



PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FITUR DANA GOALS PADA DOMPET DIGITAL DANA

Ni Made Mega Febriyanti¹, R. Elly Mirati², Endang Purwaningrum³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Jakarta

Email: ni.mademegafebriyanti.ak20@mhs.w.pnj.ac.id*¹, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id², endang.purwaningrum@akuntansi.pnj.ac.id³

Abstract

This research is in the background of numerous cases of losing the balance of DANA users and placing DANA goals features that are not located on the main page of the DANA application so that the users do not know the advantages of the feature. This research aims to investigate how the influence of Electronic word of mouth and security on user decisions in using DANA goals on DANA applications and to test the hypothesis whether free variables are electronic word of mouth and safety influence on bound variables that use DANA goals features. In this study, sampling techniques are purposive samplings with criteria that respondents are users of the DANA goals feature. This research uses primary data through the distribution of questionnaires to 100 respondents. Double linear regression analysis with the help of SPSS version 26 is the method of analysis used. The results of this study show that partly Electronic word of mouth and security have a positive and significant influence on decisions using the DANA goals feature. In addition, simultaneous tests also show that electronic word of mouth and safety jointly positively and significantly influence decisions using DANA goals feature.

Keywords: *Electronic word of mouth, security, usage decision, DANA goals feature, e-wallet DANA.*

Abstrak

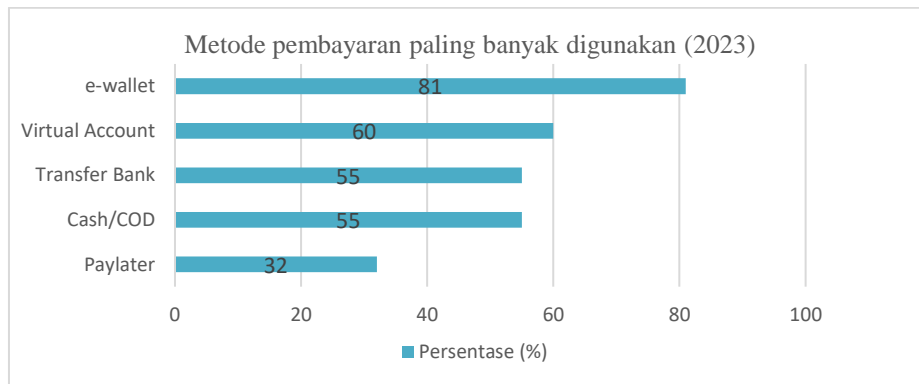
Penelitian ini di latarbelakangi oleh banyaknya kasus kehilangan saldo para pengguna DANA dan letaknya fitur DANA goals yang tidak terletak di halaman utama aplikasi DANA sehingga para pengguna DANA tidak mengetahui keunggulan fitur tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh *Electronic word of mouth* dan keamanan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan fitur DANA goals pada aplikasi DANA dan untuk menguji hipotesis apakah variabel bebas yaitu *Electronic word of mouth* dan keamanan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan menggunakan fitur DANA goals. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel ialah purposive sampling dengan kriteria responden adalah pengguna fitur DANA goals. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26 adalah metode analisis yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Electronic word of mouth* dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA goals. Selain itu, hasil uji simultan juga menunjukkan bahwa *Electronic word of mouth* dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA goals. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu dan wawasan mengenai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan fitur DANA goals.

Kata kunci: *Electronic word of mouth, keamanan, keputusan penggunaan, fitur DANA goals, dompet digital DANA*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi di seluruh dunia memberikan banyak dampak bagi manusia, salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Seiring berjalannya waktu, perbankan dan instrumen pembayaran mengalami perubahan dari *cash-based* menjadi *noncash-based*. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, terciptalah *financial technology* (*fintech*) yang berperan penting untuk memaksimalkan, mempercepat, dan mengubah metode pembayaran, penghimpunan atau penyaluran dana menjadi lebih efisien. Salah satu bentuk dari *financial technology* (*fintech*) adalah *e-wallet*.

