

Kepuasan Pengguna Sebagai Mediator Pengaruh Ease of Use dan Trust Terhadap Keputusan Transaksi Gopay

Ida Bagus Ray Mahija Nirwasita ^{1*} Komang Sri Widiyanti ²

¹ Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia. Email: nirwasitamahija@gmail.com

² Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia. Email: widiyanti@undiknas.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima: Desember 29, 2026

Direvisi: Januari 25, 2026

Disetujui: Januari 31, 2026

DOI :

<https://doi.org/10.60079/amfr.v4i1.690>



ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Transaksi di kalangan pengguna GoPay, dengan Kepuasan Pengguna sebagai variabel mediasi. Berlandaskan Model Penerimaan Teknologi (TAM), penelitian ini menghipotesiskan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna, dan bahwa kepuasan, pada gilirannya, berperan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh keduanya terhadap keputusan transaksi pengguna dalam konteks fintech, khususnya di kalangan Generasi Z.

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk analisis data. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang diberikan kepada 100 responden Generasi Z di Kota Denpasar, Indonesia, yang dipilih menggunakan sampling purposif. Variabel penelitian meliputi kemudahan penggunaan dan kepercayaan sebagai variabel independen, kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi, dan keputusan transaksi sebagai variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan: Hasil menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna terbukti memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan keputusan transaksi, serta antara kepercayaan dan keputusan transaksi.

Implikasi: Secara teoritis, studi ini berkontribusi pada perluasan Model Penerimaan Teknologi dalam konteks keuangan digital dengan menyoroti peran mediasi kepuasan pengguna dalam menghubungkan persepsi pengguna dengan perilaku transaksi aktual. Secara praktis, temuan ini memberikan wawasan bagi GoPay dan penyedia fintech lainnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna, memperkuat mekanisme kepercayaan, dan mempertahankan penggunaan di kalangan pengguna Generasi Z.

Kata Kunci: fintech; ease of use; trust; keputusan transaksi; kepuasan pengguna.

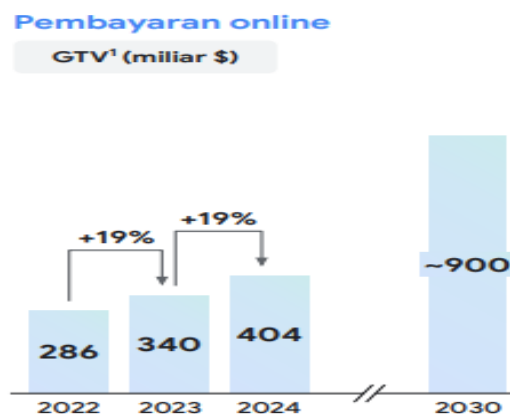
Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial (financial technology/fintech) telah membawa perubahan signifikan dalam sistem transaksi keuangan masyarakat modern. Di Indonesia, transformasi digital sektor keuangan semakin cepat, terutama pasca pandemi COVID-19, yang mendorong pergeseran dari transaksi tunai menuju pembayaran non-tunai. Salah satu bentuk adopsi fintech yang paling dominan adalah penggunaan dompet digital (e-wallet) seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay yang kini

menjadi bagian dari aktivitas ekonomi sehari-hari, baik untuk transportasi, konsumsi, hingga transaksi daring. Perubahan ini menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, dan keamanan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan transaksi digital.

GoPay sebagai salah satu dompet digital terbesar di Indonesia memiliki posisi strategis karena terintegrasi dengan Gojek serta menawarkan akses dan jangkauan layanan yang luas. Layanan ini banyak digunakan oleh Generasi Z yang dikenal sebagai digital native, dengan tingkat adopsi teknologi tinggi namun memiliki loyalitas rendah dan mudah berpindah platform ketika ekspektasi terhadap kemudahan atau keamanan tidak terpenuhi. Pengalaman pengguna yang mencakup kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sistem menjadi faktor penting dalam mempertahankan pengguna (Susanti & Wahyuni, 2024) (Nabilah, 2025). Selain itu, penelitian menunjukkan sekitar 41% pengguna Generasi Z di Indonesia memiliki kecenderungan perilaku impulsif dalam penggunaan layanan keuangan digital (Lubis *et al.*, 2025), sehingga kepuasan pengguna menjadi aspek krusial dalam mendorong keberlanjutan keputusan transaksi.

Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989) yang dalam konteks fintech diperluas dengan Trust dan User Satisfaction untuk menjelaskan perilaku aktual pengguna dompet digital. Ease of Use menggambarkan kemudahan sistem, sedangkan Trust mencerminkan keyakinan terhadap keamanan dan keandalan layanan. Secara empiris, Ease of Use dapat memengaruhi kepuasan dan niat penggunaan ulang (Fahlevi *et al.*, 2025; Aisy *et al.*, 2024), namun tidak selalu dominan pada pengguna yang sudah terbiasa teknologi (Sahabuddin *et al.*, 2025). Sebaliknya, Trust konsisten berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas (Apriliani *et al.*, 2024; Hasan, 2024), meski dampaknya terhadap keputusan transaksi masih bervariasi (Wahyuni *et al.*, 2025). Karena itu, kepuasan diposisikan sebagai mediator penting dalam hubungan persepsi dan keputusan transaksi (Jasen, 2020; Yogi & Pramudana, 2021), dan Denpasar dipilih karena tingginya penggunaan internet serta transaksi non-tunai di kalangan penduduk muda (BPS Bali, 2024b).



Gambar 1. Data Transaksi Fintech di Indonesia

Sumber: (Garcia *et al.*, 2024)

Pertumbuhan transaksi pembayaran digital di Indonesia yang mencapai ratusan miliar dolar AS serta proyeksi peningkatan hingga tahun 2030 semakin menegaskan pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan fintech. Fenomena ini memperkuat urgensi penelitian untuk mengkaji bagaimana Ease of Use dan Trust memengaruhi

keputusan transaksi melalui kepuasan pengguna sebagai mediator, khususnya pada platform dompet digital seperti GoPay di tengah pesatnya pertumbuhan ekonomi digital nasional.



Gambar 2. Data perkembangan teknologi Fintech di Indonesia

Sumber: Olah data dari (Indonesia, 2023)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris peran kepuasan pengguna dalam memediasi pengaruh Ease of Use dan Trust terhadap keputusan transaksi GoPay pada Generasi Z di Kota Denpasar. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu memperluas penerapan Technology Acceptance Model dalam konteks pembayaran digital, sementara secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi strategis bagi pengembang layanan fintech dalam meningkatkan pengalaman pengguna, kepercayaan, dan keberlanjutan penggunaan layanan dompet digital.

Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka teoritis yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Model ini dikembangkan oleh (Davis, 1989) sebagai adaptasi pendekatan perilaku, dengan menekankan dua konstruk utama, yaitu Perceived Ease of Use (PEOU) dan Perceived Usefulness (PU), yang membentuk sikap, niat, hingga perilaku penggunaan aktual. Dalam konteks dompet digital, termasuk GoPay, TAM terbukti relevan untuk menjelaskan bagaimana persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat teknologi mendorong adopsi serta keputusan penggunaan (Estiyanti *et al.*, 2021).

Ease of Use

Dalam kerangka TAM, Ease of Use yang diadaptasi dari konstruk PEOU menjelaskan sejauh mana pengguna menganggap GoPay mudah dipelajari, dioperasikan, dan digunakan secara efisien. Kemudahan ini terbukti meningkatkan persepsi manfaat, kepuasan, serta niat penggunaan ulang (Yogi & Pramudana, 2021; Aini & Parinduri, 2024). Namun, beberapa penelitian menemukan bahwa pengaruh kemudahan terhadap keputusan transaksi tidak selalu dominan, terutama ketika faktor keamanan dan Trust lebih menentukan (Sahabuddin *et al.*, 2025). Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan mediasi untuk memahami mekanisme perilaku pengguna secara lebih komprehensif.

Trust

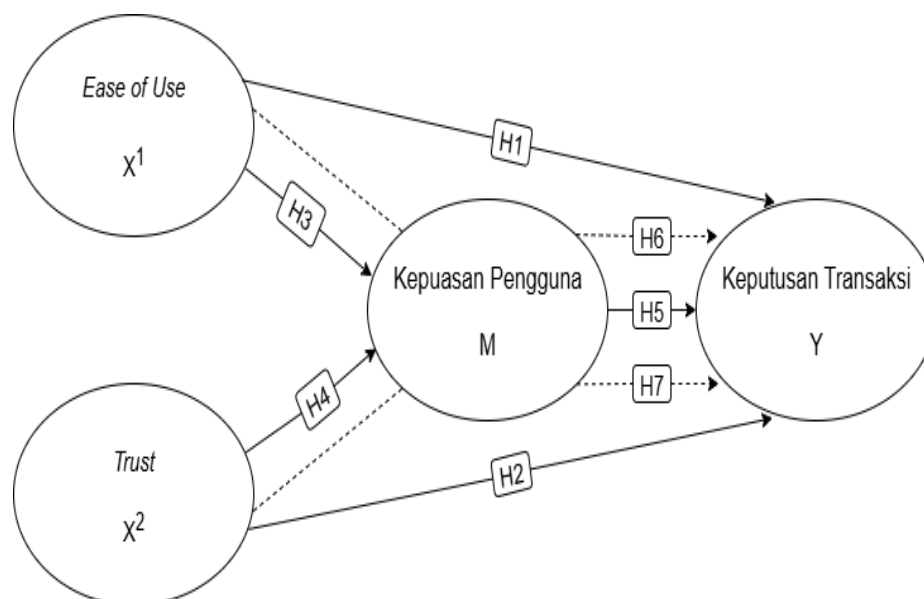
Seiring perkembangan fintech, TAM banyak diperluas dengan memasukkan variabel seperti Trust dan User Satisfaction, karena layanan keuangan digital menuntut keyakinan pengguna terhadap keamanan dan keandalan sistem. Secara empiris, Trust terbukti berhubungan kuat dengan kepuasan pengguna GoPay (Gunawan *et al.*, 2024) serta berperan dalam keputusan dan keberlanjutan penggunaan e-wallet (Apriliani *et al.*, 2024; Susanti & Wahyuni, 2024).

