serangkaian faktor penentu, meliputi stabilitas kinerja aplikasi, mutu layanan, jaminan keamanan, dan kepraktisan

penggunaan (Nurul Fiqria et al., 2026). Pengguna yang mencapai titik kepuasan tinggi memiliki kecenderungan kuat untuk mempertahankan loyalitas pemakaian serta secara sukarela merekomendasikan platform tersebut kepada jejaring sosial mereka (Alex Chandra et al., 2023).

GoPay

GoPay merupakan salah satu platform dompet digital terkemuka di Indonesia yang beroperasi di dalam integrasi ekosistem layanan Gojek. Layanan ini menawarkan fungsionalitas pembayaran yang variatif, mencakup transaksi di berbagai gerai (*merchant*), penyelesaian tagihan berkala, hingga pemindahan dana elektronik. Masifnya penetrasi dan popularitas GoPay di segmen mahasiswa menjadikannya sebagai objek kajian yang representatif untuk mengulik determinan yang memengaruhi kepuasan konsumen pada industri teknologi finansial saat ini (Norgina et al., 2026).

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Mengacu pada landasan teoretis yang telah diuraikan, disusun sebuah kerangka konseptual yang memposisikan Literasi Keuangan Digital (X1) dan *User Experience* (X2) sebagai variabel bebas (*independent variables*), serta Kepuasan Pengguna (Y) GoPay sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1: Literasi keuangan digital secara mandiri memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan mahasiswa pengguna GoPay.

H2: *User experience* secara mandiri memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan mahasiswa pengguna GoPay.

H3: Literasi keuangan digital dan *user experience* secara bersama-sama memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa yang menggunakan GoPay.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausalitas. Metode ini dipilih guna menguji sekaligus membuktikan adanya pengaruh kausalitas

antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Strategi pengumpulan data di lapangan menerapkan metode survei, di mana instrumen kuesioner digunakan sebagai alat utama untuk menjangkau respons dari para partisipan.

Populasi dan Sampel

Populasi target dalam studi ini melibatkan seluruh mahasiswa di wilayah Kota Semarang yang aktif memanfaatkan layanan GoPay. Untuk menjangkau responden, digunakan teknik *purposive sampling*, yang mana penentuan sampelnya mengacu pada kriteria spesifik demi menjaga relevansi data yang dikumpulkan. Kriteria yang ditentukan tersebut meliputi mahasiswa aktif yang pernah atau sering melakukan transaksi secara langsung menggunakan layanan GoPay. Melalui pendekatan tersebut, ukuran sampel yang berhasil dihimpun secara valid berjumlah 67 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur berbasis *online* yang memuat butir-butir pernyataan terkait variabel literasi keuangan digital, *user experience*, dan kepuasan pengguna. Setiap tanggapan yang diberikan oleh responden kemudian dikuantifikasikan menggunakan skala Likert dengan bobot nilai antara 1 hingga 5 guna merepresentasikan tingkat persetujuan mereka.

Definisi Operasional Variabel

Guna menghindari ambiguitas dalam pengukuran, Definisi operasional yang menjadi acuan dalam mengukur setiap variabel di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- **Literasi Keuangan Digital (X1):** Menunjukkan kapasitas dan kecakapan mahasiswa dalam menguasai konsep dasar keuangan digital, mengoperasikan fungsionalitas aplikasi, serta mengelola risiko siber yang melekat pada penggunaan layanan GoPay. Variabel ini dioperasionalkan ke dalam **4 indikator**.
- **Pengalaman Pengguna / User Experience (X2):** Merupakan penilaian subjektif dan persepsi totalitas mahasiswa selama berinteraksi dengan aplikasi GoPay, yang

berfokus pada dimensi kemudahan operasional, efisiensi sistem, estetika desain, serta kenyamanan visual. Variabel ini dioperasionalkan ke dalam **16 indikator**.

- **Kepuasan Pengguna (Y):** Merupakan tingkat pemenuhan ekspektasi dan perasaan positif mahasiswa terhadap kualitas layanan GoPay secara keseluruhan. Konstruk ini dievaluasi melalui dimensi kinerja sistem, keakuratan informasi, kesesuaian biaya, jaminan keamanan, dan kepraktisan penggunaan yang dioperasionalkan ke dalam **5 indikator**.

