

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan internet telah menjadi pendorong utama transformasi digital global, yang berdampak pada hampir setiap sektor kehidupan, khususnya sektor ekonomi dan keuangan. Internet tidak hanya mempercepat pertukaran informasi tetapi juga membuka peluang bagi layanan digital inovatif yang sebelumnya tidak mungkin diberikan dalam skala besar. Misalnya, layanan keuangan yang dulunya eksklusif kini tersedia bagi jutaan pengguna melalui platform digital yang terjangkau dan mudah diakses (Usman, 2025).

Pertumbuhan pesat penggunaan internet juga telah menciptakan lingkungan yang kondusif bagi munculnya inovasi fintech. Penetrasi internet yang luas, dikombinasikan dengan penetrasi *smartphone*, memungkinkan konsumen untuk berinteraksi dengan layanan keuangan secara *real-time* tanpa batasan geografis. Temuan penelitian meta-analisis menunjukkan bahwa layanan keuangan digital (termasuk dompet elektronik) semakin banyak diadopsi secara global karena kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan oleh internet modern (Neves et al., 2023).

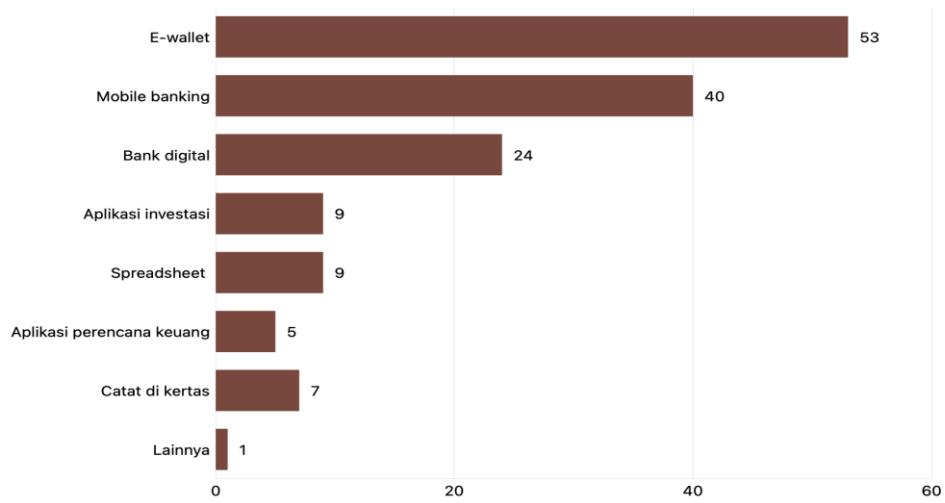
Selain itu, peningkatan penetrasi internet juga berdampak pada perilaku konsumen, yang menyebabkan peningkatan ketergantungan pada layanan digital untuk aktivitas sehari-hari seperti belanja, komunikasi, dan pembayaran. Hal ini terutama berlaku untuk generasi milenial dan Generasi Z, yang merupakan pengguna internet aktif dan mengharapkan layanan digital yang cepat, efisien, dan personal (Ramayanti, 2024).

Di Indonesia, peningkatan pengguna internet memiliki implikasi langsung terhadap pertumbuhan layanan keuangan digital. Perluasan infrastruktur jaringan dan dukungan kebijakan pemerintah untuk digitalisasi telah mendorong inovasi di

sektor fintech. Hal ini menjadikan internet tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai fondasi utama dalam ekosistem transaksi digital modern (Handayani, 2024).

Pada tingkat makroekonomi, adopsi internet dan layanan digital menciptakan dinamika baru dalam struktur ekonomi. Penelitian menunjukkan adanya hubungan antara adopsi pembayaran digital dan pertumbuhan ekonomi nasional karena penggunaan internet untuk pembayaran digital menurunkan biaya transaksi, mempercepat aliran uang, dan meningkatkan efisiensi pasar. (Birigozzi et al., 2025).

Dengan demikian, perkembangan internet menciptakan lingkungan yang kondusif bagi munculnya dan berkembangnya sistem pembayaran digital. Salah satu inovasi paling menonjol dalam ekosistem ini adalah dompet digital atau *e-wallet*, yang merupakan solusi pembayaran praktis dan efisien untuk masyarakat digital.