Kepuasan pengguna

Kepuasan pengguna diposisikan sebagai luaran afektif dari evaluasi pengalaman penggunaan teknologi, yang menjembatani pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap perilaku aktual. Sejalan dengan Theory (Bhattacharjee, 2001), kepuasan muncul ketika kinerja sistem memenuhi ekspektasi pengguna dan menjadi pendorong utama keputusan penggunaan berkelanjutan. Sejumlah studi e-wallet di Indonesia menegaskan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator penting antara Ease of Use dan Trust terhadap keputusan penggunaan atau transaksi (Yogi & Pramudana, 2021) ; (Gunawan *et al.*, 2024; Wahyuni *et al.*, 2025).

Keputusan transaksi

Keputusan transaksi dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk actual system usage, yaitu manifestasi nyata dari penerimaan teknologi setelah pengguna melalui proses persepsi, sikap, dan kepuasan. Dalam konteks GoPay, keputusan ini tercermin dari penggunaan aktual dalam berbagai transaksi digital. Bukti empiris menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan memengaruhi keputusan transaksi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pengguna (Estiyanti *et al.*, 2021; Apriliani *et al.*, 2024; Sahabuddin *et al.*, 2025). Oleh karena itu, penggunaan TAM yang diperluas dengan variabel Trust dan User Satisfaction dinilai paling tepat untuk menjelaskan mekanisme pengambilan keputusan transaksi GoPay secara sistematis dan empiris.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Hubungan Langsung (Direct Effect)

H₁: Ease of Use (X1) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)

H₂: Trust (X2) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)

H₃: Ease of Use (X1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna (M)

H₄: Trust (X2) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna (M)

H₅: Kepuasan Pengguna (M) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)

Hubungan Tidak Langsung (Indirect Effect melalui Mediasi)

H₆: Ease of Use (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi (Y) melalui Kepuasan Pengguna (M)

H₇: Trust (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi (Y) melalui Kepuasan Pengguna (M)

Metode Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Denpasar.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Denpasar, 2024

Kelompok Umur	Penduduk (Laki-Laki)	Penduduk (Perempuan)	Total Penduduk
17-19	14,750	13,800	28,550
20-24	29,500	27,600	57,100
25-27	15,250	14,650	29,900
Total	59,500	56,050	115,550

Sumber: (BPS Bali, 2024a)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020) Adapun kriteria responden meliputi:

- Generasi Z berusia 17–27 tahun,
- Berdomisili di Kota Denpasar,
- Pernah melakukan transaksi menggunakan GoPay minimal dua kali.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin karena ukuran populasi diketahui, sehingga diperoleh jumlah responden yang memenuhi kriteria penelitian (Sugiyono, 2020)

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Persisi yang ditetapkan 100% dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,10.

Dengan rumus yang sudah dijelaskan, maka dapat ditentukan bahwa jumlah untuk populasi sebagai berikut :

$$n = \frac{115,550}{115,550(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{115,550}{1156.5}$$

$$n = 99.9$$

Berdasarkan rumus Slovin, diperoleh sampel 99,9 yang dibulatkan menjadi 100 responden Generasi Z pengguna aktif GoPay. Data berupa primer kuantitatif dari kuesioner skala Likert 1–4, didukung data sekunder. Sampel dipilih dengan purposive sampling (Sugiyono, 2020). Analisis menggunakan PLS-SEM (Ghozali, 2018) melalui evaluasi outer model dan inner model, pengujian hipotesis dengan t-statistic/p-value, serta analisis mediasi menggunakan VAF.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Hasil

Analisis data dilakukan terhadap 100 responden Generasi Z pengguna aktif GoPay di Kota Denpasar yang memenuhi kriteria, yaitu berusia 17–27 tahun, memiliki akun GoPay aktif, serta telah menggunakan GoPay untuk transaksi non-tunai minimal dua kali. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring (online) dan luring (offline) untuk memperoleh gambaran perilaku pengguna yang lebih representatif. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antar variabel Ease of Use, Trust, Kepuasan Pengguna, dan Keputusan Transaksi.