Teknik Analisis Data

Prosedur pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini disusun secara terstruktur melalui serangkaian pengujian statistik berikut:

- **Analisis Statistik Deskriptif:** Diterapkan guna memaparkan deskripsi umum mengenai karakteristik demografi responden serta pola distribusi jawaban pada masing-masing variabel yang dikaji.
- **Uji Validitas:** nilai signifikansinya (p-value) lebih kecil dari 0,05, atau jika nilai r hitung yang diperoleh lebih besar daripada nilai r tabel.
- **Uji Reliabilitas:** Pengujian ini dilakukan untuk melihat tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian dengan mengacu pada koefisien *Cronbach's Alpha*. Sebuah variabel dapat dinyatakan reliabel atau andal jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan melampaui angka 0,60.
- **Uji Asumsi Klasik:** Tahapan ini menjadi prasyarat mutlak dalam pemodelan ekonometrika untuk memastikan bahwa estimasi parameter pada model regresi telah memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian ini mencakup dua aspek utama:
- **Uji Multikolinearitas:** Dilakukan dengan menganalisis nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengidentifikasi keberadaan hubungan linear yang kuat antarvariabel bebas.
- **Uji Normalitas:** Menggunakan metode non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada skor residual untuk menjamin bahwa komponen galat (*error term*) menyebar atau berdistribusi secara normal.

- **Analisis Regresi Linear Berganda:** Teknik statistik ini diterapkan untuk mengukur arah serta seberapa besar dampak dari variabel independen, yang terdiri atas Literasi Keuangan Digital (X1) dan *User Experience* (X2), terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna (Y).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berikut adalah ringkasan statistik deskriptif untuk variabel penelitian:

Variabel	N	Mean	Std. Deviasi	Min	25%	Median	75%	Max
Literasi Keuangan Digital (X1)	67	16.07	3.11	4	14.00	16.00	18.50	20
User Experience (X2)	67	61.97	12.37	18	55.50	63.00	70.00	80
Kepuasan Pengguna (Y)	67	19.01	3.92	6	16.50	19.00	22.00	25

Dari tabel di atas, terlihat bahwa rata-rata total skor Literasi Keuangan Digital (X1) adalah 16.07, *User Experience* (X2) adalah 61.97, dan Kepuasan Pengguna (Y) adalah 19.01. Nilai standar deviasi menunjukkan variasi data yang cukup beragam di antara responden.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan oleh nilai p-value $< 0,05$ pada setiap butir pernyataan, yang berarti instrumen tersebut mampu mengukur variabel penelitian dengan tepat. Berikut adalah ringkasan hasilnya:

Uji Validitas Literasi Keuangan Digital (X1)

Indikator	Correlation	P-Value	Keterangan
-----------	-------------	---------	------------

*Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan User Experience Terhadap
Kepuasan Pengguna GoPay Pada Mahasiswa Di Semarang*

Memahami konsep dasar keuangan digital	0.861763	0.000	Valid
Mampu menggunakan aplikasi e-wallet	0.883741	0.000	Valid
Memahami risiko keamanan layanan digital	0.814617	0.000	Valid
Menggunakan layanan digital secara bijak	0.842352	0.000	Valid

Uji Validitas User Experience (X2)

Indikator	Correlation	P-Value	Keterangan
Tampilan e-wallet menarik	0.801738	0.000	Valid
Mudah dipahami saat pertama digunakan	0.803919	0.000	Valid
Digunakan cepat dan efisien	0.835038	0.000	Valid
Berjalan baik tanpa gangguan	0.709513	0.000	Valid
Nyaman digunakan	0.766376	0.000	Valid
Desain modern dan inovatif	0.771586	0.000	Valid
Membantu transaksi lebih efektif	0.768331	0.000	Valid
Membuat transaksi lebih cepat	0.866477	0.000	Valid

*Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan User Experience Terhadap
Kepuasan Pengguna GoPay Pada Mahasiswa Di Semarang*

Mempermudah menyelesaikan transaksi	0.823960	0.000	Valid
Memberikan manfaat nyata	0.823784	0.000	Valid
Membantu aktivitas pembayaran	0.862798	0.000	Valid
Mudah dipelajari	0.792186	0.000	Valid
Mudah digunakan di berbagai transaksi	0.851953	0.000	Valid
Fitur mudah dipahami	0.810695	0.000	Valid
Bisa digunakan kapan saja	0.732546	0.000	Valid
Tidak mengalami kesulitan penggunaan	0.817959	0.000	Valid

Uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

Indikator	Correlation	P-Value	Keterangan
Puas dengan kinerja e-wallet	0.876584	0.000	Valid
Puas dengan informasi yang diberikan	0.811149	0.000	Valid
Puas dengan biaya penggunaan	0.822598	0.000	Valid

Puas dengan keamanan e-wallet	0.785169	0.000	Valid
Puas karena memudahkan aktivitas	0.813984	0.000	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan guna mengevaluasi tingkat keandalan dan konsistensi internal dari instrumen yang digunakan. Merujuk pada hasil pemrosesan data statistik, perolehan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel penelitian diuraikan sebagai berikut:

Literasi Keuangan Digital (X1): 0,87277

User Experience (X2): 0,96315

Kepuasan Pengguna (Y): 0,88024

Hasil pengujian data empiris menunjukkan bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel berada di atas ambang batas 0,60, sehingga instrumen dalam studi ini dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel dan konsisten, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna menjamin tidak terjadinya korelasi linear yang kuat antarvariabel bebas. Berdasarkan hasil evaluasi nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), ditemukan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1) dan *User Experience* (X2) menghasilkan nilai VIF yang sama, yaitu 3,105204. Mengingat nilai tersebut berada jauh di bawah angka 10, maka model penelitian ini dinyatakan aman dari bias multikolinearitas.