Gambar 1.1 E-wallet, Aplikasi Kelola Keuangan Terbanyak Digunakan Anak Muda RI

Sumber : Databoks,2025

Dompet digital merupakan salah satu produk *fintech* yang paling cepat berkembang di Indonesia selama lima tahun terakhir. Dompet digital memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara elektronik dan melakukan transaksi tanpa uang tunai melalui aplikasi digital. Menurut Olivia dan Marchyta (2022), dompet digital telah menjadi pilihan utama karena kecepatan, kemudahan, dan integrasinya dengan berbagai layanan digital lainnya.

Pertumbuhan dompet digital di Indonesia terkait erat dengan peningkatan aktivitas *e-commerce* dan layanan berbasis aplikasi. Sebuah studi oleh Dhia dan Kholid (2021) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan transaksi digital, sehingga penggunaan dompet digital tidak lagi dianggap sebagai inovasi baru melainkan kebutuhan sehari-hari.

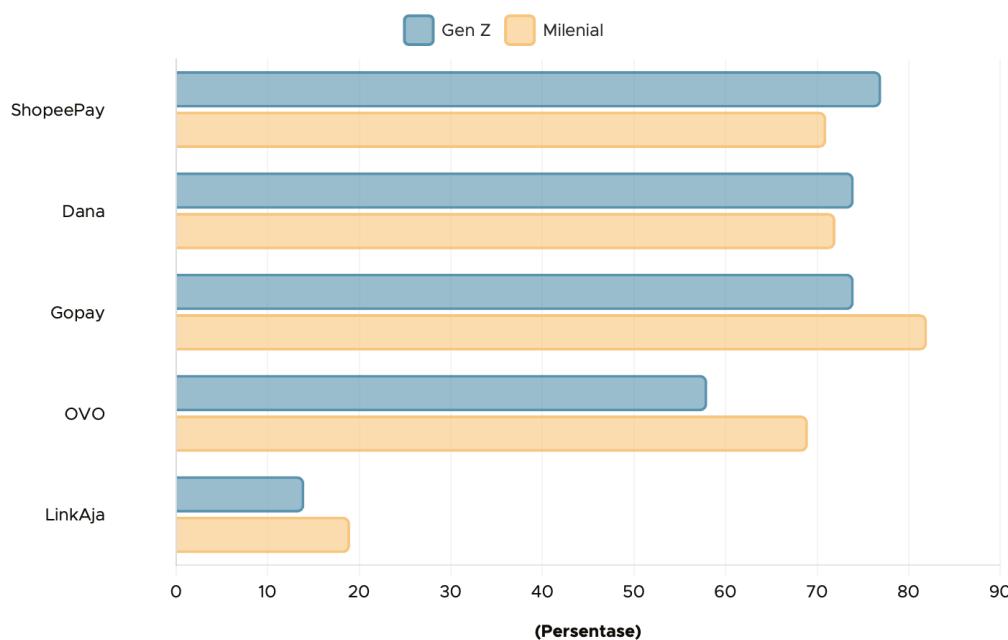
Konteks infrastruktur pembayaran nasional juga memainkan peran signifikan. Implementasi standar pembayaran terpusat seperti QRIS mempercepat interoperabilitas antar-merchant dan memfasilitasi adopsi *e-wallet* di segmen ritel kecil dan UMKM. Kajian empiris di Indonesia mencatat bahwa ketersediaan QRIS dan dukungan regulasi menurunkan hambatan adopsi di luar wilayah perkotaan, meskipun disparitas infrastruktur masih terlihat di beberapa daerah. Hal ini memperluas pangsa pasar *e-wallet* dari sekadar pengguna urban ke populasi pelanggan yang lebih luas (Gunawan A. et al,2023).

Persaingan antar penyedia dompet digital di Indonesia juga semakin sengit. Berbagai platform bersaing untuk menawarkan promosi, cashback, dan hadiah untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Sebuah studi oleh Migration Letters (2024) mengkonfirmasi bahwa hadiah tidak hanya mempengaruhi adopsi awal tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk niat keberlanjutan.

Namun, tingkat persaingan yang tinggi menyebabkan loyalitas pengguna dompet digital yang rendah. Pengguna mudah beralih aplikasi jika mereka merasa manfaat yang mereka terima tidak optimal. Oleh karena itu, penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan dompet digital oleh

pengguna sangat relevan, khususnya dalam konteks merek-merek tertentu di Indonesia.

