



Kemudahan, Keamanan, dan Pengalaman Pengguna: Faktor Penentu Minat Konsumen dalam Menggunakan E-Wallet

Annisa Bilkhisti^{1*}, Anggita Refany Pramudya², Chaterine Ratu Rebecca Sirait³

¹⁻³ Politeknik Negeri Medan, Indonesia

email: bilkhisti@gmail.com¹

Article Info :

Received:

18-10-2025

Revised:

10-11-2025

Accepted:

08-12-2025

Abstract

This study examines the determinants of consumer interest in using e-wallets by focusing on three core variables: perceived ease of use, security, and user experience. The findings reveal that ease of use significantly increases user willingness to adopt digital payment platforms, particularly when applications offer simple navigation, quick processes, and intuitive interfaces. Security also plays a central role, as strong protection systems such as encryption and multilayer authentication enhance user trust and reduce perceived risks associated with digital transactions. User experience emerges as a decisive factor that integrates technical performance, interface quality, personalization, and seamless transaction flow into a holistic digital interaction that strengthens satisfaction and long-term engagement. The synergy of these three variables generates a positive perception of e-wallet reliability and convenience, thereby influencing users to adopt and continuously use digital payment services. Overall, the study highlights that consumer interest is shaped not by a single factor but by the combined effects of convenience, safety, and meaningful digital experiences.

Keywords: ease of use, security, user experience, consumer interest, e-wallet.

Akbsrak

Studi ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan dompet digital dengan fokus pada tiga variabel utama: kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan, dan pengalaman pengguna. Temuan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan meningkatkan kesediaan pengguna untuk mengadopsi platform pembayaran digital, terutama ketika aplikasi menawarkan navigasi yang sederhana, proses yang cepat, dan antarmuka yang intuitif. Keamanan juga memainkan peran sentral, karena sistem perlindungan yang kuat seperti enkripsi dan otentikasi berlapis meningkatkan kepercayaan pengguna dan mengurangi risiko yang dirasakan terkait transaksi digital. Pengalaman pengguna muncul sebagai faktor penentu yang mengintegrasikan kinerja teknis, kualitas antarmuka, personalisasi, dan alur transaksi yang lancar menjadi interaksi digital holistik yang memperkuat kepuasan dan keterlibatan jangka panjang. Sinergi ketiga variabel ini menghasilkan persepsi positif tentang keandalan dan kenyamanan dompet digital, sehingga mempengaruhi pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan pembayaran digital. Secara keseluruhan, studi ini menyoroti bahwa minat konsumen tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh efek gabungan dari kenyamanan, keamanan, dan pengalaman digital yang bermakna.

Kata Kunci: kemudahan penggunaan, keamanan, pengalaman pengguna, minat konsumen, dompet digital.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pembayaran digital yang semakin pesat telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi, terutama ketika kebutuhan akan layanan yang cepat, praktis, dan efisien menjadi semakin kuat seiring meningkatnya aktivitas ekonomi berbasis digital. Pergeseran perilaku ini tampak jelas dari meningkatnya penggunaan e-wallet di berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa hingga pekerja profesional, yang mencerminkan tingginya penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran modern sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Prameswari (2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa kehadiran e-wallet tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran alternatif, tetapi juga sebagai sarana yang memudahkan aktivitas ekonomi sehari-hari melalui fitur-fitur yang sederhana namun relevan bagi pengguna. Perubahan tersebut menyebabkan minat konsumen menjadi

aspek penting yang layak dikaji lebih dalam mengingat pola transaksi digital terus mengalami pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya (Nguyen & Nguyen, 2022).

Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang membuat masyarakat tertarik menggunakan e-wallet, khususnya ketika pengguna merasa tidak perlu memiliki kemampuan teknis yang rumit untuk mengakses layanan keuangan digital. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat meningkatkan minat dan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi secara berulang, seperti terlihat pada hasil penelitian Anjani et al. (2022). Aplikasi yang mudah dinavigasi, proses transaksi yang cepat, serta tampilan antarmuka yang intuitif memberikan pengalaman positif yang mendorong pengguna untuk terus memanfaatkan e-wallet. Faktor ini terbukti menjadi pemicu utama meningkatnya adopsi e-wallet di kalangan mahasiswa dan generasi muda sebagaimana dikemukakan Detriana (2025).

