

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
E-WALLET DANA SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DIGITAL  
(Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas  
Tridinanti)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**MUHAMMAD FARHAN FITRIANSYAH**

**NPM. 21 01 11 02 04**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2025**

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD FARHAN FITRIANSYAH  
Nomor Pokok/NIM : 2101110204  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Proposal : PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
E-WALLET DANA SEBAGAI ALAT  
TRANSAKSI DIGITAL (Studi kasus  
mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen  
Universitas Tridinanti)

Pembimbing Proposal

Tanggal 13-2-2025 Pembimbing I :

  
Hj. Agustina Marzuki, SE., M.Si  
NIDN : 0008086502

Tanggal 13-2-2025 Pembimbing II :

  
H. Hisbullah Basri, SE., M.Si  
NIDN : 0212016201


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal 13-2-2025



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN : 0202026401

Ketua Prodi Manajemen  
Tanggal 13-2-2025

  
Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si  
NIDN : 0226028303

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD FARHAN FITRIANSYAH  
Nomor Pokok/NIM : 2101110204  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Proposal : PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
E-WALLET DANA SEBAGAI ALAT  
TRANSAKSI DIGITAL (Studi kasus  
mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen  
Universitas Tridinanti)

Pembimbing Proposal

Tanggal 13-2-2025 Ketua Penguji :

Hj. Agustina Marzuki, SE., M.Si  
NIDN : 0008086502

Tanggal 13-2-2025 Penguji I :

H. Hisbullah Basri, SE., M.Si  
NIDN : 0212016201

Tanggal 11/2-2025 Penguji II :

Hasyunah, SE. MM  
NIDN : 0207126001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 13-2-2025



Dr. Msy. Mikiat, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN : 0202026401

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 13-2-2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si  
NIDN : 0226028303

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Motto:

*“Lakukan apa yang kau mau, sekarang*

*Saat hatimu bergerak, jangan kau larang*

*Hidup ini tak ada artinya, maka*

*Kau bebas mengarang maknanya seorang!”*

(Hindia- Berdansalah, Karir Tak Ada Artinya)

### **skripsi ini di persembahkan untuk:**

- ∞ Allah SWT yang telah memberikan jalan dan hidayahnya.
- ∞ Aku persembahkan cinta dan sayang ku kepada Orang tua ku dan Kakak perempuan ku, yang telah menjadi motivasi dan inspirasi dan tiada henti memberikan dukungan serta do'a nya untuk ku.
- ∞ Terima kasih yang tak terhingga dan kupersembahkan teruntuk dosen-dosen ku, terutama pembimbingku yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada ku.
- ∞ Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih atas doa, dorongan dan kerjasamanya.
- ∞ Almamater yang selalu ku banggakan

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Farhan Fitriansyah  
Nomor Pokok : 2101110204  
Angkatan : 2021  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Skripsi :PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-  
WALLET* DANA SEBAGAI ALAT TRANSAKSI  
DIGITAL ( Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 22,23,24  
Prodi Manajemen Universitas Tridinanti).

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri – ciri plagiat dan bentuk – bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, Januari 2025



Muhammad Farhan Fitriansyah

## ABSTRAK

**MUHAMMAD FARHAN FITRIANSYAH, Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Alat Transaksi Digital. (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 22,23,24 Prodi Manajemen Universitas Tridinanti)**

Skripsi ini pada dasarnya membahas Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E Wallet Dana Sebagai Alat Transaksi Digital. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh, Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E Wallet Dana Sebagai Alat Transaksi Digital (studi kasus mahasiswa Angkatan 22,23,24 prodi manajemen universitas tridinanti) secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji simultan (F) dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 26.0.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 26 pada uji F diperoleh F hitung sebesar  $(0,000 < 0,05)$  diketahui bahwa Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Layanan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E Wallet* Dana Sebagai Alat Transaksi Digital. Hasil uji t menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai signifikan sebesar  $0,892 > 0,05$  Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan Kualitas Layanan (X3) berpengaruh dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai Adjusted R Square sebesar 0,762 ini berarti berkontribusi variabel independent mempengaruhi variabel dependen (keputusan penggunaan) sebesar 76,2% sedangkan sisanya sebesar 23,8% dipengaruhi variabel lain diluar model.