Pengalaman pengguna (UX) dan dimensi psikologis seperti kenikmatan yang dirasakan atau kepuasan emosional merupakan pembeda utama antara penyedia dompet elektronik. Beberapa studi internasional dan regional, termasuk yang dilakukan di Indonesia, menunjukkan bahwa selain aspek fungsional (PU, PEU), aspek hedonis dan program insentif (hadiah, *cashback*) secara signifikan mempengaruhi frekuensi transaksi dan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dengan kata lain, strategi retensi yang efektif perlu menggabungkan peningkatan kegunaan aplikasi dengan desain pengalaman yang memuaskan. (Shanmugavel, N. (2024)



Gambar 1.2 5 E-wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Millennial

Sumber : Goodstats, 2025

Berdasarkan data tersebut penggunaan Berdasarkan grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa *ShopeePay* menjadi *e-wallet* paling populer di kalangan Gen Z, dengan persentase pengguna mendekati 80%, sedangkan di kalangan Milenial sedikit lebih rendah, sekitar 70%. Hal ini menunjukkan bahwa *ShopeePay* lebih

diminati oleh generasi muda. Dana memiliki tingkat penggunaan yang cukup seimbang antara Gen Z dan Millennial, keduanya berada di kisaran 70%, menandakan bahwa aplikasi ini memiliki daya tarik lintas generasi. *GoPay* lebih dominan digunakan oleh Milenial (sekitar 80%) dibandingkan Gen Z (sekitar 65%), yang mungkin dipengaruhi oleh keterikatan Milenial terhadap ekosistem Gojek. OVO juga lebih banyak digunakan oleh Milenial (sekitar 70%) dibandingkan Gen Z (sekitar 55%). LinkAja memiliki tingkat penggunaan paling rendah di antara semua *e-wallet*, dengan sekitar 15% Gen Z dan 20% Millennial, menunjukkan bahwa platform ini belum menjadi pilihan utama di kedua kelompok generasi.

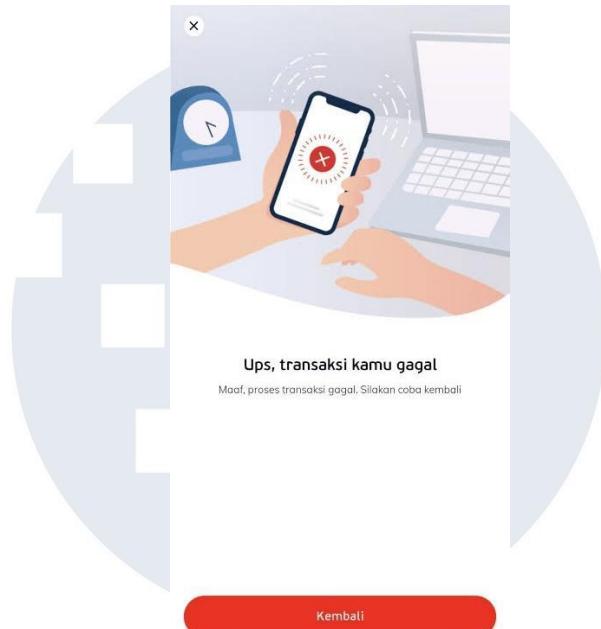
E-wallet yang paling populer di kalangan Gen Z adalah *ShopeePay*, sedangkan di kalangan Milenial adalah *GoPay*. Secara keseluruhan, *ShopeePay* dan Dana menjadi aplikasi dengan jangkauan pengguna yang paling merata dan luas, sedangkan LinkAja memiliki tantangan besar dalam menarik minat pengguna muda maupun dewasa. LinkAja, sebagai salah satu produk *e-wallet* nasional, bersaing dengan pemain besar lainnya seperti *GoPay*, OVO, dan DANA. Namun, tingkat persaingan yang tinggi membuat setiap penyedia layanan perlu memahami faktor yang mendorong pengguna untuk melanjutkan penggunaan (*continuance intention*), bukan hanya adopsi awal.

Untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi, model yang sering digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam model ini, dua konstruk utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi adalah *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEU). PU mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, sedangkan PEU mengacu pada tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut (Monica & Japarianto, 2022).

Penelitian-penelitian terkini menunjukkan bahwa PU dan PEU tidak hanya mempengaruhi niat awal pengguna untuk menggunakan *e-wallet*, tetapi juga niat mereka untuk terus menggunakannya (Dhia & Kholid, 2021; Haedar & Marsasi, 2023). Selain kedua faktor tersebut, *perceived enjoyment* yaitu kesenangan atau

rasa puas yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi juga terbukti meningkatkan loyalitas terhadap aplikasi digital (Monica & Japarianto, 2022).