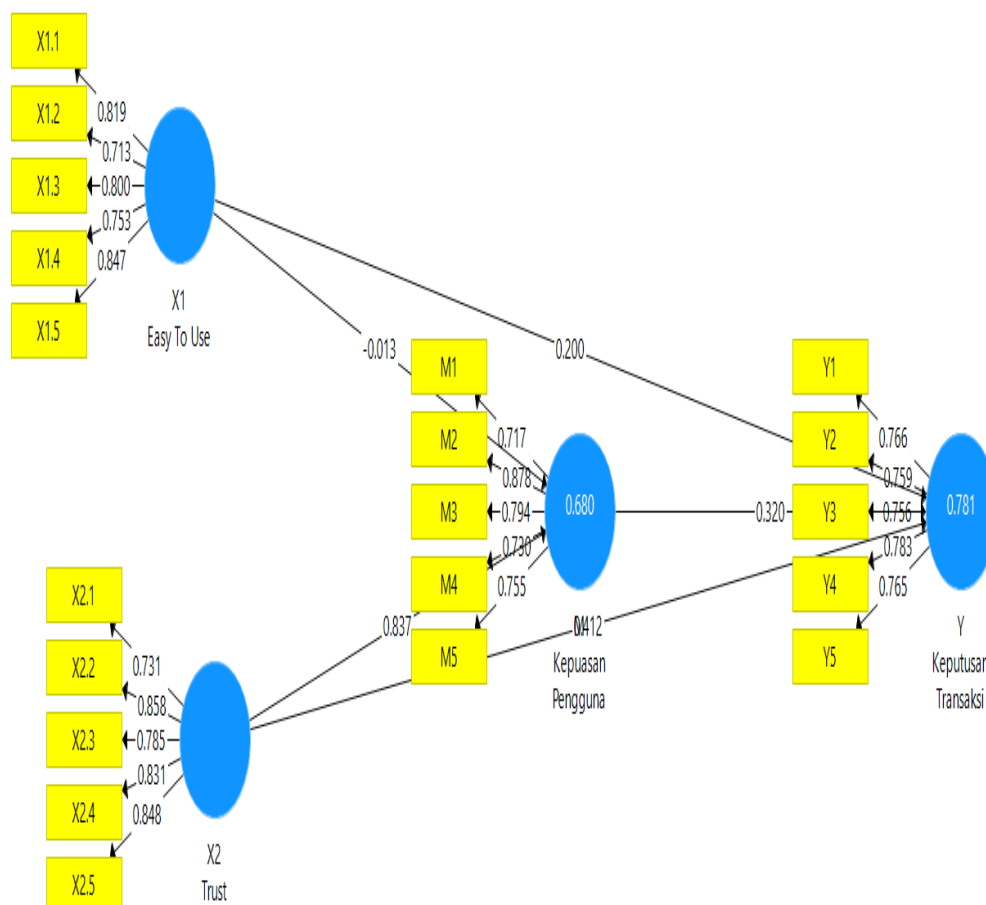
Tabel 2. Data Responden

No	Kelompok Usia	Jumlah Responden
1	17–19 tahun	11 orang
2	20–24 tahun	70 orang
3	25–27 tahun	19 orang
Total		100 orang
Daerah Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Denpasar Barat	23 orang	23%
Denpasar Timur	22 orang	22%
Denpasar Selatan	40 orang	40%
Denpasar Utara	15 orang	15%
Total	100 orang	100%
Profesi	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa	67 orang	67%
Pegawai	27 orang	27%
Wirausaha	6 orang	6%
Total	100 orang	100%

Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS versi 4 dengan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan kausal antar variabel laten secara simultan pada model pengukuran dan model struktural, serta sesuai untuk model yang melibatkan variabel mediasi, kompleksitas konstruk, ukuran sampel moderat, dan kondisi data yang tidak sepenuhnya normal. PLS-SEM juga dinilai fleksibel dan kuat dalam pengujian teori, sehingga tepat digunakan untuk menguji konstruk reflektif seperti Ease of Use, Trust, Kepuasan Pengguna, dan Keputusan Transaksi pada layanan GoPay.

Analisa Outer Model

Pada penelitian ini, variabel Ease of Use (X1), Trust (X2), Kepuasan Pengguna (M), dan Keputusan Transaksi (Y) merupakan konstruk reflektif sehingga pengujian outer model dilakukan melalui loading factor, AVE, dan composite reliability (Ghozali, 2018). Hasil SmartPLS menunjukkan seluruh indikator memiliki loading factor $>0,70$, yaitu Ease of Use (0,713–0,847), Trust (0,731–0,858), Kepuasan Pengguna (0,717–0,878), dan Keputusan Transaksi (0,756–0,783), yang menandakan indikator mampu merepresentasikan konstruk dengan baik. Selain itu, nilai AVE seluruh variabel $>0,50$ dan composite reliability $>0,70$, sehingga seluruh konstruk dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian, outer model telah memenuhi kriteria pengukuran dan analisis dapat dilanjutkan pada inner model.



