

Pengaruh Risk Perception dan Social Influence terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi E-Money DANA

Pebi¹, Yunus², M. Rifki Bakhtiar³

¹⁻⁴Prodi Manajeme, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI, Jalan Imam Bonjol No 15-17, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50173

*Penulis Korespondensi: pebipebi328@gmail.com

Abstract: *This study aims to explore the impact of risk perception and social factors on user satisfaction levels of the DANA e-money application. Using a quantitative approach, this study analyzed data through descriptive statistics, validity testing, reliability testing, and multiple linear regression analysis. Data analysis showed that both factors significantly influence user satisfaction levels. Risk perception was shown to have a detrimental impact; this indicates that the higher the perceived risk level, the lower the user satisfaction level. Conversely, social influence was shown to have a positive impact, indicating that support and advice from the social environment can increase user satisfaction. This research is expected to serve as an evaluation tool for DANA service providers in their efforts to improve customer satisfaction through risk reduction and optimizing marketing strategies that emphasize social influence.*

Keywords: *DANA, e-money, perceived risk, social influence, user satisfaction.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak persepsi risiko dan faktor sosial terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi e-money DANA. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, studi ini menganalisis data melalui statistik deskriptif, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda. Analisis data menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Persepsi terhadap risiko terbukti memberikan dampak yang merugikan; ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan, semakin rendah tingkat kepuasan pengguna. Sebaliknya, pengaruh sosial terbukti memberikan dampak positif, yang menunjukkan bahwa dukungan dan saran dari lingkungan sosial dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana evaluasi bagi penyedia layanan DANA dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengurangan risiko serta optimalisasi strategi pemasaran yang menekankan pada pengaruh sosial.*

Kata Kunci: *DANA; e-money; persepsi risiko; pengaruh sosial; kepuasan pengguna.*

PENDAHULUAN

Perkembangan yang cepat dalam bidang teknologi informasi telah menyebabkan transformasi yang signifikan di berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem pembayaran. Salah satu inovasi penting yang telah menunjukkan kemajuan yang luar biasa adalah uang elektronik. Teknologi ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan cara yang cepat, praktis, dan efisien tanpa memerlukan uang tunai fisik. Dengan bertambahnya penerapan teknologi digital dalam masyarakat, beragam platform pembayaran elektronik muncul, di mana aplikasi DANA menjadi salah satu yang paling terkenal. Sebagai salah satu platform dompet digital terkemuka di Indonesia, DANA

menawarkan berbagai fitur untuk transaksi digital, termasuk pengiriman uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan kolaborasi dengan berbagai mitra bisnis.

Peningkatan jumlah pengguna aplikasi DANA yang berlangsung secara konsisten menjadikan tingkat kepuasan pengguna sebagai elemen penting dalam mencapai keberhasilan dan keberlanjutan layanan ini. Indikator utama dalam mengukur sejauh mana platform dapat memenuhi atau melampaui harapan pengguna adalah kepuasan tersebut. Apabila pengguna merasa puas, mereka tidak hanya akan tetap setia menggunakan lingkungan mereka. Dengan demikian, analisis yang mendalam terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA menjadi sangat vital untuk membantu penyedia layanan dalam memperbaiki kualitas dan keunggulan kompetitif mereka di pasar.

Salah satu faktor yang diduga turut menentukan kepuasan pengguna adalah persepsi risiko (*risk perception*). Persepsi risiko merujuk pada tingkat kekhawatiran pengguna terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul, seperti kebocoran data pribadi, penyalahgunaan informasi, maupun kegagalan dalam proses transaksi. Hasil studi yang dilakukan oleh (Kurniawan et al., 2022) mengungkapkan bahwa persepsi risiko berperan dalam memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan *e-money*. Senada dengan itu, (Muzaki et al., 2025) juga menemukan bahwa risiko yang dirasakan pengguna berdampak pada keputusan dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Hasil temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar risiko yang dipersepsikan pengguna, maka semakin menurun tingkat kenyamanan mereka dalam memanfaatkan layanan digital.