Dalam penelitian ini, penulis menemukan permasalahan pada aplikasi LinkAja dimana dibuktikan pada gambar yang tertera dibawah ini



Gambar 1.3 Transaksi gagal saat membeli pulsa telkomsel

Sumber : Linkaja, 2025

Pada gambar ini penulis menemukan kendala seperti keterlambatan transaksi, gagal isi ulang, atau gangguan saat membayar tagihan. Kondisi ini menimbulkan persepsi bahwa aplikasi LinkAja belum sepenuhnya andal dan efisien. Lebih lanjut, meskipun LinkAja telah bermitra dengan berbagai layanan BUMN seperti PLN (Perusahaan Listrik Negara), BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial), dan transportasi umum, integrasi antar sistem tersebut tidak selalu mulus, sehingga mengurangi kenyamanan dan kemudahan penggunaan yang diharapkan pengguna. Minimnya inovasi dan adaptasi berkelanjutan terhadap tren baru, seperti fitur QRIS lintas negara atau investasi mikro, juga melemahkan persepsi bahwa aplikasi ini benar-benar bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan pengguna saat ini.

Akibatnya, tingkat kepuasan pengguna dan niat untuk terus menggunakan dan merekomendasikan LinkAja pun menurun.

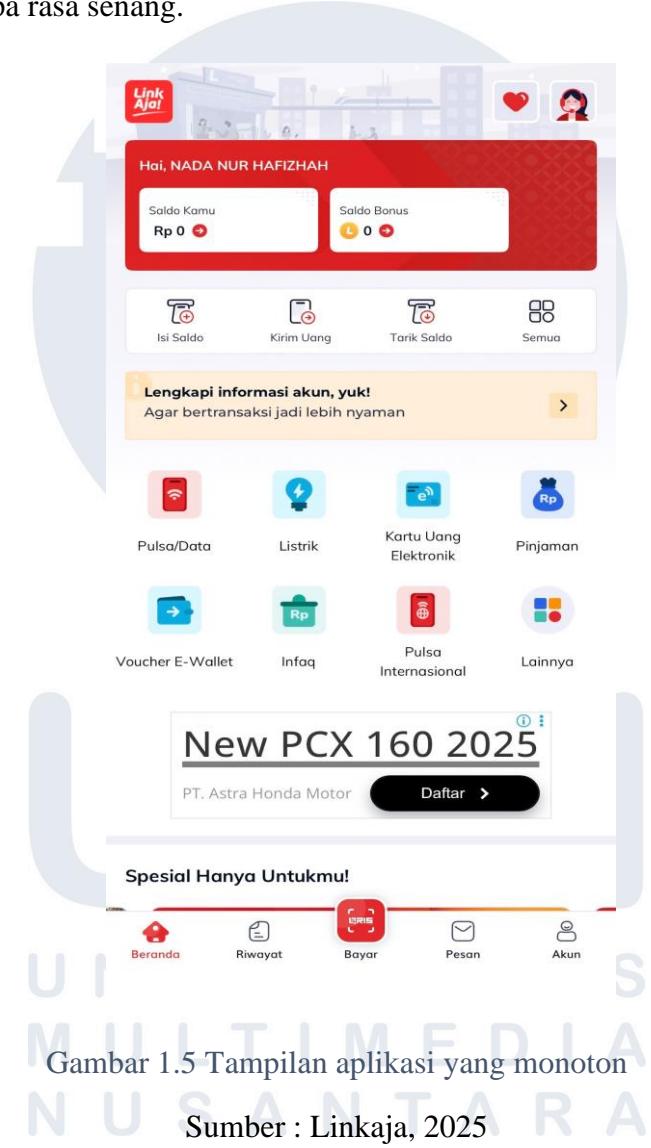
Penulis merasa bahwa sistem *reward* LinkAja dianggap kurang menarik dan kompetitif dibandingkan aplikasi *e-wallet* lain seperti OVO, GoPay, atau DANA. Salah satu masalah utamanya terletak pada rendahnya nilai atau frekuensi *reward*, di mana penulis merasa bahwa keuntungan yang diperoleh dari transaksi menggunakan LinkAja tidak sebanding dengan aplikasi pesaing yang sering menawarkan *cashback* besar, poin loyalitas,



Gambar 1.4 Reward yang kecil pada aplikasi
Sumber : Linkaja, 2025

Desain aplikasi cenderung formal dan kaku, didominasi warna merah dan putih tanpa banyak elemen visual yang menciptakan kesan dinamis atau menarik. Hal ini membuat pengalaman pengguna terasa monoton dan kurang ramah pengguna, terutama bagi pengguna muda yang terbiasa dengan tampilan modern dan interaktif.