Gambar 4. Outer Model
Sumber: Data primer diolah, 2025

Convergent Validity

Tabel 3. Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading
Variabel Ease of Use (X1)	X1.1	0,819
	X1.2	0,713
	X1.3	0,8
	X1.4	0,753
	X1.5	0,847
Variabel Trust (X2)	X2.1	0,731
	X2.2	0,858
	X2.3	0,785
	X2.4	0,831
	X2.5	0,848
Variabel Keputusan Transaksi (Y)	Y1	0,766
	Y2	0,759
	Y3	0,756
	Y4	0,783
	Y5	0,765
Variabel Kepuasan Pengguna (M)	M1	0,717
	M2	0,878
	M3	0,794
	M4	0,73
	M5	0,755

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3, seluruh indikator pada variabel Ease of Use, Trust, Kepuasan Pengguna, dan Keputusan Transaksi memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi yang kuat dalam menjelaskan konstraknya masing-masing. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada model struktural (inner model).

Discriminant Validity

Tabel 4. Hasil Pengujian Discriminant Validity

Indikator	M Kepuasan Pengguna	X1 Ease of Use	X2 Trust	Y_Keputusan Transaksi
X1.1	0,554	0,819	0,793	0,669
X1.2	0,521	0,713	0,617	0,532
X1.3	0,648	0,800	0,714	0,71
X1.4	0,629	0,753	0,661	0,652
X1.5	0,644	0,847	0,859	0,677
X2.1	0,741	0,627	0,731	0,585

Indikator	M Kepuasan Pengguna	X1 Ease of Use	X2 Trust	Y Keputusan Transaksi
X2.2	0,647	0,849	0,858	0,592
X2.3	0,643	0,683	0,785	0,798
X2.4	0,593	0,858	0,831	0,701
X2.5	0,718	0,756	0,848	0,71
Y1	0,599	0,616	0,668	0,766
Y2	0,655	0,609	0,623	0,759
Y3	0,589	0,631	0,733	0,756
Y4	0,661	0,700	0,683	0,783
Y5	0,608	0,607	0,585	0,765
M1	0,717	0,51	0,502	0,536
M2	0,878	0,635	0,689	0,671
M3	0,794	0,637	0,643	0,673
M4	0,73	0,604	0,701	0,551
M5	0,755	0,57	0,647	0,705

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian cross loading pada Tabel 4, seluruh indikator pada variabel Ease of Use, Trust, Kepuasan Pengguna, dan Keputusan Transaksi menunjukkan nilai korelasi yang lebih tinggi terhadap konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lain. Hal ini menandakan bahwa setiap indikator mampu membedakan dirinya secara jelas terhadap konstruk yang berbeda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria discriminant validity, sehingga model penelitian layak dilanjutkan ke tahap evaluasi inner model.

Reliability

Tabel 5. Hasil Pengujian Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (pc)	Keterangan
Ease of Use (X1)	0,846	0,891	Reliabel
Trust (X2)	0,870	0,906	Reliabel
Keputusan Transaksi (Y)	0,824	0,876	Reliabel
Kepuasan Pengguna (M)	0,834	0,883	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70 sehingga dinyatakan reliabel. Kepuasan Pengguna (M) memiliki Cronbach's Alpha 0,834 dan Composite Reliability 0,883, Ease of Use (X1) 0,846 dan 0,891, Trust (X2) 0,870 dan 0,906, serta Keputusan Transaksi (Y) 0,824 dan 0,876. Dengan demikian, seluruh variabel memenuhi kriteria reliabilitas yang direkomendasikan (Hair *et al.*, 2021) dan instrumen penelitian layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 6. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)

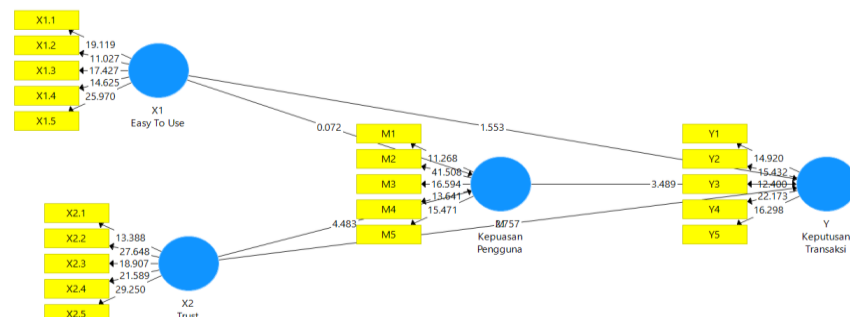
Variabel	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
Ease of Use (X1)	0.846	0.621
Trust (X2)	0.870	0.660
Keputusan Transaksi (Y)	0.824	0.587
Kepuasan Pengguna (M)	0.834	0.604