Menurut Bank Indonesia, dompet digital ialah alat yang digunakan untuk melakukan transaksi dengan bentuk kartu atau uang elektronik yang memiliki dana dan menyimpan data instrument pembayaran. Menurut laporan yang dilansir melalui GoodStats terlihat bahwa metode pembayaran yang paling sering dipakai di Indonesia di tahun 2023 yaitu *e-wallet* sebanyak 81% lalu diikuti dengan VA sebanyak 60% dan transfer bank serta *cash* sebanyak 55%.



Gambar 1 Metode Pembayaran yang sering digunakan di 2023
Sumber: (GoodStats, 2023)

Salah satu *e-wallet* yang populer digunakan adalah DANA. DANA didirikan di tahun 2018 yang diluncurkan PT Espay Debit Indonesia Koe dan terdaftar oleh Bank Indonesia yang memiliki empat lisensi. DANA terdapat banyak keunggulan dan fitur yang bertujuan untuk memudahkan para penggunanya, salah satunya adalah fitur DANA *goals*. Fitur DANA *goals* merupakan fitur DANA yang dapat digunakan untuk menyimpan uang penggunanya dalam jumlah banyak. Fitur DANA *goals* berfungsi untuk menyimpan uang para penggunanya tanpa menyatukan dengan saldo DANA yang akan digunakan untuk pembayaran dan dilengkapi dengan fitur DANA *protection*, fitur tersebut akan menjamin uang pengguna akan aman di dalam DANA *goals* dan mengganti uang pengguna yang hilang apabila sesuai dengan syarat DANA *protection*.

Dengan adanya fitur yang memudahkan para penggunanya, DANA berhasil mendapatkan banyak minat masyarakat. DANA mencatat pertumbuhan 15% terkait dengan digitalisasi masyarakat pada kuartal pertama 2020. Selain itu, DANA juga mencatat banyaknya pengguna aktif DANA sampai tahun 2022 meningkat sebanyak 42% dari tahun 2021 dan terus mengalami kenaikan sebesar 23% dari tahun 2022. Berikut data jumlah pengguna DANA dari tahun 2019-2023.

Tabel 1 Total Pengguna DANA di tahun 2019-2023

Tahun	Total Pengguna
2019	35 juta orang
2020	50 juta orang
2021	95 juta orang
2022	130 juta orang
2023	170 juta orang

Sumber: (ANTARA News, 2024)

Di tengah maraknya penggunaan DANA di Indonesia dan banyaknya fitur yang memudahkan para penggunanya, muncul keluhan dari para pengguna DANA yang disebarkan melalui berbagai platform. Pengalaman buruk yang sering mereka keluhkan dalam menggunakan DANA tersebut adalah mengenai keamanan dompet digital yang dianggap tidak mumpuni. Munculnya berbagai pengalaman buruk dan keluhan dari para pengguna DANA di berbagai platform membuat kekhawatiran bagi masyarakat dan mengurangi kepercayaan mereka terhadap keamanan dompet digital tersebut dan mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, dengan adanya fitur DANA *goals* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan pelayanan yang lebih memuaskan dan lebih terjaminnya keamanan, tetapi masih menjadi pertanyaan dan belum ada jawaban apakah pengguna DANA memutuskan untuk menggunakan fitur DANA *goals* atau tidak karena fitur DANA *goals* belum banyak diketahui dan bukan termasuk fitur yang paling umum dimanfaatkan oleh pengguna DANA. Hal tersebut disebabkan karena letak fitur DANA *goals* yang tidak terlihat di halaman utama.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Electronic word of mouth* (EWOM) dan keamanan, baik secara parsial atau bersama-sama terhadap keputusan menggunakan fitur DANA *Goals*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu PT Espay Debit Indonesia Koe untuk meningkatkan kualitasnya dan memberikan informasi serta promosi bagi para pengguna DANA untuk menggunakan fitur DANA *goals*. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi, wawasan, dan bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