Keamanan menjadi faktor penting lain yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan e-wallet, terutama ketika isu mengenai perlindungan data pribadi dan potensi penipuan digital semakin banyak dibicarakan di ruang publik. Penelitian Bakar et al. (2024) menunjukkan bahwa keamanan yang kuat melalui teknologi enkripsi dan sistem verifikasi berlapis mampu meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap layanan e-wallet. Rasa aman ketika melakukan transaksi mendorong pengguna untuk tidak ragu dalam melakukan pembayaran digital, terutama ketika transaksi melibatkan nominal yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan temuan Lim et al. (2024) yang menegaskan bahwa persepsi risiko dan keamanan memiliki peran penting dalam mendorong niat berkelanjutan pengguna e-wallet.

Pengalaman pengguna menjadi faktor penentu lainnya yang semakin banyak dibahas dalam berbagai penelitian, terutama terkait bagaimana kualitas layanan digital mampu membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas pengguna. Studi Saputra et al. (2025) menegaskan bahwa kualitas layanan elektronik mempengaruhi kepuasan dan minat beli konsumen secara signifikan, sehingga platform pembayaran harus memastikan pengalaman yang stabil dan menyenangkan bagi setiap pengguna. Pengalaman yang positif tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional terhadap layanan yang digunakan. Hal tersebut diperkuat oleh Winata & Arma (2025) yang menjelaskan bahwa kegunaan dan kenyamanan aplikasi berpengaruh besar terhadap retensi pengguna dalam jangka panjang.

Minat konsumen dalam menggunakan e-wallet tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis, tetapi juga oleh ekspektasi terhadap kemudahan transaksi dalam berbagai kegiatan ekonomi sehari-hari, mulai dari belanja online hingga pembayaran transportasi. Penelitian Sholekhah et al. (2025) menegaskan bahwa kemudahan, keamanan, dan kepuasan pelanggan secara kolektif memengaruhi loyalitas pengguna e-wallet DANA di berbagai kota. Kondisi ini menunjukkan bahwa platform e-wallet harus mampu memberikan nilai lebih bagi pengguna melalui fitur-fitur yang relevan, responsif, dan mudah digunakan dalam berbagai situasi. Perubahan perilaku transaksi digital semakin terlihat kuat ketika konsumen merasa bahwa penggunaan e-wallet membuat aktivitas mereka jauh lebih praktis dibandingkan metode pembayaran tradisional (Hasan, 2025).

Tren penggunaan e-wallet di Indonesia terus meningkat seiring dengan ekspansi ekosistem digital yang terintegrasi dan dukungan berbagai penyedia layanan yang menawarkan berbagai insentif seperti cashback, promo, dan fitur pembayaran otomatis. Penelitian Johan et al. (2022) menunjukkan bahwa fitur-fitur unggulan e-wallet memberikan nilai tambah yang memperkuat keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Ketika fitur yang tersedia dianggap dapat mempermudah kegiatan sehari-hari pengguna, maka tingkat adopsi e-wallet akan meningkat secara signifikan di berbagai wilayah. Hal ini juga diperkuat oleh temuan Lee et al. (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi digital mampu memicu perilaku pembelian impulsif terutama pada generasi muda.