Uji Normalitas

Pengujian ini diterapkan guna menjamin bahwa komponen residual atau *error term* dalam model regresi menyebar secara normal, dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, diperoleh nilai KS hitung sebesar 0,08077 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar 0,74383. Oleh karena nilai signifikansi tersebut berada di atas ambang batas 0,05, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

OLS		Regression		Results		
Dep. Variable:	Y_Total	R-squared:			0.767	
Model:	OLS	Adj. R-squared:			0.760	
Method:	Least Squares	F-statistic:			105.5	
Date:	Tue, 19 May 2026	Prob (F-statistic):			5.43e-21	
Time:	13:20:29	Log-Likelihood:			-137.27	
No. Observations:	67	AIC:			280.5	
Df Residuals:	64	BIC:			287.2	
Df Model:					2	
Covariance Type:					nonrobust	
<hr/>						
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
<hr/>						
const	1.1937	1.283	0.930	0.356	-1.370	3.757
X1_Total	0.2241	0.134	1.673	0.099	-0.043	0.492
X2_Total	0.2294	0.034	6.812	0.000	0.162	0.297
<hr/>						
Omnibus:		6.343	Durbin-Watson:			1.962
Prob(Omnibus):		0.042	Jarque-Bera (JB):			9.435
Skew:		-0.197	Prob(JB):			0.00894
Kurtosis:		4.796	Cond. No.			357.
<hr/>						

Dari hasil regresi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien Determinasi (R^2): Nilai R^2 sebesar 0,767\$ mengindikasikan bahwa variabilitas variabel Kepuasan Pengguna (Y) dapat dijelaskan secara simultan oleh Literasi Keuangan Digital (X1) dan *User Experience* (X2) sebesar 76,7%. Sementara itu, sisa pergeseran sebesar 23,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model estimasi penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F): Berdasarkan hasil estimasi, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 105,5 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Mengingat nilai *p-value* tersebut berada jauh di bawah ambang batas taraf nyata 5%, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Digital (X1) dan *User Experience* (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Dengan demikian, Hipotesis Ketiga (H3) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Uji t (Parsial):

- **Literasi Keuangan Digital (X1):** Hasil pengujian parsial menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,2241 dengan *p-value* senilai 0,099. Nilai signifikansi yang melebihi standar 0,05 ini mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga H1 ditolak. Temuan ini memberikan indikasi adanya faktor eksternal di luar model yang lebih dominan dalam menentukan kepuasan, atau kemungkinan adanya pola hubungan non-linear yang belum terakomodasi.
- **User Experience (X2):** Variabel *User Experience* menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,2294 dengan *p-value* 0,000. Karena nilai probabilitas ini jauh di bawah taraf 5%, *User Experience* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga H2 diterima. Temuan ini memperkuat studi terdahulu dari (Aisyah & Ismanto, n.d.) yang menegaskan bahwa aspek kepraktisan serta estetika visual dari aplikasi merupakan elemen krusial dalam menciptakan kepuasan pengguna.

Pembahasan Hasil

Temuan dalam penelitian ini mengonfirmasi bahwa *User Experience* (UX) memegang peranan yang sangat krusial dan signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan mahasiswa pengguna GoPay. Karakteristik dompet elektronik (*e-wallet*) yang praktis dioperasikan, memiliki efisiensi fungsional yang tinggi, serta didukung oleh keindahan visual rancangan antarmuka akan secara langsung mengeskalasi kepuasan konsumen (Fathoni et al., 2025). Kelompok mahasiswa, sebagai representasi generasi yang melek teknologi (*tech-savvy*), menempatkan ekspektasi tinggi terhadap aspek kenyamanan digital; mereka cenderung memberikan penilaian positif serta apresiasi lebih pada aplikasi yang mampu menyajikan pengalaman bertransaksi yang lancar, tanpa hambatan, dan intuitif (Aisyah & Ismanto, n.d.).