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan, Keputusan Penggunaan**

## ABSTRACT

**MUHAMMAD FARHAN FITRIANSYAH, *The Influence of Lifestyle, Customer Trust, Service Quality on the Decision to Use Dana E-Wallet as a Digital Transaction Tool. (Case Study of Management Class 22,23,24 Study Program Students at Tridinanti University)***

*This thesis basically discusses the Influence of Lifestyle, Customer Trust and Service Quality on the Decision to Use Dana E-Wallet as a Digital Transaction Tool. The purpose of this study is to determine, analyze, and prove the influence, Influence of Lifestyle, Customer Trust and Service Quality on the Decision to Use Dana E-Wallet as a Digital Transaction Tool (case study of management study program students at Tridinanti University) simultaneously or partially.*

*This study uses multiple linear analysis. The analysis techniques used are multiple linear analysis, classical assumption test, coefficient of determination, simultaneous test (F) and partial test (t) using SPSS 26.0.*

*Based on the results of data processing with SPSS Version 26 in the F test, the calculated F is  $(0.000 < 0.05)$  it is known that Lifestyle, Customer Trust and Service Quality together have a positive and significant influence on the Decision to Use Dana E-Wallet as a Digital Transaction Tool. The results of the t-test show that Lifestyle (X1) does not affect the Decision to Use with a significant value of  $0.892 > 0.05$  Customer Trust (X2) has a significant effect of  $0.000 < 0.05$  and Service Quality (X3) has a significant effect of  $0.000 < 0.05$ . The Adjusted R Square value of 0.762 means that the independent variable contributes to influencing the dependent variable (decision of use) by 76.2%, while the remaining 23.8% is influenced by other variables outside the model.*

***Keywords: Lifestyle, Customer Trust, Service Quality, Decision to Use***

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi sebagai proses akhir dalam menyelesaikan pendidikan dibangku perkuliahan.

Diiringi rasa syukur yang tiada terkira kepada sang Khalik, maka dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr M. Ima Andriyani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Hj. Agustina Marzuki, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Bapak H. Hisbullah Basri, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.



7. Ibu Dr Yolanda Veyibitha, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan bagi Penulis.
9. Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ibu Marwiyah dan Bapak Santono. Terima kasih atas pengorbanan, nasihat, semangat, motivasi.
10. Kepada saudari penulis, Indah Permata Sari S.T. Terima kasih atas segala do'a serta dukungan baik moril maupun materil yang telah diberikan kepada penulis.
11. Kepada Almamater Universitas Tridianti Palembang yang sudah menjadi tempat menuntut ilmu dan banyak memberikan pelajaran untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, Januari 2025

Muhammad Farhan Fitriansyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN REVISI PROPOSAL .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. <i>Theory Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2.1.2. Keputusan Penggunaan .....	13
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Penggunaan .....	13
2.1.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan .....	15
2.1.2.3. Dimensi Dan Indikator Keputusan Penggunaan .....	18
2.1.3. Gaya Hidup.....	19

2.1.3.1. Pengertian Gaya Hidup .....	19
2.1.3.2. Dimensi & Indikator Gaya Hidup .....	20
2.1.3.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	21
2.1.4.Kepercayaan Pelanggan .....	22
2.1.4.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan .....	22
2.1.4.2. Dimensi & Indikator Kepercayaan Pelanggan .....	24
2.1.4.3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan .....	25
2.1.5. Kualitas Layanan .....	26
2.1.5.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	26
2.1.5.2. Prinsip – Prinsip Kualitas Kualitas layanan .....	27
2.1.5.3. Dimensi & Indikator Kualitas Layanan .....	29
2.1.5.4. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan .....	30
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.3. Kerangka Berpikir .....	35
2.4. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	37
3.1.1.Tempat Penelitian .....	37
3.1.2.Waktu Penelitian .....	37
3.2. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.2.1.Sumber Data .....	38
3.2.2.Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling .....	39
3.3.1.Populasi .....	39
3.3.2.Sampel .....	40