Selain persepsi risiko, faktor pengaruh sosial (*social influence*) juga diyakini memberikan kontribusi terhadap kepuasan pengguna. Pengaruh sosial menunjukkan seberapa besar seseorang terpengaruh oleh pandangan, rekomendasi, atau perilaku orang lain ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu teknologi. (Kusuma et al., 2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*, sementara (Sintani & Et.al, 2025) menegaskan bahwa pengaruh sosial mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan *e-wallet*. Temuan ini menggambarkan bahwa dukungan yang berasal dari teman, keluarga, maupun lingkungan sosial mampu membentuk persepsi positif terhadap layanan berbasis digital.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Puspitasari, 2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko menjadi salah satu variabel yang memengaruhi pemanfaatan dompet digital. Adapun (Rismalia, 2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menekankan pada aspek minat dan pengambilan keputusan dalam pemanfaatan layanan digital. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji dampak persepsi risiko dan pengaruh sosial terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA masih tergolong langka. Kesenjangan ini menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini, yang bertujuan untuk menyelidiki dampak persepsi risiko dan pengaruh sosial terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai salah satu bentuk layanan uang elektronik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi penyedia layanan dalam merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan pengguna, baik melalui pengelolaan risiko yang lebih efisien maupun optimalisasi pengaruh sosial, serta mendukung pertumbuhan penggunaan e-money di Indonesia.

TELAAH LITERATUR

Teori

Penelitian ini menerapkan Technology Acceptance Model sebagai landasan untuk menganalisis cara pengguna menerima dan merasakan kepuasan terhadap teknologi. Dalam model TAM, motivasi individu untuk mengadopsi sistem ditentukan oleh dua variabel utama, yakni persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi efektivitas. Meskipun demikian, konteks pemanfaatan layanan e-money melibatkan faktor eksternal lainnya yang dapat memengaruhi perilaku pengguna, seperti persepsi risiko dan dampak interaksi sosial. Untuk memperkuat analisis ini, Social Cognitive Theory juga diterapkan guna menjelaskan bahwa pembentukan perilaku dan perolehan pengetahuan individu berasal dari pengamatan, pengalaman pribadi, serta hubungan dengan lingkungan. Teori ini mempertegas betapa pentingnya peran interaksi sosial dalam mendorong adopsi teknologi digital.

Variabel X1: Risk Perception

Dalam pemanfaatan layanan keuangan digital, cara individu mengevaluasi dan memandang potensi kerugian dikenal sebagai persepsi risiko sebuah faktor krusial yang menentukan kepuasan dan perilaku pengguna. Ketika menggunakan platform *e-money* seperti DANA, kekhawatiran pengguna umumnya terbagi ke dalam empat kategori utama. Pertama, risiko finansial yang berkaitan dengan kegagalan sistem transaksi atau kehilangan uang. Kedua, risiko keamanan yang melibatkan peretasan data personal. Ketiga, risiko privasi berupa eksploitasi informasi pengguna. Terakhir, risiko performa yang terjadi saat aplikasi mengalami kendala teknis dan gagal berfungsi secara optimal.

Kepuasan dan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi digital sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka menilai sistem keamanan aplikasi tersebut. Jika sebuah platform mampu memberikan perlindungan optimal terhadap data dan transaksi, kenyamanan pengguna akan meningkat dan mendorong terciptanya kepuasan. Kondisi sebaliknya terjadi ketika risiko yang dirasakan terlalu tinggi; hal ini tidak hanya menimbulkan kecemasan dan mengurangi kenyamanan, tetapi juga mendegradasi kepercayaan pengguna terhadap layanan digital yang digunakan. Berdasarkan sejumlah kajian sebelumnya, ditemukan bahwa terdapat hubungan berlawanan antara persepsi risiko dengan tingkat penggunaan dan kepuasan konsumen di sektor e-money. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa ketika pengguna mengasumsikan tingkat risiko yang tinggi pada suatu layanan keuangan digital, pengalaman subjektif mereka akan cenderung memburuk, yang berujung pada merosotnya kepuasan pengguna.

Variabel X2: Social Influence

Keputusan seseorang untuk memanfaatkan teknologi digital sering kali dipicu oleh faktor interaksi sosial. Fenomena ini mengacu pada sejauh mana opini, saran, dan tindakan dari individu-individu berpengaruh di sekitar seseorang, seperti anggota keluarga, teman, kolega, atau komunitas, dapat memengaruhi perilaku dan keputusan individu tersebut. Pada ranah penggunaan dompet digital, pengaruh sosial tersebut mewujudkan dalam beberapa bentuk: preferensi dari lingkaran terdekat, cerita sukses atau pengalaman berharga yang dibagikan oleh pengguna lain, serta fenomena meningkatnya popularitas transaksi nontunai secara kolektif di ruang publik.