Namun, temuan empiris mengenai tidak signifikannya pengaruh parsial literasi keuangan digital terhadap kepuasan pengguna GoPay memerlukan penelaahan yang lebih mendalam. Kendati literasi finansial digital secara teoritis merupakan instrumen krusial bagi individu dalam mengelola aktivitas keuangan modern secara bijaksana (Ekonomi Islam & Heru Subiyakto Negeri, 2024), dalam konteks kepuasan spesifik penggunaan GoPay, dimensi *user experience* (UX) tampaknya bertindak sebagai determinan yang jauh lebih kuat. Fenomena ini mengindikasikan adanya efek kompensasi, di mana tingkat kemudahpakai (*usability*) aplikasi GoPay yang telah matang mampu menyamarkan atau mereduksi dampak langsung dari variasi literasi keuangan digital pengguna terhadap kepuasan mereka. Dengan kata lain, meskipun kapasitas pemahaman finansial digital di kalangan mahasiswa bersifat heterogen, kualitas UX GoPay yang sangat ramah pengguna (*user-friendly*) mampu menjembatani keterbatasan tersebut. Akibatnya, perbedaan tingkat literasi tidak menciptakan kesenjangan (*gap*) yang nyata pada tingkat kepuasan yang mereka rasakan secara langsung. Bagaimanapun juga, penguatan literasi keuangan digital tetap mutlak diperlukan sebagai pilar utama dalam memitigasi risiko siber serta menjamin perilaku transaksi yang bertanggung jawab (Aisyah & Ismanto, n.d.).

Secara bersamaan, kedua variabel (Literasi Keuangan Digital dan User Experience) memang memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang

menandakan bahwa kedua aspek tersebut masih tetap relevan dalam membentuk kepuasan pengguna secara menyeluruh. Hal ini menekankan pentingnya pendekatan menyeluruh bagi penyedia layanan e-wallet untuk tidak hanya memusatkan perhatian pada desain aplikasi yang menarik, tetapi juga berupaya untuk terus memberikan edukasi kepada penggunanya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan digital secara parsial tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang menggunakan GoPay, yang berarti wawasan finansial digital mereka bukan faktor penentu utama. Di sisi lain, *user experience* (UX) terbukti menjadi prediktor positif dan signifikan, yang menegaskan bahwa aspek kepraktisan, kenyamanan, serta kecepatan performa aplikasi berbanding lurus dengan tingginya kepuasan yang dirasakan, di mana kedua variabel tersebut secara simultan terbukti berkolaborasi dalam membentuk kepuasan konsumen. Merujuk pada hasil tersebut, penyedia layanan GoPay direkomendasikan untuk terus meningkatkan kualitas UX melalui pembaruan desain yang *user-friendly* dan kemudahan akses, dengan tetap mengimbangi program edukasi keuangan untuk mitigasi risiko transaksi. Terakhir, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian ini dengan mengintegrasikan variabel pelengkap seperti kepercayaan dan kualitas layanan, serta menjajaki pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*) demi memperoleh pemahaman fenomena yang lebih utuh dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A., & Ismanto, H. (n.d.). *Determinants of E-wallet User Satisfaction: Digital Financial Literacy, Ease of Use, and Trust in Generation Z*. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v6i3.2083>
- Alex Chandra, Fanni Tanisya, Anggellya, F., Fiona Livianti, & Melisa. (2023). Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Gopay dengan Trust Sebagai Variable Intervening. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 346–352. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1042>
- Ekonomi Islam, J., & Heru Subiyakto Negeri, S. M. (2024). *J E I STUDI KASUS MAHASISWA MUSLIM*. <https://oj.mjukn.org/index.php/jei>

- Fathoni, A. P. M., Hikmahwarani, F., Zahran Afif, M., Theresa Hasioani Sianturi, C., Raya Palembang -Prabumulih No, J. K., Indah, I., Ogan Ilir, K., & Selatan, S. (2025). PERBANDINGAN EVALUASI USABILITY APLIKASI E-WALLET SHOPEEPAY DAN GOPAY MENGGUNAKAN METODE HEURISTIC EVALUATION. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 9, Number 4).
- Meylianisapitri, N., & Zulfikar Akbar, A. (2026). SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Keuangan dengan Self-Efficacy sebagai Variabel Mediasi pada Masyarakat Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Ilmiah*, 5(4). <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i4.6109>
- Norgina, H., Safitri, A., Fatihia, W. M., Mayangsari, M. K., & Wardani, D. K. (2026). Analisis Preferensi dan Usability Aplikasi Dana VS ShopeePay berdasarkan System Usability Scale. *Technologia : Jurnal Ilmiah*, 17(2), 475. <https://doi.org/10.31602/tji.v17i2.23174>
- Nurul Fiqria, I. S., Yeni, H., Baharuddin Lopa, J. H., Mamuju, K., Mamuju, K., & Barat, S. (2026). PT. Media Akademik Publisher PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI OVO DI KOTA MAMUJU. *JMA*, 4(1), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Rondonuwu, Y. V., & Hardiyanti, M. (2025). Pengaruh Antarmuka Pengguna terhadap Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Financial Technology di Indonesia. *Techno.Com*, 24(2), 295–305. <https://doi.org/10.62411/tc.v24i2.12215>