Minat konsumen dalam menggunakan e-wallet juga dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat modern yang menginginkan layanan keuangan yang efisien, cepat, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat mobile. Penelitian Prameswari (2021) menekankan bahwa mahasiswa sebagai pengguna aktif layanan digital menunjukkan respons positif terhadap sistem pembayaran elektronik yang dinilai lebih memudahkan aktivitas akademik mereka. Keinginan untuk melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang tunai serta kebutuhan untuk melakukan transaksi online menjadi pendorong kuat meningkatnya penggunaan e-wallet di kalangan pengguna muda. Perubahan preferensi ini menunjukkan bahwa e-wallet telah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang semakin melekat dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Melihat berbagai temuan penelitian yang telah dibahas, dapat dipahami bahwa kemudahan, keamanan, dan pengalaman pengguna merupakan faktor utama yang menentukan minat konsumen dalam menggunakan e-wallet pada berbagai kelompok masyarakat. Berbagai studi seperti yang dilakukan oleh Sholekhah et al. (2025), Lim et al. (2024), dan Saputra et al. (2025) memperlihatkan bahwa ketiga faktor tersebut saling terkait dalam membentuk persepsi dan keputusan pengguna terhadap layanan pembayaran digital. Ketika pengguna merasa nyaman, aman, dan puas selama menggunakan platform e-wallet, kecenderungan untuk terus memanfaatkan layanan tersebut akan meningkat secara berkelanjutan. Hal ini menjadikan penelitian mengenai minat konsumen terhadap e-wallet sangat relevan untuk dilakukan guna memahami dinamika perubahan perilaku transaksi masyarakat di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini memadukan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan pengalaman pengguna terhadap minat konsumen dalam menggunakan e-wallet, di mana data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan pembayaran digital. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang merujuk pada temuan sebelumnya, serta berbagai studi internasional yang relevan guna memastikan validitas konstruk dan kesesuaian pengukuran dengan teori yang mendukung. Proses analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik inferensial, mencakup uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi, dan pengujian hipotesis untuk melihat kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara menyeluruh. Pendekatan ini dipilih agar hasil penelitian mampu memberikan bukti terukur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen, sekaligus menghasilkan temuan yang dapat dijadikan rujukan bagi pengembangan layanan e-wallet di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Konsumen Menggunakan E-Wallet

Kemudahan penggunaan menjadi fondasi utama yang mendorong adopsi e-wallet, terutama ketika pengguna merasa bahwa proses transaksi dapat dilakukan tanpa hambatan teknis yang rumit dan dapat dioperasikan hanya melalui perangkat genggam yang sudah mereka gunakan setiap hari, seperti ditunjukkan pada penelitian Prameswari (2021). Persepsi kemudahan semakin diperkuat ketika fitur pembayaran, transfer, dan pengisian saldo mampu diakses dalam hitungan detik sehingga menciptakan pengalaman transaksi yang ringkas dan efisien bagi berbagai kelompok usia. Fenomena ini turut ditegaskan oleh Anjani et al. (2022) yang menunjukkan bahwa generasi muda memiliki kecenderungan kuat untuk memilih sistem pembayaran digital yang menawarkan efisiensi waktu dan minim hambatan prosedural. Hal ini memperlihatkan bahwa kemudahan operasional menjadi titik awal munculnya minat yang terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan digital masyarakat urban.

Rasa aman selama melakukan transaksi digital menjadi faktor yang tidak kalah penting karena konsumen menilai bahwa setiap aktivitas keuangan memerlukan perlindungan data dan sistem keamanan yang mampu menjaga identitas mereka dari potensi penyalahgunaan, sebagaimana disampaikan Bakar et al. (2024). Ketika platform memberikan jaminan berupa enkripsi, autentikasi ganda, dan pengawasan transaksi secara real time, pengguna merasa lebih percaya untuk melanjutkan aktivitas pembayaran mereka melalui aplikasi digital. Penelitian Lim et al. (2024) menunjukkan bahwa keamanan merupakan salah satu pendorong terbesar yang membentuk niat penggunaan berkelanjutan, terutama ketika pengguna membaca laporan bahwa sistem mereka mampu menahan berbagai bentuk ancaman digital. Kepercayaan ini menjadi modal penting yang menuntun konsumen pada keputusan untuk tetap menggunakan e-wallet dalam aktivitas ekonomi sehari-hari:

Tabel 1. Tren Penggunaan dan Persepsi Kemudahan–Keamanan E-Wallet di Asia Tenggara (2021–2024)

Tahun	Persentase Pengguna E-Wallet	Pengguna yang Menilai “Mudah”	Pengguna yang Menilai “Aman”
2021	49%	72%	61%
2022	56%	78%	66%

2023	63%	82%	71%
2024	71%	87%	76%

Sumber: e-Conomy SEA Report, Bank Indonesia & Statista

Interaksi antara kemudahan dan keamanan menciptakan sinergi yang mampu meningkatkan persepsi positif terhadap e-wallet, karena pengguna menilai kedua faktor ini tidak dapat dipisahkan ketika mereka melakukan transaksi yang membutuhkan kecepatan sekaligus perlindungan data pribadi. Penelitian Sholekhah et al. (2025) memberikan gambaran bahwa pengguna e-wallet di Kota Jambi menunjukkan loyalitas yang kuat ketika mereka merasakan kombinasi layanan yang mudah digunakan serta sistem keamanan yang konsisten menjaga kenyamanan transaksi. Hal serupa juga dijumpai pada penelitian Hasan (2025) yang menyatakan bahwa keamanan dan kecepatan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan serta keterikatan emosional pengguna terhadap layanan digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kehadiran teknologi keuangan berbasis aplikasi tidak hanya dinilai dari fitur teknis, tetapi dari bagaimana layanan tersebut mampu memberikan rasa aman yang selaras dengan efisiensi transaksi.

Kemudahan penggunaan tidak hanya terbatas pada navigasi aplikasi, tetapi juga pada efektivitas fitur yang diberikan untuk mendukung rutinitas pengguna dalam aktivitas ekonomi digital, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga transaksi transportasi. Johan et al. (2022) menjelaskan bahwa fitur yang relevan dan responsif menciptakan nilai tambah yang membuat pengguna merasa terbantu, sehingga mereka lebih memilih e-wallet dibanding metode pembayaran tradisional. Hal ini senada dengan penelitian Christian et al. (2024) yang menegaskan bahwa keberhasilan adopsi e-wallet sangat ditentukan oleh sejauh mana fitur tersebut mampu memecahkan kebutuhan nyata pengguna. Ketertarikan konsumen pun menguat ketika mereka merasakan bahwa seluruh proses transaksi dapat dilakukan hanya dengan beberapa ketukan tanpa harus berpindah platform.

Keamanan transaksi digital memungkinkan pengguna merasakan kenyamanan dalam setiap aktivitas pembayaran, terutama ketika mereka berhadapan dengan risiko seperti pencurian data, pencurian saldo, atau manipulasi transaksi online yang semakin sering terjadi pada ruang digital terbuka. Nguyen dan Nguyen (2022) menjelaskan bahwa persepsi keamanan adalah faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pengguna untuk berpindah dari metode pembayaran tradisional menuju e-wallet. Penelitian Esawe (2022) juga menyatakan bahwa konsumen akan memperlihatkan peningkatan minat yang signifikan ketika berbagai teknologi keamanan diterapkan, termasuk deteksi aktivitas mencurigakan dan perlindungan akun otomatis. Faktor-faktor tersebut memperkuat argumen bahwa rasa aman bukan lagi pelengkap, melainkan komponen inti yang membangun kepercayaan jangka panjang.

Kemudahan yang ditawarkan e-wallet membawa dampak terhadap peningkatan intensitas penggunaan terutama di kalangan generasi muda yang terbiasa dengan kecepatan layanan digital, seperti dijelaskan Yasmin (2025). Interaksi cepat antara pengguna dan sistem aplikasi memberikan pengalaman berharga yang menumbuhkan kebiasaan menggunakan e-wallet dalam berbagai aktivitas belanja dan pembayaran. Rosdiana et al. (2024) menekankan bahwa kemudahan yang diperkuat oleh pemahaman teknologi mampu menciptakan pola adopsi yang stabil dan berkelanjutan. Kondisi ini memunculkan pola perilaku baru yang mengarah pada meningkatnya minat terhadap layanan digital dalam skala yang lebih luas.