Keyakinan dan rasa percaya terhadap layanan *e-money* dapat diperkokoh melalui pembentukan pandangan positif yang didorong oleh testimoni serta informasi dari jejaring sosial. Fenomena ini diperkuat ketika individu menyaksikan mayoritas orang di sekitar mereka telah beralih ke transaksi digital dan memperoleh dampak positif darinya. Kondisi tersebut secara langsung memicu motivasi yang lebih besar pada diri individu untuk turut serta mengadopsi platform keuangan digital tersebut.

Tingkat kepercayaan, persepsi kemudahan, dan kepuasan pengguna dalam mengakses layanan dompet digital (misalnya DANA) akan semakin terdongkrak seiring dengan kuatnya dukungan serta advokasi positif dari lingkungan terdekat. Fenomena ini sejalan dengan temuan berbagai studi terdahulu yang mengonfirmasi adanya hubungan searah antara faktor pengaruh sosial dengan minat sekaligus tingkat kepuasan para pengguna *e-money*.

Variabel Y: Kepuasan Pengguna

Kesuksesan sebuah layanan uang elektronik, seperti aplikasi DANA, sangat bergantung pada tingkat kepuasan penggunanya. Kepuasan ini sendiri lahir dari penilaian pengguna terhadap kesenjangan antara harapan mereka dengan realitas mutu layanan yang diterima. Beberapa aspek yang menentukan kepuasan ini mencakup kelancaran transaksi, pengalaman digital selama menggunakan aplikasi, kelengkapan fitur, hingga kualitas pelayanan yang tersedia. Apabila pengguna merasa puas, kepercayaan dan retensi mereka terhadap platform akan meningkat, serta mereka lebih mungkin untuk melakukan promosi dari mulut ke mulut. Alasan inilah yang menjadikan kepuasan pengguna sebagai fondasi utama dalam upaya peningkatan kualitas industri *e-money*.

Pengembangan Hipotesis

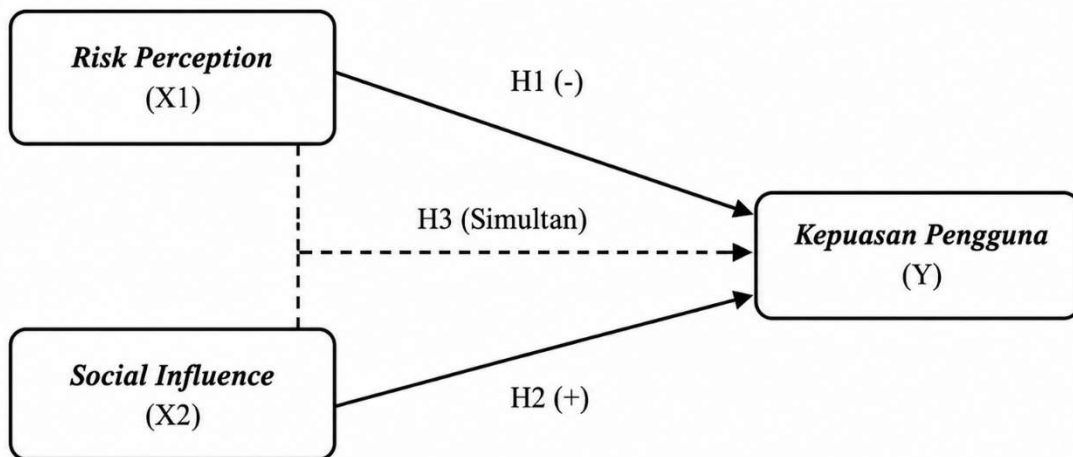
Berdasarkan analisis literatur dan kerangka teori yang telah dipaparkan sebelumnya, hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.

H2: Pengaruh sosial memiliki dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi DANA.

H3: Persepsi risiko dan pengaruh sosial berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA secara bersamaan.