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6, seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Kepuasan Pengguna (M) memiliki AVE 0,604, Ease of Use (X1) 0,621, Trust (X2) 0,660, dan Keputusan Transaksi (Y) 0,587, yang menunjukkan bahwa indikator pada masing-masing konstruk mampu menjelaskan varians secara memadai. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisa Inner Model

Menurut (Hair *et al.*, 2011), inner model (model struktural) digunakan untuk menjelaskan hubungan antar konstruk laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dalam pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Model ini menggambarkan hubungan kausalitas berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang mendasari arah pengaruh antar variabel. Inner model berfungsi untuk menguji kekuatan hubungan (path coefficients) dan kemampuan prediksi antar konstruk dalam model penelitian.



Gambar 5. Inner Model

Sumber: Data primer diolah, 2025

R-Square

Tabel 7. Hasil Pengujian R-Square

Variabel Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pengguna (M)	0.680	0.674
Keputusan Transaksi (Y)	0.781	0.774

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7, Kepuasan Pengguna (M) memiliki R-Square 0,680 dan Adjusted R² 0,674, yang berarti Ease of Use (X1) dan Trust (X2) mampu menjelaskan 67,4% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 32,6% dipengaruhi faktor lain di luar model. Keputusan Transaksi (Y) memiliki R-Square 0,781 dan Adjusted R² 0,774, sehingga Kepuasan Pengguna mampu menjelaskan 77,4% variasi keputusan transaksi, sementara 22,6% sisanya dipengaruhi variabel lain. Menurut (Hair *et al.*, 2021), Adjusted R² lebih akurat karena mempertimbangkan jumlah prediktor, dan tingginya nilai R² pada kedua variabel endogen menunjukkan model struktural memiliki kemampuan prediktif yang kuat dan layak dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

Q-Square (Q²)

Tabel 8. Hasil Pengujian Q-Square (Q²)

Variabel Endogen	SSO	SSE	Q ² (= 1 – SSE/SSO)
Keputusan Transaksi (Y)	500.000	276.856	0.446
Kepuasan Pengguna (M)	500.000	299.851	0.400

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 8, nilai Q² untuk Kepuasan Pengguna (M) sebesar 0,400 dan Keputusan Transaksi (Y) sebesar 0,446, keduanya > 0 sehingga menunjukkan model memiliki relevansi prediktif yang baik. Artinya, Ease of Use (X1) dan Trust (X2) mampu memprediksi Kepuasan Pengguna, serta Kepuasan Pengguna mampu memprediksi Keputusan Transaksi dengan cukup akurat, sehingga model struktural dinyatakan layak digunakan.

Effect Size (f²)

Tabel 9. Hasil Pengujian Effect Size (f²)

Variabel Eksogen terhadap Endogen	Nilai f ²	Keterangan
Ease of Use (X1) Terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.025	Kecil
Trust (X2) Terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.082	Kecil
Ease of Use (X1) Terhadap Kepuasan Pengguna (M)	0.000	Sangat kecil
Trust (X2) Terhadap Kepuasan Pengguna (M)	0.301	Sedang–besar
Kepuasan Pengguna (M) terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.150	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 9 Hasil Pengujian Effect Size (f²), Trust (X2) memiliki kontribusi terbesar terhadap Kepuasan Pengguna (M) dengan nilai f² = 0,301 (kategori sedang mendekati besar), menunjukkan kepercayaan memberi dampak substansial pada kepuasan. Kepuasan Pengguna (M) juga berpengaruh sedang terhadap Keputusan Transaksi (Y) dengan f² = 0,150, menandakan kepuasan cukup kuat mendorong keputusan transaksi. Sebaliknya, Ease of Use (X1) memiliki kontribusi sangat lemah terhadap Kepuasan Pengguna (f² = 0,000) dan kecil terhadap Keputusan Transaksi (f² = 0,025), sehingga kemudahan bukan faktor utama. Sementara itu, Trust (X2) terhadap Keputusan Transaksi (Y) juga bernilai kecil namun tetap positif (f² = 0,082).

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Uji hubungan langsung dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel laten tanpa melibatkan variabel mediasi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t-statistic dan p-value, dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$ (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil uji hipotesis langsung sebagai berikut:

Ease of Use tidak berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi

Nilai t-statistic sebesar 1,553 ($< 1,96$) dan p-value 0,121 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Transaksi, sehingga hipotesis ini ditolak. Penolakan hipotesis ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan bukan lagi faktor penentu dalam keputusan transaksi dompet digital, khususnya pada pengguna Generasi Z yang telah terbiasa dengan teknologi.