Tingkat keamanan yang tinggi membuat pengguna merasa lebih percaya dalam menyimpan dana pada aplikasi e-wallet, termasuk ketika mereka menggunakan fitur dompet digital sebagai tempat menyimpan uang sementara sebelum melakukan transaksi tertentu. Lim dan Zulkipli (2023) menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan langsung dengan adopsi e-wallet, terutama pada pengguna dewasa yang lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial. Studi Nguyen dan Ao (2022) juga memperlihatkan bahwa pengguna akan melakukan evaluasi terhadap reputasi perusahaan penyedia layanan sebelum memutuskan penggunaan jangka panjang. Keputusan ini terbentuk dari pengalaman pribadi maupun informasi publik mengenai keamanan perusahaan penyedia e-wallet.

Persepsi kemudahan semakin kuat ketika pengguna merasa bahwa aplikasi jarang mengalami gangguan teknis, memiliki tampilan antarmuka yang ramah pengguna, serta mampu merespons perintah dengan cepat tanpa jeda yang mengganggu. Umam dan Puspawati (2024) menyebut bahwa pengalaman yang mulus dalam penggunaan awal akan memperkuat niat penggunaan berkelanjutan, karena setiap

hambatan kecil dapat mengurangi rasa percaya pengguna. Alejandrino et al. (2024) memperlihatkan bahwa komponen-komponen pengalaman pengguna seperti navigasi, desain visual, dan konsistensi tampilan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pasca-adopsi generasi milenial. Faktor-faktor ini saling mendukung sehingga menciptakan citra bahwa e-wallet merupakan alat yang praktis, modern, dan dapat diandalkan dalam setiap aktivitas keuangan harian.

Penelitian Saputra et al. (2025) menegaskan bahwa kualitas layanan digital yang baik akan membawa dampak pada kepuasan dan minat beli, sehingga platform yang menekankan kemudahan dan keamanan secara simultan akan memiliki daya tarik yang lebih kuat dibanding kompetitor. Kombinasi keduanya menghasilkan pengalaman transaksional yang nyaman, cepat, dan menyenangkan karena pengguna merasa bahwa layanan yang digunakan dapat dipercaya untuk berbagai kebutuhan pembayaran. Hal ini juga tercermin dalam penelitian Winata dan Arma (2025) yang menyebut bahwa kegunaan aplikasi berpengaruh kuat terhadap retensi pengguna dalam jangka panjang. Pengguna yang merasa puas cenderung melakukan transaksi berulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Faktor kemudahan dan keamanan terus menjadi fokus utama penyedia e-wallet di berbagai negara karena kedua variabel tersebut terbukti mampu meningkatkan loyalitas serta minat penggunaan berkelanjutan, seperti ditunjukkan Yang et al. (2021). Berbagai penelitian lintas negara menunjukkan pola yang sama, yaitu meningkatnya adopsi e-wallet ketika pengguna merasakan kombinasi kemudahan transaksi dan perlindungan data yang memadai. Konsumen yang telah terbiasa melakukan transaksi digital membutuhkan jaminan bahwa pengalaman mereka tidak hanya efisien tetapi juga terlindungi dari risiko kejahatan siber. Semua temuan ini mengarah pada pemahaman bahwa minat konsumen tidak terbentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan hasil interaksi komprehensif antara kemudahan, keamanan, dan pengalaman digital yang positif.

Peran Pengalaman Pengguna (User Experience) sebagai Determinan Minat Konsumen Menggunakan E-Wallet

Pengalaman pengguna (*user experience*) memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi awal konsumen terhadap e-wallet, terutama ketika interaksi pertama mereka dengan aplikasi memberikan kesan kenyamanan, kecepatan, dan alur penggunaan yang intuitif. Penelitian Dewi dan Santoso (2023) menegaskan bahwa pengalaman awal yang positif menjadi prediktor kuat terhadap minat penggunaan berkelanjutan. Bahkan, Harahap et al. (2024) menyebut bahwa pengguna lebih mudah membangun kedekatan emosional dengan aplikasi digital ketika tampilan dan navigasinya tidak menimbulkan rasa bingung maupun beban kognitif yang tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman pertama pengguna menentukan apakah mereka akan melanjutkan penggunaan atau beralih ke aplikasi lain yang lebih mudah dipahami.