Kerangka Penelitian



Keterangan:

(-) : Pengaruh negatif

(+) : Pengaruh positif

(Simultan) : Pengaruh bersama-sama (X1 dan X2 secara simultan)

METODE

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang disimulasikan dengan melibatkan 100 partisipan, yang berfungsi sebagai representasi dari keseluruhan populasi pengguna DANA di Indonesia, langkah ini diambil mengingat kesulitan dalam mengakses data populasi yang sebenarnya. Dalam penyusunannya, sebaran data simulasi ini diatur agar tetap mencerminkan karakteristik umum dari konsumen *e-money*. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner hipotetis yang dirancang untuk menguji tiga indikator fundamental, yaitu tingkat kepuasan pengguna, dampak sosial, serta persepsi terhadap risiko.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini mencakup beberapa langkah, yaitu:

1. **Statistik deskriptif**, berfungsi untuk menjelaskan karakteristik data dari masing-masing variabel dalam penelitian, termasuk rata-rata (*mean*), median, deviasi standar, serta nilai terendah dan tertinggi.
2. **Uji Validitas**, dilakukan dengan cara menerapkan teknik korelasi Pearson untuk menghubungkan nilai setiap item dengan total nilai variabel. Sebuah item dapat dianggap valid apabila nilai signifikansinya berada di bawah 0,05 dan nilai r-hitung melebihi r-tabel. (nilai r-tabel untuk N=100 pada taraf signifikansi 0,05 adalah sekitar 0,195).
3. **Uji Reliabilitas**, Koefisien Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji reliabilitas. Variabel dianggap memiliki reliabilitas jika nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih dari 0,60.
4. **Uji Asumsi Klasik**, meliputi:
 - a. **Uji Normalitas**, uji Jarque-Bera diterapkan pada residual dari model regresi. Data dapat dianggap berdistribusi normal apabila p-value yang diperoleh lebih besar dari 0,05.
 - b. **Uji multikolinearitas**, dilaksanakan dengan memanfaatkan nilai Variance Inflation Factor. Multikolinearitas tidak akan muncul jika nilai VIF di bawah 10.
5. **Analisis regresi linier berganda**, dilakukan untuk menilai pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, model regresi yang diterapkan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana: Y = Kepuasan Pengguna, X1 = Persepsi Risiko, X2 = Pengaruh Sosial, β_0 = Konstanta, β_1, β_2 = Koefisien Regresi, ϵ = Error Term.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berikut adalah ringkasan statistik deskriptif dari data simulasi:

Variabel	Count	Mean	Std Dev	Min	25%	50%	75%	Max
Total X1	100	11.80	2.55	7.0	10.0	12.0	14.0	17.0
Total X2	100	15.86	2.37	10.0	14.0	16.0	18.0	20.0
Total Y	100	14.01	1.79	10.0	13.0	14.0	15.0	20.0

Dari tabel yang disajikan, dapat diamati bahwa rata-rata skor total untuk persepsi risiko adalah 11.80, sedangkan pengaruh sosial tercatat pada angka 15.86, dan kepuasan pengguna mencapai 14.01. Nilai deviasi standar mencerminkan variasi data yang tergolong moderat.

Hasil Analisis

Uji Validitas

Nilai korelasi Pearson untuk setiap item terhadap skor total variabel adalah sebagai berikut:

Variabel	Indikator	R-hitung	Sig (2-tailed)	Keterangan
Persepsi Risiko (X1)	X1.1	0.827	0.000	Valid
	X1.2	0.741	0.000	Valid
	X1.3	0.838	0.000	Valid
	X1.4	0.787	0.000	Valid
Pengaruh Sosial (X2)	X2.1	0.744	0.000	Valid
	X2.2	0.822	0.000	Valid
	X2.3	0.786	0.000	Valid

	X2.4	0.802	0.000	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Y1.1	0.649	0.000	Valid
	Y1.2	0.665	0.000	Valid
	Y1.3	0.654	0.000	Valid
	Y1.4	0.582	0.000	Valid

Hasil dari pengujian validitas menunjukkan bahwa semua indikator dalam variabel Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial, dan Kepuasan Pengguna adalah valid. Bukti ini terlihat dari nilai signifikansi setiap indikator yang mencapai 0,000, yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Selain itu, nilai koefisien korelasi yang berada dalam rentang 0,582 hingga 0,838 menunjukkan adanya hubungan yang cukup signifikan antara masing-masing indikator dan variabel yang diwakilinya. Dengan demikian, semua alat ukur dalam kuesioner dapat dianggap valid dan dapat diterapkan untuk analisis data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Melalui analisis reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,809 untuk variabel Persepsi Risiko dan 0,796 untuk variabel Pengaruh Sosial. Data ini menandakan bahwa alat ukur yang diterapkan pada kedua variabel tersebut menunjukkan tingkat keandalan yang signifikan.