Trust berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi

Nilai t-statistic 2,757 ($> 1,96$) dan p-value 0,006 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Transaksi, sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap keamanan data, perlindungan transaksi, dan keandalan sistem GoPay, semakin besar kecenderungan mereka untuk bertransaksi menggunakan GoPay.

Ease of Use tidak berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna

Nilai t-statistic sebesar 0,072 ($< 1,96$) dengan p-value 0,943 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga hipotesis ini ditolak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi factor pembentuk kepuasan pengguna dompet digital, karena bagi Generasi Z kemudahan aplikasi telah menjadi standar minimum layanan.

Trust berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna

Nilai t-statistic sebesar 4,483 ($> 1,96$) dengan p-value 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga hipotesis ini diterima.

Kepuasan Pengguna berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi

Nilai t-statistic sebesar 3,489 ($> 1,96$) dengan p-value 0,001 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Transaksi, sehingga hipotesis ini diterima. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna, semakin besar kecenderungan pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan GoPay.

Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Ease of Use (X1) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.200	0.199	0.129	1,553	0.121	Ditolak
Trust (X2) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.412	0.404	0.150	2,757	0.006	Diterima
Ease of Use (X1) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna (M)	-0.013	-0.001	0.184	0.072	0.943	Ditolak
Trust (X2) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pengguna (M)	0.837	0.828	0.187	4,483	0.000	Diterima
Kepuasan Pengguna (M) berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi (Y)	0.320	0.332	0.092	3,489	0.001	Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Tabel 11. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Ease of Use (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi (M) melalui Kepuasan Pengguna(Y)	-0.004	-0.002	0.063	0.068	0.946	Ditolak
Trust berpengaruh (X2) terhadap Keputusan Transaksi (M) melalui Kepuasan Pengguna (Y)	0.268	0.277	0.106	2,538	0.011	Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2025

Ease of Use tidak berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi melalui Kepuasan Pengguna

Hasil uji menunjukkan nilai t-statistic sebesar 0,068 (<1,96) dengan p-value 0,946 (>0,05), sehingga pengaruh tidak langsung ini tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Penolakan ini konsisten

dengan hasil uji langsung yang menunjukkan bahwa Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Trust berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi melalui Kepuasan Pengguna

Nilai t-statistic sebesar 2,538 ($>1,96$) dengan p-value 0,011 ($<0,05$) menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna mampu memediasi pengaruh Trust terhadap Keputusan Transaksi, sehingga hipotesis ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap GoPay meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya mendorong keputusan transaksi.

Pengujian Variance Accounted For (VAF)

Mediasi Kepuasan Pengguna pada Hubungan Ease of Use (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi (Y)

$$\text{Total Effect} = 0,200 + (-0,004) = 0,196$$

Nilai VAF dihitung sebagai berikut:

$$\text{VAF} = 0,196 / -0,004 = -0,0204$$

Nilai VAF di bawah 20% menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna tidak memediasi hubungan antara Ease of Use dan Keputusan Transaksi GoPay, sehingga tidak terdapat efek mediasi pada jalur tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan GoPay tidak meningkatkan keputusan transaksi melalui kepuasan, dan Ease of Use bukan faktor utama dalam membentuk kepuasan maupun keputusan transaksi, terutama pada pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi digital.2. Mediasi Kepuasan Pengguna pada Hubungan Trust (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Transaksi (Y)

$$\text{Total Effect} = 0,412 + 0,268 = 0,680$$

Selanjutnya, nilai VAF dihitung sebagai berikut:

$$\text{VAF} = 0,268 / 0,680 = 0,394 \text{ (39,4\%)}$$

Nilai VAF sebesar 39,4% berada pada rentang 20% hingga 80%, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengguna memediasi secara parsial hubungan antara Trust dan Keputusan Transaksi GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa Trust tidak hanya berpengaruh langsung terhadap Keputusan Transaksi, tetapi juga sebagian pengaruhnya disalurkan melalui Kepuasan Pengguna. Dengan kata lain, kepercayaan pengguna terhadap GoPay meningkatkan kepuasan, dan melalui kepuasan tersebut mendorong keputusan pengguna untuk melakukan transaksi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis responden Generasi Z pengguna aktif GoPay di Kota Denpasar dengan metode PLS-SEM, diperoleh simpulan sebagai berikut:

- Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Transaksi, karena kemudahan dianggap sebagai standar minimum kompetensi digital.
- Trust berpengaruh positif terhadap Keputusan Transaksi, sehingga semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin besar kecenderungan bertransaksi.

- Ease of Use tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna, karena Generasi Z tidak lagi menilai kepuasan hanya dari kemudahan penggunaan.
- Trust berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna, sebab rasa aman dan keandalan sistem meningkatkan kepuasan.
- Kepuasan Pengguna berpengaruh positif terhadap Keputusan Transaksi, sehingga kepuasan mendorong penggunaan GoPay secara berkelanjutan.
- Kepuasan tidak memediasi pengaruh Ease of Use terhadap Keputusan Transaksi.
- Kepuasan memediasi secara parsial pengaruh Trust terhadap Keputusan Transaksi, karena Trust meningkatkan kepuasan yang kemudian mendorong keputusan transaksi.