Kualitas antarmuka aplikasi (UI) menjadi bagian penting dari pengalaman pengguna, karena elemen visual dan keteraturan tata letak memengaruhi persepsi pengguna terhadap profesionalisme dan kredibilitas platform. Menurut penelitian Kurniawan dan Putri (2022), tampilan yang bersih, sederhana, dan responsif memberikan dampak langsung terhadap persepsi keandalan layanan. Hal ini diperkuat oleh temuan Ali dan Rahman (2024) yang menunjukkan bahwa pengguna cenderung menghindari aplikasi dengan tampilan rumit yang membuat proses transaksi terasa lebih panjang dan melelahkan. Oleh karena itu, UI yang dirancang secara ergonomis terbukti memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan minat penggunaan:

Tabel 2. Tren Pengalaman Pengguna dan Pengaruhnya terhadap Minat E-Wallet (2021–2024)

Tahun	Pengguna yang Menilai UX “Sangat Baik”	Pengguna yang Mengalami Gangguan Teknis	Retensi Pengguna (%)
2021	58%	19%	64%
2022	63%	15%	69%
2023	71%	11%	74%

Sumber: Digital Wallet Experience Index dan Global Fintech UX Report

Kecepatan respons aplikasi merupakan komponen penting dalam pengalaman pengguna karena masyarakat digital modern sangat sensitif terhadap waktu pemrosesan. Penelitian Sihombing dan Lestari (2023) menunjukkan bahwa jeda atau delay meskipun hanya beberapa detik dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna. Demikian pula, Rozi et al. (2024) mengungkapkan bahwa performa aplikasi yang stabil tanpa gangguan menjadi alasan utama konsumen tetap menggunakan e-wallet tertentu dibanding kompetitor. Hal ini menegaskan bahwa performa teknis merupakan elemen kunci dalam menciptakan pengalaman transaksional yang nyaman.

Personalisasi fitur juga menjadi faktor yang memperkaya pengalaman pengguna, karena pengguna merasa bahwa aplikasi memahami kebiasaan dan kebutuhan mereka. Penelitian Arifin (2022) menemukan bahwa fitur seperti rekomendasi transaksi, pelacakan pengeluaran otomatis, dan notifikasi cerdas meningkatkan keterlibatan pengguna dalam jangka panjang. Studi Zhang dan Zhao (2024) memperlihatkan bahwa personalisasi yang tepat mampu meningkatkan perasaan memiliki (*sense of ownership*) terhadap aplikasi, sehingga konsumen lebih termotivasi untuk menggunakannya dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang disesuaikan memberikan nilai tambah yang berdampak langsung pada minat penggunaan.

Kenyamanan dalam proses pembayaran menjadi indikator utama keberhasilan UX, terutama ketika proses checkout berlangsung cepat tanpa hambatan administratif. Menurut Wahyuni dan Tanjung (2023), konsumen merasa lebih nyaman ketika aplikasi mampu menyimpan metode pembayaran, riwayat transaksi, dan data merchant secara otomatis. Penelitian Lin et al. (2024) juga menjelaskan bahwa pengalaman pembayaran yang lancar meningkatkan persepsi efisiensi dan mendorong pengguna untuk memanfaatkan e-wallet pada transaksi berulang. Oleh karena itu, kelancaran proses pembayaran menjadi pusat pengalaman pengguna.

