

Analisis Pengaruh User Experience terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Digital (E-Money)

Dina Fitria Murad^{1*}, Silvia Ayunda Murad², Siti Maryam³, Riyan Leandros⁴, Andika Hairuman⁵

^{1,2,3,4,5}Information Systems Department, BINUS Online, Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia

Korespondensi: dina.murad@binus.ac.id

Article History:

Received 28 Jan 2026

Revised 20 Feb 2026

Accepted 17 Jun 2026

Available online 22 Jun 2026

Abstrak

Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong meningkatnya penggunaan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia. Namun, tingkat adopsi dan keberlanjutan penggunaannya sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna (*user experience*). Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *user experience* terhadap minat penggunaan *e-money* melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 pengguna *e-money*. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas Cronbach's Alpha, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen *user experience* dan minat penggunaan memiliki reliabilitas yang sangat baik dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,879 dan 0,886. Analisis regresi menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* ($\beta = 1,399$; $p < 0,001$), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684. Temuan ini mengindikasikan bahwa *user experience* merupakan faktor penting dalam menjelaskan variasi minat penggunaan *e-money*. Aspek kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna terbukti berperan dalam meningkatkan adopsi dan keberlanjutan penggunaan *e-money*. Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi pengembang aplikasi dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kualitas layanan *e-money*.

Kata Kunci: *e-money*, minat penggunaan, survei pengguna, *user experience*.

Abstract

The development of digital payment systems has driven the increasing use of electronic money (*e-money*) in Indonesia. However, the level of adoption and sustainability of its use are greatly influenced by user experience. This study aims to analyze the influence of user experience on the intention to use *e-money* through a quantitative approach with a survey method of 100 *e-money* users. Data were analyzed using descriptive statistics, Cronbach's Alpha reliability tests, and simple linear regression. The results showed that the user experience and intention to use instruments had very good reliability with Cronbach's Alpha values of 0.879 and 0.886, respectively. Regression analysis showed that user experience had a positive and significant effect on the intention to use *e-money* ($\beta = 1.399$; $p < 0.001$), with a coefficient of determination (R^2) of 0.684. These findings indicate that user experience is an important factor in explaining variations in the intention to use *e-money*. Aspects of ease of use, convenience, and user satisfaction have been shown to play a role in increasing the adoption and sustainability of *e-money* use. The research results are expected to be a reference for application developers and stakeholders in improving the quality of *e-money* services.

Keywords: *e-money*, usage interest, user experience, user survey.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem pembayaran, khususnya melalui pemanfaatan uang elektronik (e-money). Di Indonesia, e-money menjadi salah satu instrumen pembayaran non-tunai yang semakin banyak digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi sehari-hari, seiring dengan meningkatnya penetrasi smartphone dan layanan keuangan digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa e-money tidak hanya berperan sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital yang mendukung efisiensi dan inklusi keuangan.

Meskipun adopsi e-money terus meningkat, keberhasilan dan keberlanjutan penggunaannya tidak hanya ditentukan oleh faktor teknologi semata, melainkan juga oleh pengalaman pengguna (user experience) dalam menggunakan aplikasi e-money. User experience mencerminkan persepsi, emosi, dan respons pengguna yang muncul selama interaksi dengan sistem, termasuk aspek kemudahan penggunaan, kenyamanan, kejelasan antarmuka, serta kepuasan secara keseluruhan. Pengalaman pengguna yang positif diyakini mampu meningkatkan minat penggunaan dan loyalitas pengguna terhadap sistem pembayaran digital. Sejumlah penelitian terkini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan kenyamanan antarmuka memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital (Utomo et al., 2024; Nugroho & Sundari, 2025). Selain itu, studi global juga menegaskan bahwa pengalaman pengguna merupakan determinan penting dalam adopsi dan keberlanjutan penggunaan mobile payment, terutama di kalangan masyarakat urban dan generasi muda (Jakhongir & Maya, 2025).