3.3.3. Teknik Sampling .....	42
3.4. Rancangan / Desain Penelitian .....	43
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	44
3.5.1. Definisi Operasional .....	45
3.6. Instrumen Penelitian .....	46
3.7. Uji Validitas .....	47
3.8. Uji Realibilitas .....	48
3.9. Teknis Analisis Data .....	48
3.9.1. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
3.9.3. Koefisien Korelasi (r) .....	50
3.9.4. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	51
3.9.5. Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	55
4.1.1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti ..	55
4.1.2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti .....	57
4.1.3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	58
4.2. Karakteristik Responden .....	64
4.2.1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	65
4.2.2. Karakteristik Responden Usia .....	65
4.2.3. Karakteristik Responden Penggunaan Aplikasi Dana .....	66
4.3. Uji Instrumen .....	67
4.3.1. Uji Validitas .....	67

4.3.2. Uji Realibilitas .....	72
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	72
4.4.1. Uji Normalitas .....	73
4.4.2. Uji Heteroskedastisitas .....	74
4.4.3. Uji Multikolinearitas .....	75
4.5. Uji Teknik Analisis Data .....	76
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
4.5.2. Analisis Koefisien Korelasi (R) .....	78
4.5.3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
4.6. Uji Hipotesis .....	80
4.6.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	80
4.6.2. Uji Parsial (Uji T) .....	82
4.7. Pembahasan .....	85
4.7.1. Pembahasan Secara Simultan .....	85
4.7.2. Pembahasan Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan .....	86
4.7.3. Pembahasan Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	88
4.7.4. Pembahasan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	89
BAB V PENUTUP.....	91
5.1. Kesimpulan .....	91
5.2. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN .....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 3.2. Rekap Jumlah Mahasiswa Prodi FEB UNANTI Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen .....	40
Tabel 3.3. Angkatan Dan Sample .....	41
Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.5. Skala Linert .....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Dana ...	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	68
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X2).....	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X3).....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y).....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Korelasi ( R ).....	79
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi ( R <sup>2</sup> ).....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji f).....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji t (parsial).....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.Dana Jadi Aplikasi No 1 Di Indonesia Tahun 2024.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.....	59
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	74

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan cepat sekarang ini sangat mempengaruhi aktivitas bisnis sehari-hari, dimana segala aspek sudah mulai berubah dari yang dulunya masih berupa tradisional sekarang perlahan-lahan mulai berubah ke arah digital. Mulai dari kehidupan sehari-hari yang sangat dipermudahkannya dengan masuknya era digital sekarang ini. Tanpa kita sadari, semua aktivitas yang kita lakukan sekarang ini hampir semuanya beroperasi secara digital. Dengan masuknya kita ke dalam revolusi industri bisnis membuat semua pekerjaan baik itu manufaktur, jasa, hingga kesehatan memasuki era dimana segala sesuatu sangat mudah, cepat, efektif, efisien, dan terlebih lagi dengan biaya yang dapat ditekan lebih murah dengan penerapan teknologi. Trend pembayaran yang dapat dilakukan melalui handphone mulai bermunculan, banyak perusahaan besar yang berlomba-lomba untuk memunculkan sistem yang sama, salah satunya perusahaan jaringan terbesar di Indonesia Teknologi dengan cashnya, dan juga yang baru-baru ini muncul dengan penawaran promosi yang menarik minat para konsumen Indonesia adalah Dana (Kesuma, 2022)