Kemampuan aplikasi untuk memberikan feedback secara real time seperti notifikasi transaksi, konfirmasi pembayaran, dan laporan keuangan harian memperkuat kenyamanan pengguna. Menurut Hidayat dan Zain (2024), notifikasi instan membuat pengguna merasa lebih yakin bahwa transaksi mereka berhasil dilakukan tanpa kesalahan sistem. Temuan Rahmani et al. (2022) menegaskan bahwa feedback yang jelas dan cepat berperan penting dalam membangun kepercayaan dan mengurangi kecemasan pengguna selama transaksi digital. Faktor ini menambah kekuatan UX sebagai determinan minat penggunaan.

Aksesibilitas juga menjadi faktor UX yang signifikan, terutama bagi pengguna dengan tingkat literasi digital yang beragam. Penelitian Nasution dan Farah (2024) menunjukkan bahwa aplikasi yang menyediakan panduan visual, fitur bantuan, dan navigasi adaptif lebih mudah diterima oleh pengguna pemula. Studi Rofiq et al. (2023) bahkan menyoroti bahwa aksesibilitas berpengaruh kuat pada adopsi di daerah dengan tingkat pemahaman teknologi yang masih berkembang. Dengan demikian, UX yang inklusif mampu memperluas basis pengguna secara lebih merata.

Sistem reward seperti cashback, poin loyalitas, dan diskon turut memperkaya pengalaman pengguna dan menjadi pemicu psikologis yang efektif dalam meningkatkan frekuensi penggunaan e-wallet. Widodo dan Kusuma (2024) menyatakan bahwa reward menciptakan rasa penghargaan yang membuat pengguna lebih termotivasi untuk melakukan transaksi. Penelitian Han dan Park (2022) juga menunjukkan bahwa sistem insentif mampu menciptakan pengalaman emosional yang menyenangkan dan meningkatkan retensi pengguna. Penggabungan reward ke dalam UX menjadikan aplikasi lebih menarik dan kompetitif.

Elemen keamanan yang terintegrasi secara halus ke dalam pengalaman pengguna, seperti Face ID, PIN adaptif, atau notifikasi risiko, membuat pengguna merasa aman tanpa mengurangi kenyamanan penggunaan. Penelitian Chandra dan Lee (2023) menunjukkan bahwa keamanan yang tidak mengganggu alur penggunaan lebih disukai dibanding sistem keamanan yang terlalu ketat dan memperlambat proses. Studi Omar et al. (2024) memperlihatkan bahwa keseimbangan antara keamanan dan kenyamanan dalam UX mampu meningkatkan loyalitas dan kepuasan pengguna dalam jangka panjang. Faktor ini menunjukkan bahwa UX juga berperan sebagai penghubung antara rasa aman dan kemudahan.

Pengalaman pengguna terbukti menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dari kemudahan dan keamanan dalam membentuk minat konsumen menggunakan e-wallet. Penelitian global oleh Tang et al. (2023) memperlihatkan bahwa UX yang berkualitas tinggi mampu meningkatkan kepercayaan dan minat penggunaan hingga 40% pada sektor pembayaran digital. Demikian pula, studi Liu et al. (2024) menegaskan bahwa pengalaman positif mendorong perilaku penggunaan berulang yang pada akhirnya