Meskipun demikian, penelitian yang secara spesifik mengkaji peran user experience terhadap minat penggunaan e-money berbasis data survei pengguna di Indonesia masih relatif terbatas, khususnya pada konteks evaluasi pengalaman pengguna secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh user experience terhadap minat penggunaan e-money berdasarkan hasil survei pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian sistem informasi serta implikasi praktis bagi pengembang dan penyedia layanan e-money.

2. Study Pustaka

2.1 User Experience dalam Sistem Informasi

User experience (UX) merupakan konsep penting dalam pengembangan dan evaluasi sistem informasi, yang mencakup persepsi dan respons pengguna sebagai hasil dari penggunaan suatu sistem. UX tidak hanya berkaitan dengan aspek kegunaan (usability), tetapi juga mencakup kenyamanan, emosi, serta kepuasan pengguna selama berinteraksi dengan sistem digital. Pengalaman pengguna yang baik dapat mengurangi hambatan penggunaan dan meningkatkan penerimaan teknologi.

Selain itu, UX dapat digunakan dengan berbagai pendekatan dalam evaluasinya, seperti System Usability Scale (Salsabila. et.all, 2026) untuk mengetahui hubungan antara usability dengan credibility Design Thinking (Irfan Darmawan. et.al, 2022) untuk mendisain User Interface dan UX Sistem informasi kampus. Kenapa melibatkan UI? Karena UI adalah bagian dari sistem yang bertindak sebagai perantara antara pengguna dan memfasilitasi pengguna untuk berinteraksi dengan sistem secara efisien, dan pendekatan lain adalah user experience Questionnaire (Ons Al-Shamaileh, 2022) yang digunakan untuk berbagai kepentingan penelitian seperti evaluasi UX pada LMS (Leandros. Et.all., 2024) termasuk design thinking (Darojat. Et.all., 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UX memiliki peran signifikan dalam adopsi berbagai teknologi digital, aplikasi berbasis mobile, DOI (Maulana, A.E, 2024) hingga ChatGPT (Skjuve. Et.all., 2023). Begitupun dalam konteks sistem pembayaran digital, UX yang baik mampu meningkatkan kepercayaan diri pengguna serta mendorong penggunaan berkelanjutan (Oliveira et al., 2016). Studi terbaru juga menegaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kenyamanan antarmuka menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan e-money (Utomo et al., 2024).

2.2 Minat Penggunaan E-Money

Minat penggunaan merupakan kecenderungan individu untuk menggunakan kembali suatu sistem serta merekomendasikannya kepada pihak lain. Minat ini sering dikaitkan dengan tingkat

kepuasan dan pengalaman positif yang dirasakan pengguna. Dalam konteks e-money, minat penggunaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan keamanan sistem.

Penelitian Nugroho dan Sundari (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan minat penggunaan e-wallet di kalangan Generasi Z. Selain itu, Wijaya et al. (2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan faktor perilaku menjadi determinan penting dalam adopsi e-money di masyarakat perkotaan.