Di Indonesia popularitas pembayaran digital dengan uang elektronik semakin meningkat tajam seiring dengan berkembangnya bisnis *financial technology* (fintech), yang juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan startup yang bergerak disektor keuangan digital. 430 Masyarakat memiliki keleluasaan



untuk memilih brand sesuai kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi digital ini. Semua transaksi pembelian baik *online* maupun *offline* dapat dilakukan tanpa menggunakan uang tunai (*cash less*). Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik (*e-money*). *E-money* dianggap sebagai alternatif pembayaran non tunai yang lebih efektif. Uang elektronik umumnya disimpan dalam dompet digital demi kemudahan akses (Kumala & Mutia, 2020). Terdapat beberapa kegiatan bisnis untuk memanfaatkan media elektronik salah satunya pada aplikasi *E-Wallet* yang sudah berkembang di Indonesia yang dikenal sebagai Electronic Wallet atau dikenal sebagai *E-Wallet*. *E-Wallet* adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh Masyarakat (Abrilia, 2020).

Aplikasi Dana Salah satu dompet digital yang terkenal dan baru memulai di era sekarang ini adalah Dana. Perkembangan dompet digital di Indonesia terbilang cukup ramai peminatnya. Hal ini terlihat dari perkembangan dompet digital di Indonesia (Lidwina, 2020). Dana merupakan *platform* pembayaran digital yang mengusung open *platform* dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai - gerai online maupun konvensional manapun. Dana menyediakan layanan pembayaran secara *nontunai* dalam satu *platform* di Indonesia. mulai dari transaksi transportasi, kirim uang, belanja online, transaksi di merchant yang menjadi mitra, menabung, hingga membayar tagihan bulanan. Sumber uang di aplikasi juga bisa dari manapun, baik akun bank, kartu kredit, maupun saldo Dana. yang menjadi pendatang baru tidaklah mudah, harus ada inovasi yang membedakan layanan dompet digital Dana dengan produk lain. Dalam hal inovasi, Dana mengadopsi

teknologi kelas dunia yang dikembangkan oleh para programmer lokal, yakni anak-anak muda tanah air yang memiliki kompetensi global. Hal ini menjadikan Dana siap diandalkan oleh beragam sektor untuk mendukung peningkatan produktivitas dan efisiensi secara parsial. Inovasi terbaru Dana adalah menghadirkan Dana Protection. Dana Protection merupakan jaminan proteksi 100 persen untuk kenyamanan dan keamanan penggunaan Dana. Selain itu, pengguna premium bisa memanfaatkan fitur ini sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan Dana (Himawati, 2021).

*E wallet* Dana ialah digital payment di Indonesia yang resmi aman, bisa dipakai sebagai transaksi keuangan *non cash*, aplikasi Dana digunakan untuk transaksi keuangan dan pembayaran yang dapat diakses melalui smartphone kapan saja dan dimana saja (Abrilia and Sudarwanto, 2022). Keunggulan dari aplikasi Dana dengan dompet digital lainnya adalah bisa melakukan segala jenis transaksi mulai dari pembayaran offline, transfer saldo, pembelian pulsa, pembayaran tagihan rumah tangga, kartu kredit, pembelian makanan, investasi tahunan, cicilan, dan masih banyak lagi (Angelia and Kartika, 2023)



# Top Publisher Awards 2024

APP - LEVEL

## Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score

Finance Genre

Rank	Icon	App Name	Company
1		DANA	Espay Debit Indonesia Koe
2		GoPay: Transfer & Payment	GoTo Group
3		BRImo BRI	Bank Rakyat Indonesia
4		EasyCash by PT. INDONESIA FINTOPIA TECHNOLOGY	. FINTOPIA TECHNOLOGY
5		Sribuu: Money Management App	Sribuu Dev Team
6		New Livin	Bank Mandiri
7		SeaBank	Bank Seabank
8		BCA mobile	Bank Central Asia
9		Mybca	Bank Central Asia
10		BTN Mobile	Bank Tabungan Negara

Top 10 is based on worldwide combined iOS App Store and Google Play (iOS only for China) overall downloads, consumer spend, monthly active users and their year-over-year growth estimates from data.ai for 2023. DNA data and data.ai's App IQ and Game IQ Taxonomy as of February 12, 2024. data.ai's Mobile Performance Score (MPS) takes into account engagement, monetization, user acquisition and growth.