Masalah lainnya adalah kurangnya hiburan atau interaksi emosional dalam aplikasi. Tidak seperti beberapa *e-wallet* pesaing yang menggabungkan elemen gamifikasi (misalnya, tantangan harian, misi transaksi, atau animasi ringan setelah transaksi berhasil), LinkAja belum memanfaatkan aspek-aspek ini untuk meningkatkan keterlibatan emosional pengguna. Akibatnya, pengalaman aplikasi terasa murni fungsional tanpa rasa senang.



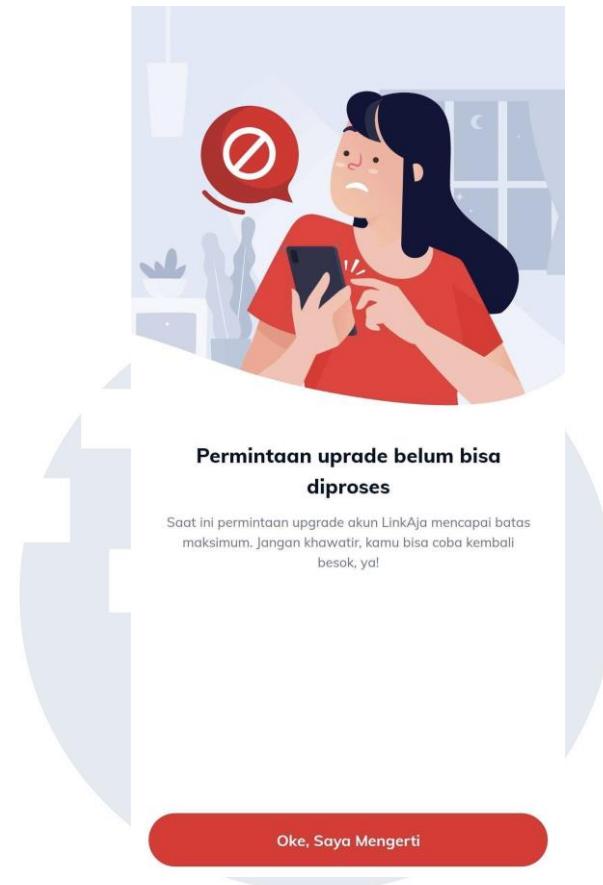
Gambar 1.5 Tampilan aplikasi yang monoton

Sumber : Linkaja, 2025

Penulis juga menemukan salah satu masalah lainnya yaitu proses verifikasi dan peningkatan akun yang rumit dan memakan waktu yang cukup lama. Pengguna lain juga sering mengeluh bahwa untuk upgrade akun atau memperbarui data memerlukan beberapa langkah rumit dan terkadang mengakibatkan gangguan teknis. Hal ini menciptakan kesan bahwa sistem aplikasi tidak efisien dan tidak ramah pengguna. Pengalaman ini diperparah oleh respons aplikasi yang lambat dan sering terjadi lag, terutama saat membuka halaman promo atau melakukan transaksi selama jam sibuk.

Meskipun penggunaan dompet digital di Indonesia terus meningkat, tingkat loyalitas pengguna masih relatif rendah akibat tingginya persaingan antar penyedia layanan. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada adopsi awal *e-wallet* populer serta menekankan aspek fungsional dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji keberlanjutan penggunaan (*intention to continue use*) pada *e-wallet* nasional seperti LinkAja, dengan mengintegrasikan faktor hedonis (*perceived enjoyment*) dan insentif (*rewards*), masih terbatas. Padahal, LinkAja menghadapi berbagai permasalahan terkait pengalaman pengguna, sistem *reward*, dan persepsi kegunaan yang berpotensi memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *perceived usefulness* dan *intention to continue use* pada pengguna aplikasi LinkAja.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.6 Proses verifikasi yang belum bisa diproses

Sumber : Linkaja, 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan tersebut, pertanyaan penelitian untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
2. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to continue to use e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
3. Apakah *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
4. Apakah *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *intention to continue use e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
5. Apakah *Rewards* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
6. Apakah *Rewards* berpengaruh positif terhadap *intention to continue using e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
7. Apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap memediasi hubungan antara rewards dan *intention to continue use of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dilakukan penelitian untuk menjawab solusi dari pertanyaan diatas. Secara teknis penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived ease of use* terhadap *intention to continue to use e-wallet* pada aplikasi LinkAja?