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur dalam penelitian terhadap suatu variabel. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila mampu memberikan data yang konsisten, terlepas dari waktu atau kondisi yang berbeda saat digunakan pada objek yang sama. Pengujian dalam penelitian ini menerapkan metode Cronbach's Alpha, dengan syarat bahwa koefisien alpha yang memenuhi standar harus lebih besar dari 0,60.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Persepsi Risiko memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,809. Angka ini mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang tinggi, sehingga seluruh butir pernyataan di dalamnya terbukti andal sebagai alat ukur. Sementara itu, variabel Pengaruh Sosial (X2) mencatatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,796. Karena nilai tersebut melampaui batas minimum yang disyaratkan, seluruh item pada variabel Pengaruh Sosial dinilai mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur untuk variabel Persepsi Risiko dan Pengaruh Sosial telah memenuhi kriteria keandalan yang ditetapkan. Hal ini membuat seluruh item pertanyaan pada kedua variabel tersebut dinilai valid secara konsistensi dan layak diaplikasikan dalam analisis data lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas (Jarque-Bera):

Berdasarkan hasil uji normalitas Jarque-Bera, diperoleh nilai statistik JB sebesar 5,250 dengan p-value 0,072. Karena p-value yang diperoleh lebih besar dari batas signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa residual dari model penelitian memenuhi asumsi distribusi normal. Oleh karena itu, model regresi ini dinilai valid dan dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya.

Uji Multikolinearitas (VIF):

Variable	VIF
const	67.40
Total_X1	1.00
Total_X2	1.00

Nilai VIF untuk Total X1 dan Total X2 tercatat sebesar 1.00, yang jauh di bawah batas ambang 10. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	9.1484	1.029	8.889	0.000	7.106	11.191
Total_X1	-0.2351	0.049	-4.766	0.000	-0.333	-0.137
Total_X2	0.4814	0.053	9.072	0.000	0.376	0.587

Omnibus:	5.005	Durbin-Watson:	1.944
Prob(Omnibus):	0.082	Jarque-Bera (JB):	5.250
Skew:	0.290	Prob(JB):	0.0724
Kurtosis:	3.961	Cond. No.	164.

	OLS	Regression	Results
Dep. Variable:	Total_Y	R-squared:	0.519
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.509
Method:	Least Squares	F-statistic:	52.35
Date:	Tue, 19 May 2026	Prob (F-statistic):	3.81e-16
Time:	18:07:31	Log-Likelihood:	-162.98
No. Observations:	100	AIC:	332.0
Df Residuals:	97	BIC:	339.8
Df Model:			2
Covariance Type:			nonrobust

Dari hasil regresi, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9.1484 - 0.2351X_1 + 0.4814X_2 + \epsilon$$

- Koefisien Regresi Persepsi Risiko: Dari analisis regresi yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien untuk variabel Persepsi Risiko sebesar -0,2351 dengan p-value 0,000. Nilai signifikansi di bawah 0,05 menjadi dasar untuk menerima H1, yang menunjukkan bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Kontribusi negatif ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Persepsi Risiko diprediksi akan mengurangi kepuasan pengguna sebesar 0,2351 unit, asalkan variabel independen lainnya tetap konstan.
- Koefisien Regresi untuk Pengaruh Sosial: Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Sosial memiliki koefisien sebesar 0,4814 dengan p-value sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis kedua (H2) diterima. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Sosial memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Dengan asumsi variabel lain tetap, setiap peningkatan satu unit pada Pengaruh Sosial diprediksi akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengguna sebesar 0,4814 satuan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,519 mengindikasikan bahwa variabel Persepsi Risiko dan Pengaruh Sosial bersama-sama dapat menjelaskan 51,9% dari variasi yang terjadi dalam Kepuasan Pengguna. Sebesar 48,1% dari variasi yang tersisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar batasan penelitian ini.