Sumber: Dana.id(2024)

Pertumbuhan ini juga ditangkap oleh data.ai – perusahaan perusahaan data AI terpadu pertama, yang mengakui perusahaan seluler paling sukses di seluruh dunia melalui Top Publisher Awards. Tahun ini, Dana sukses meraih peringkat pertama untuk Top Publisher Awards 2024 kategori Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score (Finance Genre). Penghargaan ini diberikan untuk Dana berdasarkan pada perkiraan jumlah unduhan aplikasi, baik di iOS App Store dan Google Play dari seluruh dunia. Dalam peringkat tersebut, Dana ikut

bersanding bersama-sama dengan layanan perbankan dan digital bank terkemuka lainnya di Indonesia.

Menurut Sunarto (2019) dalam Sitepu *et al* (2022) gaya hidup atau *life style* adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi AIO (*activities, interest, opinion*) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan social), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapatan (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah social, bisnis social produk). Gaya hidup suatu masyarakat yang berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Gaya hidup masyarakat di jaman sekarang ini semakin modern dari masa kemasa.

Menurut Yuniarti (2018:27) dalam Solihin *et al* (2020) gaya hidup adalah budaya masyarakat di dunia dalam kehidupan sehari-hari, melukiskan bagaimanakah perilakunya individu memakai uang dan mengalokasikan waktu yang ada. Gaya hidup merupakan perbedaan perbuatan atau pola tindakan dari satu orang ataupun kelompok lain. Gaya hidup diduga selaku pandangan, maka bisa membangun identitas yang sifatnya personal ataupun kelompok. Gaya hidup bisa ditentukan individu yang berhubungan dengan penampilan dengan nilai yang tinggi dan status sosial. Gaya hidup termasuk faktor yang berpengaruh pada seseorang untuk memuaskan kebutuhannya dan sikap yang mempengaruhi penggunaan produk dan fitur yang dapat memotivasi seseorang untuk membuat keputusan pembelian Bora & Rahmawan (2022).

Menurut Jogiyanto (2019) mendefinisikan kepercayaan sebagai evaluasi yang dilakukan oleh seseorang setelah mengumpulkan, memproses, dan

menganalisis informasi yang diperoleh. Evaluasi tersebut mengarah pada pembentukan penilaian dan asumsi mengenai suatu pihak atau situasi. Indikator Kepercayaan Gurviesz dan Korchia (2017) mengidentifikasi tiga elemen membentuk kepercayaan, yaitu: Kemampuan (Ability); Integritas (Integrity); Kebajikan (Benevolence). Pendapat lain mengenai kepercayaan, seperti yang dikemukakan oleh Sangadji dan Sopiah (2019) kepercayaan merupakan suatu kemampuan wawasan yang dimiliki oleh pembeli serta seluruh penafsiran yang ditetapkan pembeli bahwa barang memiliki obyek, ciri-ciri, dan berguna. Dari beberapa definisi diatas, kepercayaan adalah suatu sikap atau yang terjadi ketika seorang konsumen percaya atas integritas dan kejujuran website online tersebut dan bahwa setiap orang yang dipercayai memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai dengan apa yang diharapkan.

Selain itu, menurut Chou P.F (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan dengan kepercayaan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Ukudi (2020) juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan. Dengan demikian pelanggan yang percaya terhadap perusahaan akan menyukai perusahaan tersebut karena adanya jaminan dari kualitas layanan yang bagus, sebaliknya konsumen yang tidak percaya terhadap perusahaan tidak akan menyukai perusahaan tersebut dikarenakan tidak adanya jaminan akan kualitas layanan yang bagus.