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived enjoyment* terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived enjoyment* terhadap *intention to continue use e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Rewards* terhadap *perceived usefulness of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Rewards* terhadap *intention to continue using e-wallet* pada aplikasi LinkAja?
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived usefulness* memediasi hubungan antara *rewards* dan *intention to continue use of e-wallet* pada aplikasi LinkAja?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang sistem informasi, perilaku konsumen digital, dan pemasaran berbasis teknologi. Hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperluas penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan teori perilaku pengguna dalam teknologi finansial. Dengan mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel seperti persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kenikmatan, dan imbalan terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan LinkAja, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami faktor-faktor psikologis dan teknologi yang memengaruhi adopsi dan retensi pengguna dompet elektronik di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil studi ini dapat memberikan masukan bagi manajemen LinkAja dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna. Temuan penelitian ini dapat membantu LinkAja mengidentifikasi aspek mana yang paling mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, serta aspek mana yang masih perlu ditingkatkan, seperti kemudahan penggunaan, sistem reward yang lebih menarik, atau peningkatan pengalaman pengguna agar lebih menyenangkan. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan pengguna yang sudah ada dan menarik pengguna baru di tengah persaingan *e-wallet* yang semakin ketat.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain, studi ini dapat menjadi referensi empiris dan teoritis untuk studi lanjutan tentang perilaku pengguna aplikasi keuangan digital di Indonesia. Hasilnya dapat digunakan sebagai referensi untuk membandingkan tingkat penerimaan dan kepuasan pengguna di berbagai platform dompet elektronik, seperti OVO, *GoPay*, DANA, atau *ShopeePay*. Lebih lanjut, studi ini juga dapat menjadi dasar pengembangan model penelitian baru dengan memasukkan variabel lain seperti kepercayaan, keamanan, atau nilai yang dipersepsikan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi keuangan digital.

1.5 Batasan Penelitian

1.5.1 Kriteria Responden

Studi ini berfokus sepenuhnya pada pengguna aktif aplikasi dompet elektronik LinkAja. Responden dipilih yang:

- Berusia minimal 17 tahun, karena usia tersebut dianggap mampu membuat keputusan keuangan secara mandiri.
- Telah menggunakan aplikasi LinkAja setidaknya selama tiga bulan terakhir, memberikan pengalaman yang cukup untuk menilai fitur dan layanan aplikasi.
- Melakukan transaksi setidaknya dua kali sebulan menggunakan aplikasi LinkAja, seperti membayar tagihan, membeli pulsa, atau bertransaksi di merchant.

Responden yang tidak memenuhi kriteria di atas dikeluarkan dari analisis untuk memastikan data yang diperoleh benar-benar mencerminkan pengalaman pengguna aktif LinkAja.

1.5.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi *e-wallet* LinkAja, yaitu salah satu layanan keuangan digital berbasis aplikasi yang dikelola oleh LinkAja (*Fintech*), dengan melibatkan beberapa variabel seperti *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *ease of use* (kemudahan penggunaan), *perceived enjoyment* (kenikmatan penggunaan), dan *reward* (penghargaan/promo). Objek ini dipilih karena LinkAja merupakan salah satu *e-wallet* nasional yang memiliki basis pengguna luas namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pengguna di tengah persaingan dengan *e-wallet* lain seperti *GoPay*, *OVO*, *DANA*, dan *ShopeePay*.

Subjek penelitian adalah pengguna aktif yang telah menggunakan LinkAja minimal tiga bulan dan telah melakukan minimal dua transaksi dalam sebulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan secara daring untuk menjangkau responden yang lebih luas dari berbagai wilayah di Indonesia.

Data sekunder, yang diperoleh dari sumber lain seperti jurnal ilmiah, artikel, laporan industri, situs web resmi LinkAja, dan data

statistik terkait penggunaan dompet elektronik di Indonesia, digunakan untuk mendukung analisis teoritis dan memberikan konteks empiris untuk temuan penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Studi ini disusun secara sistematis untuk memastikan pembahasan yang logis dan mudah dipahami. Studi ini terdiri dari lima bab utama, yang masing-masing saling terkait dan membentuk analisis yang utuh.