Penelitian ini berasal dari pengembangan penelitian terdahulu yang memiliki variabel sejenis, tapi memiliki hasil yang tidak konsisten. Penelitian (Saputra & Ardani, 2020) mengatakan variabel *Word of Mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT.Pegadaian (Persero) Denpasar. Mereka berpendapat seiring meningkatnya *Word of Mouth* (WOM), maka keputusan untuk membeli juga mengalami kenaikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan penelitian lainnya. Penelitian (Himawati & Fitriati, 2021) mengatakan variabel *Word of Mouth* (WOM) tidak mempengaruhi kepercayaan pengguna dompet digital DANA di Jabodetabek. Mereka berpendapat bahwa di Jabodetabek pengguna DANA lebih percaya pada iklan perusahaan dan informasi resmi daripada informasi dari orang-orang sekitar.

Selanjutnya untuk variabel keamanan, penelitian oleh (Rahmawati & Yuliana, 2020) mendapatkan hasil bahwa keamanan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* di kalangan mahasiswa STIE Bank BPD. Mereka mengatakan bahwa *e-wallet* akan sering digunakan jika semakin tinggi tingkat keamanan *e-wallet* tersebut. Temuan dari penelitian ini berbeda dengan penelitian (Nangin et al., 2020) yang mengatakan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan implikasinya terhadap adopsi *fintech*. Mereka berpendapat bahwa kepercayaan masyarakat dibangun oleh reputasi dan *image* suatu perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang serta *gap* yang dijabarkan tersebut, penulis berminat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor yang dapat memiliki pengaruh terhadap keputusan pengguna menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA. Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Electronic word of mouth* (EWOM) Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur DANA *Goals* Pada Dompet Digital DANA”

TINJAUAN PUSTAKA

Electronic word of mouth

Electronic word of mouth ialah seluruh komunikasi verbal, elektronik, dan tertulis antar konsumen tentang pengalaman positif ataupun negatif mengenai pembelian atau penggunaan suatu produk atau layanan.

Menurut Belch dan Belch (2018), mengatakan komunikasi ini dapat berupa ulasan yang diberikan secara online di web atau platform *e-commerce*, rekomendasi di media sosial, diskusi di forum online, pesan atau email antar konsumen dan konten yang dibuat pengguna. Pengguna yang memiliki pengalaman berkesan cenderung akan membagikan pengalamannya kepada orang lain melalui media sosial yang dimilikinya. (Luarn et al., 2016)

Javiland dan Samiei (2012) Minat beli konsumen dapat dipengaruhi dari adanya *review* atau rekomendasi yang diberikan pengguna lain yang disebarkan melalui *sharing review platform* atau komunitas.

Dari definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Electronic word of mouth* dapat dikatakan sebagai komentar baik atau buruk yang dibuat oleh calon pengguna, pengguna setia, serta mantan pengguna mengenai sebuah produk atau perusahaan yang disebarkan melalui internet sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Keamanan

Keamanan atau *security* memiliki beberapa definisi sebagai berikut:

1. Eid (2011), *Security* atau keamanan diartikan sebagai perlindungan pengguna dalam melaksanakan transaksi dalam *e-commerce*
2. Lim et al., (2019). Keamanan yang dirasakan dalam menggunakan suatu layanan merupakan sesuatu yang amat krusial yang dapat mempengaruhi kepuasan dan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut.
3. Siagian et al., (2022), Keamanan yang dirasakan dapat diartikan sebagai pencegahan dan antisipasi terhadap ancaman yang berpotensi menimbulkan tantangan perekonomian dengan menimbulkan kerusakan pada sumber data atau jaringan, pengumpulan atau manipulasi informasi, penolakan layanan, kecurangan dan penyalahgunaan kekuasaan

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan adalah sesuatu yang paling diperhatikan calon pengguna sebelum menggunakan barang atau jasa. Banyak pengguna yang akan memilih suatu produk dengan tingkat keamanan yang tinggi.