Menurut Supranto (2017: 226) kualitas layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Tjiptono & Chandra (2021: 74 -75) dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan personal tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur).

Dalam melakukan keputusan pengguna untuk menggunakan suatu produk/aplikasi, konsumen akan melalui beberapa tahap. Selanjutnya konsumen mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari suatu produk bagi kebutuhan mereka, hingga akhirnya konsumen akan membentuk preferensi atas produk tersebut dan berujung pada keputusan penggunaan (Kotler & Keller, 2017: 235). Peter dan Olson (2018) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Sedangkan menurut Nugroho (2022), keputusan penggunaan jasa adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Jadi, keputusan penggunaan yaitu sikap yang dilakukan konsumen untuk memilih satu diantara beberapa alternative pilihan yang ada. Hal ini menunjukkan semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* Dana dibanding *e-*

*wallet* lain yang beredar dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang ditawarkan oleh *e-wallet* Dana sendiri.

Sebagai salah satu elemen penting dalam kehidupan akademik, mahasiswa di Universitas Tridanti terlibat dalam berbagai kegiatan yang memerlukan aplikasi Dana untuk memudahkan aktivitas seperti transfer uang, menyimpan uang, pembelian pulsa dan data, pembayaran tagihan, dan pembayaran merchant (toko, restoran, kafe). Aplikasi Dana ini merupakan bagian penting untuk mendukung kelancaran kegiatan-kegiatan tersebut seperti contohnya transaksi atau untuk menyimpan keuangan tersebut, namun meskipun banyaknya kegiatan yang memerlukan aplikasi Dana, mahasiswa Universitas Tridanti seringkali menghadapi kesulitan dalam mengakses dan mengelola Dana tersebut. Aplikasi Dana ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk melakukan transaksi atau menyimpan keuangan dan memungkinkan mahasiswa untuk melihat alokasi Dana yang disetujui dan mengikuti perkembangannya. Melalui aplikasi Dana mahasiswa akan merasakan kemudahan dalam mengakses dan mengelola Dana yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan mereka. Dengan demikian, aplikasi ini memberikan manfaat langsung bagi mahasiswa di Universitas Tridanti.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Sebagai Alat Transaksi Digital (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 22,23,24 Prodi Manajemen Universitas Tridanti)**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti)?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti)?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti)?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan:

1. Pengaruh gaya hidup, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat



transaksi digital (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti).

2. Pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital pada mahasiswa (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti).
3. Pengaruh kepercayaan pelanggan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital pada mahasiswa (Studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti).
4. Pengaruh kualitas layanan terhadap secara parsial keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital (studi kasus mahasiswa angkatan 22,23,24 prodi manajemen Universitas Tridinanti).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi bidang ilmu manajemen, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan menyelidiki secara mendalam pengaruh gaya hidup, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana sebagai alat transaksi digital melalui studi kasus mahasiswa prodi manajemen Universitas Tridinanti.

- b. Bagi bidang ilmu pemasaran, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi pemasaran dalam merancang strategi yang lebih cerdas.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, untuk memperluas pengetahuan serta wawasan terkait bagaimana pengaruh gaya hidup, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana.
- b. Bagi pihak *e-wallet* Dana, penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat untuk pihak Dana sebagai bahan evaluasi dalam bidang pemasaran.
- c. Bagi pihak akademis, dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan gaya hidup, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pralytha, S. Y., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023, September). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Fitria, A., Purnomo, A. S. D., & Nugroho, P. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan E Wallet Dana Di kota Bangkalan. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(4), 345-353
- Puspitasari, C. D., & Susanti, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Online Customer Review dan E-Wom Terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi OVO Di Solo Raya. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(3), 241-256
- Widiastuti, T. M., Adiba, F., & Anwariyah, L. R. (2024). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana). *Akses: Journal Of Publik & Business Administration Science*, 6(2), 22-32
- Nurhadi, N., & Azis, A. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kesetiaan konsumen. *Jurnal Economia*, 14(1), 89.
- Aprilia, R. W. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa)
- Millah, F., Selasi, D., & Vidiati, H. C. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kecamatan Arjawinangun). *Research Accounting and Auditing Journal*, 1(1), 1-6.
- 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.
- Ahmadi, A. (2020). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 481-493.

- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1)
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290-310.
- Himawati, D. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436.
- Eldawati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada CV. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Matua Jurnal*, 4(1), 39-52.
- Kusuma, D. I., & Padji, A. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Dana di Yogyakarta. *Action Research Literate*, 7(10), 19-26.
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., TR, S. M., & Anisah, A. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 287-303.
- SIA Universitas Tridinanti. Diakses pada tanggal 5 November 2024 dari <https://www.univ-tridinanti.ac.id/modul/mhs/>.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Abrilia, F., & Sudarwanto, A. (2022). *E-wallet Dana: Solusi Pembayaran Digital Aman dan Praktis di Indonesia*. *Jurnal Teknologi Keuangan dan Pembayaran Digital*, 18(1), 55-67

- Angelia, R., & Kartika, P. (2023). *Keunggulan Aplikasi Dana dalam Transaksi Pembayaran Digital di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Digital dan Inovasi Teknologi*, 21(2), 89-102.
- Sitepu, R., Et Al. (2022). Gaya Hidup Dan Dimensi AIO Dalam Memahami Pola Kehidupan Konsumen. *Jurnal Sosial Dan Perilaku Masyarakat*, 14(3), 112-123.
- Sunarto, D. (2019). Konsep Gaya Hidup Dalam Perspektif Sosial Dan Ekonomi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 10(2), 45-58.
- Solihin, R., Et Al. (2020). Gaya Hidup Dalam Kehidupan Sehari-Hari: Pengaruh Budaya Masyarakat Dan Pengalokasian Sumber Daya. *Jurnal Sosiologi Dan Psikologi Sosial*, 17(3), 102-115.
- Yuniarti, S. (2018). Konsep Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Identitas Dan Status Sosial Individu. *Jurnal Psikologi Dan Sosial*, 5(2), 25-37.
- Bora, F., & Rahmawan, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran*, 20(4), 45-59.
- Jogiyanto, H. (2019). Kepercayaan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen: Proses Evaluasi Dan Penilaian Informasi. *Jurnal Psikologi Dan Manajemen*, 12(3), 67-78.
- Gurviesz, S., & Korchia, M. (2017). The Three Dimensions Of Trust: Ability, Integrity, And Benevolence. *International Journal Of Marketing And Business*, 8(4), 110-123.

- Sangadji, E. M., & Sopiah, A. (2019). Konsep Kepercayaan Dalam Perilaku Konsumen: Perspektif Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 34-47.
- Chou, P. F. (2019). *The Relationship Between Service Quality and Customer Trust*. *Journal of Business and Marketing Research*, 24(1), 45-59.
- Setiawan, D., & Ukudi, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Industri Jasa*. *Jurnal Manajemen dan Layanan*, 15(3), 112-125.
- Supranto, J. (2017). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan dan Implementasi dalam Kualitas Layanan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Strategi Pemasaran: Menciptakan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dan Produk*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Nugroho, A. (2022). *Keputusan Penggunaan Jasa: Proses Pengintegrasian Sikap dan Pengetahuan Konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 19(2), 88-101.
- Purwanto, A., & Budiman, I. (2020). *Penerimaan Teknologi Informasi: Aplikasi dan Variabel dalam Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 22(4), 211-225.