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan perkembangan pesat industri teknologi finansial (*fintech*) di Indonesia, khususnya di sektor dompet elektronik, serta peran penting LinkAja sebagai penyedia layanan pembayaran digital nasional. Bagian ini juga menguraikan berbagai isu yang menjadi dasar penelitian, seperti menurunnya tingkat kepuasan pengguna, hambatan persepsi kemudahan penggunaan, menurunnya efektivitas fitur (*perceived usefulness*), serta sistem penghargaan dan tingkat kenikmatan persepsi yang belum optimal. Setelah itu, rumusan masalah disajikan, yang dirancang dalam bentuk pertanyaan penelitian untuk dijawab melalui analisis empiris. Bagian ini juga mencakup tujuan penelitian yang menjelaskan hasil yang diharapkan, manfaat penelitian baik secara teoritis (untuk pengembangan ilmu perilaku konsumen digital) maupun praktis (untuk pengembangan aplikasi LinkAja), keterbatasan penelitian yang menjelaskan kriteria responden dan ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan sebagai bab penutup.

Bab II Landasan Teori

Landasan Teori berfungsi sebagai landasan teori yang memandu kerangka kerja penelitian. Bab ini mencakup penjelasan teori-teori kunci yang relevan, khususnya Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang diusulkan oleh Davis (1989), yang berfungsi sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan suatu

teknologi. Selain itu, teori-teori tambahan dibahas, seperti model pengembangan TAM oleh Venkatesh & Davis (2000), teori motivasi dan persepsi kenikmatan oleh Thong dkk. (2006), dan teori pengaruh sistem penghargaan terhadap perilaku pengguna oleh Kim dkk. (2010). Bagian ini juga mencakup tinjauan penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang perlu diisi, serta pembentukan kerangka kerja konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel. Bab ini diakhiri dengan perumusan hipotesis penelitian yang akan diuji secara empiris.

Bab III Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian menjelaskan secara rinci desain penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh antar variabel yang dirumuskan dalam hipotesis. Objek penelitian adalah pengguna aktif aplikasi LinkAja di Indonesia yang telah menggunakan aplikasi tersebut minimal tiga bulan dan telah melakukan transaksi minimal dua kali dalam sebulan terakhir. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring berdasarkan skala Likert 1–5, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan Bank Indonesia, dan situs web resmi LinkAja. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus penelitian kuantitatif (misalnya, rumus Hair dkk.). Selain itu, definisi operasional variabel-variabel yang meliputi persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, persepsi kenikmatan, dan imbalan dijelaskan secara lengkap beserta indikatornya. Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, serta analisis regresi berganda atau *Partial Least Squares* (PLS) untuk menguji hubungan antar variabel.

Bab IV Analisis dan Pembahasan

Analisis dan Pembahasan menyajikan hasil pengolahan dan analisis data secara mendalam. Bagian pertama menjelaskan karakteristik responden, meliputi usia, jenis kelamin, frekuensi penggunaan, dan tujuan penggunaan aplikasi LinkAja. Selanjutnya, hasil uji validitas dan reliabilitas disajikan untuk menunjukkan

kelayakan instrumen penelitian. Bagian analisis data berisi hasil uji regresi atau model struktural yang mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan membandingkan temuan empiris dengan teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya, sehingga dapat ditentukan sejauh mana hasil penelitian mendukung atau berbeda dari penelitian sebelumnya. Bab ini juga membahas implikasi praktis bagi pengembangan strategi LinkAja untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Bab V Simpulan dan Saran

Simpulan dan saran berisi simpulan yang merangkum temuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang diajukan. Simpulan ringkas, padat, dan berfokus pada temuan empiris utama. Rekomendasi praktis dan akademis juga disertakan. Saran praktis ditujukan kepada LinkAja untuk meningkatkan kegunaan, memperkaya fitur *reward*, dan meningkatkan pengalaman pengguna demi pengalaman yang lebih menyenangkan. Saran akademis diberikan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas area penelitian, menambahkan variabel baru seperti kepercayaan atau kepuasan pengguna, dan menggunakan metode campuran untuk mencapai hasil yang lebih komprehensif.