Keputusan Pembelian

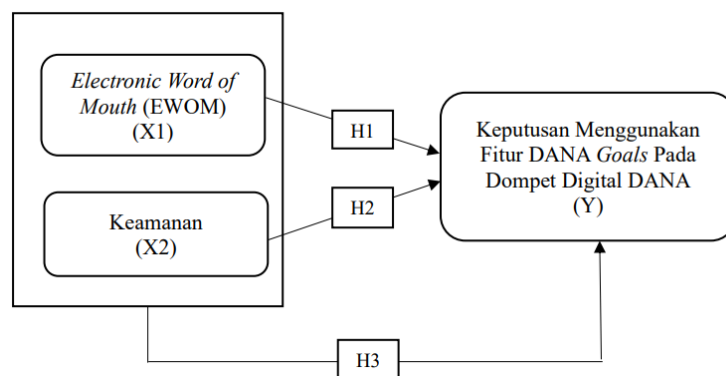
Kotler dan Armstrong (2023) mengatakan keputusan untuk membeli adalah aspek dari studi perilaku konsumen, yaitu mengenai bagaimana orang pribadi, kelompok, atau organisasi membuat keputusan dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kepuasan atau kebutuhan mereka.

Devaraj et., al (2003) keputusan pembelian adalah transaksi dengan seseorang yang memiliki opsi alternatif mengenai produk dan layanan yang diperdagangkan melalui internet. Adanya dorongan emosional yang memotivasi seseorang untuk membeli produk atau layanan, baik dari diri sendiri ataupun pengaruh eksternal mereka. Alur keputusan pembelian adalah tahapan psikologi yang sangat krusial untuk paham bagaimana pengguna benar-benar membuat keputusan untuk membeli.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pemilihan barang atau jasa dari berbagai alternatif atau preferensi yang dilakukan konsumen.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel *electronic word of mouth* (EWOM) dan variabel keamanan sebagai variabel independen serta keputusan menggunakan fitur DANA goals pada dompet digital DANA sebagai variabel dependen. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah, (2024)

METODE

Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah fitur DANA Goals pada dompet digital. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan ialah teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden: (1) responden merupakan pengguna DANA, (2) responden menggunakan fitur DANA goals.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah berupa survei dengan mengirimkan kuesioner berupa google form yang berisi pernyataan terkait variabel penelitian dan akan diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria dengan menggunakan skala likert 1-5 yang disebarakan melalui

Twitter dan Instagram. Data penelitian akan dianalisis analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 26 terhadap hasil kuesioner yang telah disebar. Penelitian ini menggunakan beberapa tahap uji, seperti uji instrumen yaitu uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis yaitu uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,949	1,046		3,776	,000
	Electronic Word of Mouth	,182	,034	,392	5,265	,000
	Keamanan	,506	,075	,505	6,784	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dari SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan data yang telah diuji menggunakan regresi linear berganda memperlihatkan persamaan di bawah ini:

$$Y = 3,949 + 0,182 X_1 + 0,506 X_2 + e$$

Adapun analisis hasil pengujian regresi linear berganda dinyatakan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yaitu Y ialah suatu nilai atau keadaan saat variabel dependen (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel independen (X). Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa besar nilai konstanta ialah 3,949 dengan tanda positif. Hal ini berarti besaran satuan Keputusan Menggunakan Fitur DANA Goals pada Dompot Digital DANA tanpa dipengaruhi oleh *Electronic word of mouth* (X1) dan keamanan (X2) ialah sebanyak 3,949.
2. Koefisien regresi variabel *Electronic word of mouth* (X1) adalah sebanyak 0,182 dengan tanda positif. Tanda positif ini memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang searah antara *Electronic word of mouth* dengan keputusan Menggunakan Fitur DANA Goals pada Dompot Digital DANA. Maka setiap peningkatan *Electronic word of mouth* sebesar 1 satuan serta variabel lainnya dianggap tetap, maka Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebanyak 0,182.
3. Koefisien regresi pada variabel keamanan (X2) adalah sebanyak 0,506 dengan tanda positif. Tanda positif ini berarti bahwa ada hubungan satu arah antara keamanan dengan Keputusan Menggunakan Fitur DANA Goals pada Dompot Digital DANA. Maka setiap kenaikan keamanan sebesar 1 satuan serta variabel lain dianggap tetap, maka Keputusan Penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebanyak 0,506.

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Tabel 3 Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				
	B		Beta			
1						
	(Constant)	3.949	1.046		3.776	.000
	Electronic Word of Mouth	.182	.034	.392	5.265	.000
	Keamanan	.506	.075	.505	6.784	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dari SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan hasil uji t yang menjelaskan hubungan kedua variabel yaitu:

1. Dengan hipotesis (H1) “*Electronic word of mouth* (EWOM) memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan menggunakan fitur DANA goals pada dompet digital DANA”, pengujian variabel *Electronic word of mouth* mendapatkan nilai t hitung yang lebih tinggi dari pada t tabel yaitu $5,265 > 1,985$ dan nilai sig. yang lebih rendah dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Electronic word of mouth* (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) sehingga pada penelitian ini H1 diterima. Artinya adalah semakin banyak bentuk *Electronic word of mouth* seperti review, rekomendasi, testimoni, dan komentar pengguna yang bernilai positif mengenai fitur DANA goals, maka semakin meningkatnya keputusan pengguna dalam menggunakan fitur DANA goals. Bentuk *Electronic word of mouth* mengenai fitur DANA goals dapat membantu calon pengguna yang berniat untuk menggunakan fitur tersebut dengan menggali informasi tentang produk berdasarkan pengalaman pengguna sebelumnya. Semakin banyak testimoni dan review yang didapat, maka semakin mudah seseorang untuk menentukan keputusan pembelian produk tersebut.
2. Dengan hipotesis (H2) “Keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menggunakan fitur DANA goals pada dompet digital DANA”, pengujian untuk variabel keamanan mendapatkan nilai t hitung yang lebih tinggi dari pada t tabel yaitu $6,784 > 1,985$ dan nilai sig. yang lebih rendah dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan (X2) terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) sehingga H2 dalam penelitian ini diterima. Artinya adalah semakin besar tingkat keamanan suatu produk digital maka semakin banyak pengguna yang ingin memanfaatkan fitur tersebut. Hal ini menunjukkan pengguna merasa aman menggunakan fitur DANA goals dalam menyimpan uang mereka di dalam fitur tersebut karena fitur DANA goals dilengkapi oleh fitur DANA protection yang menjaga uang menjadi lebih aman dan terdapat jaminan uang kembali apabila terdapat masalah kehilangan yang sesuai dengan syarat dan ketentuan DANA protection. Selain itu saldo DANA goals hanya dapat diisi dan ditarik ke dalam saldo DANA dengan menggunakan PIN (Personal Identification Number)

dan verifikasi wajah. Hal ini membuat pengguna merasa lebih aman untuk menyimpan uang mereka di dalam fitur DANA *goals*.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	457.078	2	228.539	83.226	.000 ^b
	Residual	266.362	97	2.746		
Total		723.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Electronic Word of Mouth

Sumber: Data diolah dari SPSS 26, 2024

Pada tabel 3.8 yang menunjukkan hasil pengujian f diketahui ialah nilai F hitung pada variabel independen lebih tinggi dari pada F tabel yaitu $83,226 > 3,090$ dan nilai sig. lebih rendah dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh antara variabel *Electronic word of mouth* dan keamanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan sehingga H3 “*Electronic word of mouth* (EWOM) dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA” diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Tabel 3.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	1.65711