- Tumsifu, R., et al. (2020). *The Role of Technology Acceptance Model (TAM) in Explaining User Behavior and Adoption of Technology*. Journal of Information Technology and Innovation, 18(2), 133-146.
- Cahaya, S. (2016). *Menerapkan Model Penerimaan Teknologi untuk Menilai Penggunaan Sistem Informasi dalam Organisasi*. Jurnal Sistem Informasi, 14(1), 76-85.
- Setiawan, A. (2017). *Studi Empiris tentang Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Penerimaan Teknologi Baru*. Jurnal Manajemen dan Teknologi, 19(3), 98-110.
- Noviarni, R. (2017). *Keunggulan dan Relevansi Technology Acceptance Model (TAM) dalam Penelitian Teknologi Informasi*. Jurnal Teknologi dan Ilmu Komputer, 23(1), 42-55
- Fahmi, I. (2018). *Keputusan Penggunaan: Proses Penelusuran Masalah dan Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk*. Jurnal Psikologi Sosial, 16(2), 45-58.
- Andianto, H. (2022). *Keputusan Penggunaan e-Wallet Dana: Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen*. Jurnal Manajemen Teknologi dan Inovasi, 21(4), 123-135.
- Gantara, R., et al. (2018). *Proses Integrasi dalam Keputusan Penggunaan Produk dan Jasa: Studi Kasus pada Penggunaan Teknologi Baru*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(3), 102-115.

- Nurrahman, I., & Utama, M. (2019). *Pengukuran Keputusan Penggunaan: Reputasi, Pilihan Produk, dan Merek*. *Jurnal Pemasaran dan Konsumen*, 20(2), 75-89.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2018). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-10). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Setiadi, N. (2020). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Salemba Empat.
- Sutisna, S. (2020). *Perilaku Konsumen: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Kencana.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mandey, M. (2020). *Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen*. In Sitepu, D. D., & et al. (2022). *Analisis Gaya Hidup Konsumen di Era Digital*. Penerbit Graha Ilmu.
- Wibowo, A., & Suryanto, D. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup dalam penggunaan e-wallet Dana. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 15(2), 123-136.
- Balester, S., Ferrinadewi, H., & Dwi Y. (2018). Kepercayaan pelanggan sebagai variabel kunci dalam mengembangkan hubungan jangka panjang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 22(1), 1-10.



- Sugara, I. (2017). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 31(3), 45-56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Eldawati, L., Syarifuddin, M., & Lestari, F. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Penggunaan Layanan E-Wallet dalam Transaksi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 99-114.
- Andyka, A., et al. (2017). *Mengukur Kualitas Layanan: Evaluasi dan Perbandingan Kinerja Jasa dengan Standar yang Ada*. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 100-110.
- Herdiyani, I., & Suyanto, S. (2023). *E-Service Quality dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 9(2), 870-880.
- Nanincova, I. (2018). *Kualitas Layanan sebagai Keharusan untuk Memenuhi Kebutuhan dan Harapan Pelanggan*. *International Journal of Service Industry*, 14(1), 45-56.
- Supranto, J. (2019). *Kualitas Layanan: Penilaian dan Implikasi bagi Penyedia Jasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sitinjak, T. (2019). *Kualitas Layanan sebagai Persyaratan Dasar Perusahaan dalam Menawarkan Layanan Berkualitas*. *Jurnal Manajemen Layanan*, 8(1), 50-59.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Strategi Pemasaran Jasa: Menciptakan Kepuasan Pelanggan Melalui Produk Berkualitas*. Yogyakarta: Andi.

- Zeithaml, V. A., et al. (2018). *E-Service Quality and Its Impact on Consumer Behavior: A Study of E-Wallet Services*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 19(4), 854-866.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran: Edisi 15*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Rolando, J. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen Layanan*, 5(2), 54-59.
- Yam, J., & Taufik, M. (2021). *Hipotesis dalam Penelitian: Pengertian dan Penerapannya*. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 15(2), 45-57.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Janna, A., & Herianto, H. (2021). *Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen dalam Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 9(3), 120-130.