PEMBAHASAN

Kepuasan pengguna aplikasi DANA terbukti mengalami pengaruh negatif dan signifikan akibat persepsi risiko yang dirasakan oleh mereka. Ketika pengguna mengasumsikan adanya ancaman yang tinggi pada proteksi privasi, keamanan transaksi, atau kerugian finansial, tingkat kepuasan mereka secara otomatis akan merosot. Pola hubungan ini searah dengan konfirmasi dari sejumlah riset terdahulu, di mana rasa tidak aman terhadap data personal dan privasi menjadi faktor utama berkurangnya kepercayaan pada layanan *e-money*, yang berisiko menghentikan penggunaan aplikasi di masa depan. Sebagai langkah antisipatif, penyedia DANA harus mengoptimalkan sistem keamanan,

melakukan pembaruan proteksi secara rutin, serta bersikap transparan dalam pengelolaan risiko untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.

Kepuasan pengguna aplikasi DANA terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor pengaruh sosial, berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini. Tingkat kepuasan konsumen akan bergerak naik seiring dengan semakin kuatnya anjuran atau testimoni dari lingkungan sekitar seperti komunitas, sahabat, maupun keluarga. Fenomena ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang mengonfirmasi bahwa pembentukan sudut pandang dan adopsi teknologi digital sangat dipicu oleh lingkungan sosial. Rasa percaya dan kenyamanan pengguna akan terstimulasi ketika mereka menyaksikan konfirmasi sukses dari sesama pengguna DANA. Menanggapi kondisi ini, pihak DANA dapat mengadopsi pendekatan pemasaran berbasis komunitas. Langkah ini bisa diwujudkan dengan mengekspos ulasan pengguna, memfasilitasi pembuatan konten oleh konsumen, serta memperdalam hubungan sosial lewat kampanye digital demi mengamankan loyalitas dan kepuasan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi DANA sebagai media *e-money* menunjukkan bahwa persepsi risiko dan pengaruh sosial memegang peranan signifikan, meski dengan arah dampak yang kontradiktif. Di satu sisi, kepuasan pengguna akan merosot secara signifikan apabila persepsi risiko mereka meninggi, terutama yang dipicu oleh kekhawatiran atas kebocoran privasi, keamanan sistem, atau kendala transaksi digital. Di sisi lain, kepuasan tersebut justru bergerak naik secara signifikan seiring dengan kuatnya pengaruh sosial, di mana pengalaman positif, rekomendasi, dan dorongan dari lingkungan sekitar memberikan stimulus yang menguntungkan bagi kenyamanan pengguna.

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dimensi psikologis serta lingkungan sosial memegang andil krusial dalam mengonstruksi kepuasan pengguna di sektor *e-money*. Implikasinya, manajemen DANA Indonesia dituntut untuk mengoptimalkan keandalan sistem, memperketat keamanan, dan menjamin proteksi data personal guna mereduksi persepsi risiko di tingkat pengguna. Secara simultan, implementasi strategi pemasaran yang memanfaatkan aspek pengaruh sosial—melalui

program *referral*, eksposur testimoni konsumen, dan aktivasi kampanye berbasis komunitas—dinilai dapat mendongkrak kepercayaan serta kepuasan secara efektif. Oleh karena itu, sinergi antara mitigasi risiko yang solid dan pemanfaatan dinamika sosial yang optimal menjadi kunci utama dalam memelihara mutu layanan sekaligus mengamankan loyalitas pengguna DANA.

REFERENSI

- Ananda, A. D., & Puspitasari, E. (2024). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, fitur layanan dan persepsi risiko penggunaan dompet digital terhadap pengelolaan keuangan pada pengguna jasa pengurusan transportasi laut. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1498–1516.
- Kurniawan, A., Yulianti, F., & Putri, T. E. (2022). The effect of perceived ease of use, perceived benefits, trust, perceived risk and level of understanding of electronic money on interest in using e-money. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja*, 6(1), 132–153.
- Kusuma, D. I., & Susilowati, S. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1179–1187.
- Muzaki, A. I., Ahmad, G. N., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh perceived risk, ease of use, dan comfortability terhadap minat penggunaan sistem pembayaran digital e-money (Studi kasus Transjakarta). *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2875–2891.
- Purnama, N. I., Prayagi, M. A., & Arif, M. (2022). Pengukuran kepercayaan dan minat dalam menggunakan e-money. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 146–161.
- Ramadhan, A. M. F., & Hustia, R. H. (2024). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-wallet. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 472–485.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dengan sikap sebagai variabel intervening pada pengguna Dana di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 561–588.