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Electronic Word of Mouth

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0, 2024

Pada hasil uji koefisien determinasi di tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada penelitian ini nilai koefisien determinasi (R^2) sebanyak 0,632 yang artinya adalah 63,2% keputusan menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA dipengaruhi oleh variabel *Electronic word of mouth* dan keamanan. Hal ini berarti review atau ulasan pengguna dan keamanan yang dimiliki oleh fitur DANA *goals* berdampak besar bagi seseorang untuk menggunakan fitur tersebut. Dengan meningkatnya jumlah pengguna DANA setiap tahun mengindikasikan bahwa pengguna DANA memiliki kepercayaan dan merasa terlindungi saat menggunakan aplikasi tersebut. Adanya review dan ulasan pengguna DANA yang bernilai positif serta dijaminnya keamanan yang dimiliki fitur DANA *goals* dapat meningkatkan keputusan menggunakan fitur DANA *goals*. Sementara sisanya yaitu sebanyak 36,2% dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar lingkup penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya terkait pengaruh *electronic word of mouth* (X1) dan keamanan pada fitur DANA *goals* yang terdapat pada dompet digital DANA terhadap keputusan penggunaannya. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa Pada variabel *Electronic word of mouth* (EWOM) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA. Hal ini menunjukkan bahwa testimoni, komentar, dan *review* atau ulasan pengguna mengenai fitur DANA *goals* yang bernilai positif akan memudahkan calon pengguna yang sedang menggali banyak informasi mengenai fitur tersebut sehingga semakin memudahkan pengguna dalam menentukan keputusan pembelian fitur DANA *goals*. Pada variabel keamanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA. Hal ini menunjukkan bahwa fitur DANA *goals* memiliki tingkat keamanan yang dinilai baik oleh pengguna karena terdapat PIN dan verifikasi muka saat menarik saldo dan telah memenuhi standar keamanan sehingga semakin besar tingkat keamanan yang disediakan oleh fitur DANA *goals* maka semakin banyak pula pengguna yang ingin menggunakan fitur tersebut. Secara simultan variabel *Electronic word of mouth* (EWOM) dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur DANA *goals* pada dompet digital DANA. Hal ini menunjukkan bahwa *review* pengguna dan keamanan yang dimiliki oleh fitur DANA *goals* memberikan kontribusi yang cukup besar bagi seseorang untuk menggunakan fitur tersebut. Dengan tingkat keamanan dan banyaknya *review* positif yang disebarkan pengguna dapat menambah keinginan calon pengguna untuk memanfaatkan fitur tersebut sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian fitur DANA *goals*.

REFERENCES

- Al-Emran, M., & Shaalan, K. (2021). Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories. <http://www.springer.com/series/13304>
- ANTARA News. (2024). Jumlah Pengguna DANA. Antaranews.Com.
- Belch, G., & Belch, M. (2018). ADVERTISING AND PROMOTION An Integrated Marketing Communications Perspective (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Devaraj, S., Fan, M., & Kohli, R. (2003). E-Loyalty-Elusive Ideal or Competitive Edge? In COMMUNICATIONS OF THE ACM (Vol. 46).
- Eid, M. I. (2011). Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia DETERMINANTS OF E-COMMERCE CUSTOMER SATISFACTION, TRUST, AND LOYALTY IN SAUDI ARABIA.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of *electronic word of mouth* on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>

GoodStats. (2023, April). e-Wallet Jadi Metode Pembayaran Paling Populer. Goodstats.Id.

Himawati, D., & Fitriati, F. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). Principles of Marketing Global edition nineteenth edition.

Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2019). An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(10), 886–898.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>

Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET PADA MAHASISWA STIE BANK BPD JATENG. *Journal of Economics and Banking*. <https://www.liputan6.com>

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>

Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>