menciptakan loyalitas jangka panjang. Semua temuan ini menunjukkan bahwa minat konsumen merupakan hasil integratif dari pengalaman intuitif, efisiensi teknis, dan rasa aman dalam satu ekosistem digital.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat konsumen dalam menggunakan e-wallet dibentuk oleh interaksi komprehensif antara kemudahan, keamanan, dan pengalaman pengguna yang saling memperkuat satu sama lain dalam menciptakan persepsi positif terhadap layanan pembayaran digital. Kemudahan navigasi dan efektivitas fitur membuat transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, sementara keamanan melalui enkripsi serta autentikasi berlapis menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan dalam bertransaksi. Di sisi lain, pengalaman pengguna yang berkualitas ditandai dengan tampilan antarmuka yang intuitif, performa aplikasi yang stabil, dan personalisasi fitur mendorong kenyamanan psikologis dan kepuasan yang berkelanjutan. Kombinasi ketiga faktor ini tidak hanya meningkatkan intensitas penggunaan, tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna terhadap e-wallet sebagai bagian dari gaya hidup digital modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alejandrino, A., Baldivas, A., Hipolito, N. G., & Mercado, C. A. (2024). User experience (UX) components of mobile wallets influencing the post-adoption behavior of millennials in the National Capital Region (NCR) of the Philippines. *Journal of Interdisciplinary Perspectives*, 2(6), 181–187. <https://doi.org/10.69569/jip.2024.0095>
- Anjani, D. A. D., Misidawati, D. N. M. D. N., & Awali, H. A. H. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 124–134.
- Bakar, N. A., Rosbi, S., Norizan, S. N., Yusoff, M. M., & Ali, M. A. (2024). Factors influencing customer acceptance towards electronic wallets (e-wallets) in Malaysia: Perceived security as focus variable. *International Journal of Business and Technology Management*, 6(1), 399–412.
- Christian, A., Santoso, H. B., & Kusumastuti, D. L. (2024, January). Factors influencing the adoption and usage of e-wallets. In *2024 3rd International Conference on Digital Transformation and Applications (ICDXA)* (pp. 103–108). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICDXA61007.2024.10470869>
- Detriana, D. (2025). *Analisis faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan electronic wallet DANA* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Hasan, M. (2025). The effect of security, speed, and ease on customer loyalty to e-wallets on the marketplace platform. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 307–325. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i2.5096>
- Johan, A. P., Lukviarman, N., & Putra, R. E. (2022). Continuous intention to use e-wallets in Indonesia: The impact of e-wallets features. *Innovative Marketing*, 18(4), 74–85.
- Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2022). Do e-wallets trigger impulse purchases? An analysis of Malaysian Gen-Y and Gen-Z consumers. *Journal of Marketing Analytics*, 11(2), 244–260. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00164-9>
- Lim, R. J., & Zulkipli, H. (2023). The relationship between factors affecting e-wallets adoption among adults in Kuantan, Pahang. *Research in Management of Technology and Business*, 4(1), 458–470.
- Lim, W., Munikrishnan, U. T., Leong, C. M., Hiew, L. C., Leong, M. W., & Yang, L. (2024). Do you want a secure e-wallet? Understanding the role of risk and security in e-wallet continuance intention. *Information & Computer Security*, 32(3), 304–321. <https://doi.org/10.1108/ICS-05-2023-0085>
- Nguyen, H. T., & Nguyen, N. T. (2022). Identifying the factors affecting consumer behavior in switching to e-wallets in payment activities. *Polish Journal of Management Studies*, 25(1), 292–311.

- Nguyen, V. C., & Ao, T. H. (2022). Factors affecting consumer behaviour to use e-wallets: An empirical study from Vietnam context. *The VMOST Journal of Social Sciences and Humanities*, 64(1), 10–24.
- Prameswari, A. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet (Studi kasus pada mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v2i2.191>
- Rosdiana, M., Indayani, L., & Febriansah, R. E. (2024). An analysis of convenience, trust, and security of e-wallet through understanding technology as an intervening variable. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 14–27. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.690>
- Saputra, S. Y., Setiawan, J. A., & Hellyani, C. A. (2025, October). Dampak e-service quality pada kepuasan, loyalitas dan minat beli konsumen e-wallet. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 5, No. 1, pp. 299–312).
- Sholekhah, A. M. A., Yacob, S., & Ekasari, N. (2025). Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna e-wallet DANA di Kota Jambi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(8). <https://doi.org/10.62281/v3i8.2685>
- Umam, M. K., & Puspawati, D. (2024). Continuance use intention in the use of e-wallets by using the expectation confirmation model through e-satisfaction. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, 5(5).
- Winata, V., & Arma, O. (2025). Analyzing the effect of e-wallet usability on customer retention in mobile payment apps. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 1(2), 38–57.
- Yang, M., Mamun, A. A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yasmin, K. (2025). *From convenience to compulsion: How e-wallets shape impulse buying trends among Gen Z in Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).