2.3 Penelitian sebelumnya

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aspek ease of use, keamanan, serta persepsi kegunaan menjadi determinan penting dalam adopsi layanan pembayaran digital (mobile payment/e-money) baik di konteks perkotaan maupun generasi muda. Utomo et al. (2024) menemukan bahwa perceived ease of use dan perceived security secara signifikan mempengaruhi behavioral intention terhadap penggunaan e-money di lingkungan urban. Selain itu, Nugroho & Sundari (2025) melaporkan bahwa ease of use, usefulness, dan security memberi kontribusi positif terhadap kepuasan pengguna e-wallet yang berimplikasi pada niat penggunaan lanjutan. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Wijaya et al. (2025), yang menunjukkan pentingnya ease of use dan faktor perilaku dalam intensitas adopsi e-money. Sementara itu, studi global terkini (Jakhongir & Maya, 2025; [International Journal of Information Management Data Insights, 2025]) menegaskan bahwa faktor psikososial, seperti sikap dan persepsi individu, turut memoderasi adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan generasi muda.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan temuan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa user experience memiliki peran penting dalam membentuk minat penggunaan sistem pembayaran digital. Pengalaman pengguna yang positif, yang ditandai dengan kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan, diyakini dapat meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan e-money. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: User experience berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden pengguna e-money. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap user experience dan minat penggunaan. Variabel user experience diukur melalui beberapa indikator, antara lain kemudahan memahami tampilan, integrasi fitur, kenyamanan penggunaan, dan kepuasan pengguna. Sementara itu, variabel minat penggunaan diukur melalui indikator keinginan menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan aplikasi e-money.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum persepsi responden, uji reliabilitas untuk menguji konsistensi instrumen, serta regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh user experience terhadap minat penggunaan.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap aspek user experience aplikasi e-money. Responden menilai bahwa aplikasi e-money mudah digunakan, memiliki tampilan yang jelas, serta fitur-fitur yang terintegrasi dengan baik sehingga mendukung kebutuhan transaksi sehari-hari. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna secara umum berada pada kategori cukup tinggi. Persepsi responden terhadap user experience aplikasi e-money dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Persepsi responden terhadap user experience aplikasi e-money

Variabel	Mean	Std. Dev	Min	Max
User Experience (UX)	3.60	0.61	2.46	4.92
Minat Penggunaan	3.34	1.03	1.00	5.00

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap user experience aplikasi e-money berada pada kategori cukup tinggi dengan nilai rata-rata 3,60. Sementara itu, minat penggunaan e-money memiliki nilai rata-rata 3,34 yang mengindikasikan kecenderungan positif pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan aplikasi e-money. Berikutnya dilakukan pengujian reliabilitas dengan cronbach alpha, hasilnya terlihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
User Experience	0.879	Sangat Reliabel
Minat Penggunaan	0.886	Sangat Reliabel

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,8 yang berarti excellent reliability, yang menandakan bahwa instrumen penelitian bersifat sangat reliabel. Dengan demikian, item-item pertanyaan yang digunakan mampu mengukur konstruk user experience dan minat penggunaan secara konsisten.

Analisis Regresi Linear Sederhana menghasilkan Model: User Experience → Minat Penggunaan E-Money

- Koefisien regresi (β): 1.399
- R^2 : 0.684
- Sig. (p-value): < 0.001

Artinya: UX menjelaskan 68,4% variasi minat penggunaan → SANGAT KUAT. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa user experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money ($\beta = 1,399$; $p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684 menunjukkan bahwa user experience mampu menjelaskan 68,4% variasi minat penggunaan e-money. Hal ini menegaskan bahwa pengalaman pengguna merupakan faktor dominan dalam mendorong adopsi dan keberlanjutan penggunaan sistem pembayaran digital. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kenyamanan sistem memiliki peran penting dalam meningkatkan penerimaan teknologi (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks e-money, pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna serta mengurangi hambatan dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, pengembang aplikasi e-money perlu memberikan perhatian khusus pada aspek desain antarmuka, integrasi fitur, serta kemudahan navigasi guna meningkatkan kepuasan dan minat penggunaan.

Hasil temuan penelitian ini konsisten dengan studi kontemporer yang menunjukkan signifikansi UX dan ease of use dalam mendorong minat penggunaan layanan pembayaran digital. Utomo et al. (2024) melaporkan peran krusial ease of use dan perceived security dalam membentuk *behavioral intention* pada pengguna e-money di kota besar. Nugroho & Sundari (2025) juga menemukan hubungan positif antara ease of use, security, dan kepuasan pengguna e-wallet, yang merupakan salah satu komponen penting dari pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian lain menegaskan bahwa

elemen psikologis dan sikap pengguna memainkan peran penting dalam adopsi digital payment di generasi muda (2025).