Referensi

- Aini, N., & Parinduri, A. F. K. (2024). Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, User Satisfaction, and Security Against Intentional Behavior Using GoPay E-Wallet. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 12(2), 171–180. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v12i2.9022>
- Aisy, P. R., Sukaris, S., & Kirono, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan User Satisfaction terhadap Continuance Intention dalam Bertransaksi dengan Dompot Digital ShopeePay. *Widya Manajemen*, 6(1), 44–55. <https://doi.org/10.32795/widyanajemen.v6i1.4971>
- Apriliani, R., Prakoso, T., Rustaman, D., Dharmawan, D., & Wildan Nuryanto, U. (2024). The Influence of Intention To Use Digital Wallet Applications, E-Service Quality And Trust on Consumer Satisfaction Toward Digital Payment Applications. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6, 125–131. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.485>
- Bhattacharjee, A. (2001). Bhattacharjee/Information Systems Continuance MIS Quarterjy Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model 1 Motivation for the Study. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Bps Bali. (2024a). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Denpasar, 2024. <https://denpasarkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGeyMXBkVFUxY25Ke9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kota-denpasar--2024.html?year=2024>
- Bps Bali. (2024b). Perkembangan Triwulanan Ekonomi Provinsi Bali Triwulan III 2024.
- Davis, B. F. D. (1989). Information Technology Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *MIS Quarterly*, September, 319–339.
- Estiyanti, N. M., Agustia, D., Mulia, R. A., Alfariyati, R., Frandha, R., Hidayanto, A. N., & Kurnia, S. (2021). The impact of perceived usability on mobile wallet acceptance: A case of Gopay Indonesia. *International Journal of Innovation and Learning*, 30(2), 154–174. <https://doi.org/10.1504/IJIL.2021.117220>
- Fahlevi, R., Elsa, & Sinambela, F. A. (2025). Perilaku Penggunaan Dompot Digital Oleh Konsumen Generasi Z Saat Berwisata. *Jurnal Ekuilnami*, 7(1), 139–147. <https://doi.org/10.36985/gecxbp52>
- Garcia, A. R., Filipe, S. B., Fernandes, C., Estevão, C., & Ramos, G. (2024). e-Conomy SEA 2024 Profits on the rise, harnessing SEA's advantage. Google, Bain & Company, and Temasek. https://services.google.com/fh/files/misc/indonesia_e_conomy_sea_2024_report.pdf
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Gunawan, C., Febriani, E., & Kusumah Angga. (2024). Trust and User Satisfaction in Digital Application: an Analysis of Gopay E-Money Service. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 06(01), 15–24.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Evaluation of the Structural Model. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business. Springer, Cham. In Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal (Vol. 30, Issue 1).
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Hasan, P. (2024). Pengaruh Persepsi Ease Of Use ,Pendapatan Dan Customer Perceived Benefit Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan E- Wallet Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Generasi Z Pengguna Layanan Gopay Di Bandar Lampung). Table 10, 4–6.
- Indonesia, P. I. (2023). Transaksi Uang Elektronik Melejit. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6855/transaksi-uang-elektronik-melejit?lang=1>
- Jasen, A. W. (2020). Factors That Influence User Satisfaction and Continuous Use.
- Nabilah, P. R. (2025). Pengaruh Promosi Cashback, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fitur Pembayaran Gopay Pada Kalangan Generasi Z Di Jabodetabek JABODETABEK. Sustainability (Switzerland), 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Manggarani, S., Aulia Ramadani, F., & Purnama, A. (2025). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Promosi, DanKepercayaan Penggunaan Dompot Digital DiKalangan Masyarakat. Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi, Vol.2, No.(3), 1–12.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.
- Susanti, M., & Wahyuni, A. (2024). Perbandingan User Experience Aplikasi Dompot Digital pada Mahasiswa Menggunakan Metode UEQ (User Experience Questionnaire). Jurnal Ilmiah Sistem Informasi, 4(2), 296–311.
- Wahyuni, O., Eni, Y., & Sasongko, A. H. (2025). Daya Dorong di Balik Pay later: Apa yang Mempengaruhi Keputusan Keuangan Digital Generasi Z di Indonesia. 8(2), 1028–1039.
- Yogi, I. K. L., & Pramudana, K. A. S. (2021). The Effect of Ease of Transactions, Price and Perceived Usefulness on Customer satisfaction for Gopay's Feature in Gojek Application. American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 5(5), 44–52. www.ajhssr.com

Penulis korespondensi

Ida Bagus Ray Mahija Nirwasita dapat dihubungi di: nirwasitamahija@gmail.com