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa user experience memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Pengalaman pengguna yang baik, yang tercermin melalui kemudahan penggunaan, kenyamanan, kejelasan antarmuka, serta integrasi fitur, terbukti mampu meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan dan merekomendasikan aplikasi e-money. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,684, user experience menjadi faktor dominan dalam menjelaskan variasi minat penggunaan e-money di antara responden. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pengembang dan penyedia layanan e-money untuk memprioritaskan aspek user experience dalam pengembangan aplikasi. Desain antarmuka yang intuitif, navigasi yang mudah, serta integrasi fitur yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya terkait peran user experience dan kemudahan penggunaan dalam adopsi teknologi, khususnya pada konteks sistem pembayaran digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan variabel yang digunakan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih besar, memperluas konteks penelitian, serta menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi keamanan, dan risiko guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait adopsi e-money. Pengalaman pengguna yang baik, ditandai dengan kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan kepuasan, dapat meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan e-money.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan ruang lingkup penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan dan persepsi keamanan serta menggunakan metode analisis yang lebih kompleks

Daftar Pustaka

- A. Debasmita, "Open Access Open Access," *J Int AIDS Soc*, vol. 18, no. 1, p. 4, 2015.
- Darmawan, I., Anwar, M. S., Rahmatulloh, A., & Sulastrri, H. (2022). Design thinking approach for user interface design and user experience on campus academic information systems. *JOIV: International Journal on Informatics Visualization*, 6(2), 327-334.
- Darojat, F. D., Belladina, F., Mufida, M., Leandros, R., & Murad, D. F. (2024, August). Evaluation of User Experience on Pelita Air Application Using Design Thinking Method. In *2024 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 467-472). IEEE.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- J. Johnson, *Designing with the mind in mind: simple guide to understanding user interface design guidelines*, Third. Morgan Kaufmann, 2020.
- Jakhongir, M. I., & Maya, S. (2025). Global trends in mobile payment adoption: Insights for Indonesia. *Innovation Science and Technology Journal*, 5(1), 1–12.
- Leandros, R., Wijanarko, B. D., & Murad, D. F. (2024). Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Learning Management System Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS Учредителу: Diponegoro University*, 14(4), 385-391.
- Maulana, A. E. (2024). Evaluasi Aplikasi DOI by RJI pada Aspek Usability dan User Experience Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) dan User Experience Questionnaire (UEQ). *Explorer*, 4(2), 106-114.
- Nugroho, N. T., & Sundari, S. (2025). Kepuasan pengguna e-wallet: Studi pada Generasi Z di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 145–156.

- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Ons Al-Shamaileh, Alistair Sutcliffe, Why people choose Apps: An evaluation of the ecology and user experience of mobile applications, *International Journal of Human-Computer Studies*, Volume 170, 2023, 102965, ISSN 1071-5819, <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102965>.
- Utomo, R. G., Yasirandi, R., & Suwastika, N. A. (2024). Adoption dynamics of digital payments: An urban case study on e-money using the technology acceptance model. *INFOTEL*, 16(2), 85–96.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wijaya, D. J., Firdiansyah, R. A., & Peranginangin, P. (2025). Analisis anteseden adopsi e-money pada masyarakat perkotaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 10(1), 22–33.
- Salsabila, E., Rohman, A. A., Putri, Z. R., Karundeng, J. H., Abdullah, M. F., & Fami, A. (2026). Analisis Usability dan Credibility Platform IPB DiSign Menggunakan System Usability Scale dan User Experience Honeycomb: Usability and Credibility Analysis of IPB DiSign Platform Using System Usability Scale and User Experience Honeycomb. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 6(1), 167-177. <https://doi.org/10.57152/malcom.v6i1.2396>
- Skjuve, M., Følstad, A., & Brandtzaeg, P. B. (2023, July). The user experience of ChatGPT: findings from a questionnaire study of early users. In *Proceedings of the 5th international conference on conversational user interfaces* (pp. 1-10).