

ABSTRAK

DANA adalah salah satu *e-wallet* besutan Indonesia yang menggunakan bank domestik dalam melakukan transaksinya. Tujuan dibentuknya DANA adalah sebagai infrastruktur transaksi pembayaran non-tunai dan non-kartu yang mengedepankan kemudahan, fleksibilitas, kecepatan, dan jaminan keamanan. DANA sebagai pendatang baru yang resmi pada akhir tahun 2018 menempati posisi ketiga berdasarkan jumlah download aplikasi oleh konsumen. Tentu DANA perlu memiliki strategi-strategi agar konsumen yang menggunakan DANA dapat meningkat.

Penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh dimensi *e-service quality* pada kepuasan sehingga pengguna DANA memiliki niat untuk merekomendasikan *e-wallet* DANA dengan *social influence* sebagai variabel pemoderasi. Responden pada penelitian ini adalah pengguna DANA yang telah bertransaksi dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menguji beberapa hipotesis menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner pada periode waktu tertentu secara *online*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *application design*, *fulfillment*, *security* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*. Begitu juga, *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *intention to recommendation*, dan *Social influence* memoderasi hubungan antara *satisfaction* dan *intention to recommendation*.

Kata Kunci: *E-Wallet*, DANA, *E-Service Quality*, *Satisfaction*, *Application Design*, *Fulfillment*, *Security*, *Intention To Recommendation*, *Social Influence*.

ABSTRACT

DANA is one of Indonesia's e-wallets that uses domestic banks in conducting transactions. The purpose of establishing DANA is as a non-cash and non-card payment transaction that prioritizes convenience, flexibility, speed, and security guarantees. DANA as an official newcomer at the end of 2018 ranks third based on the number of application downloads by consumers. DANA need strategies to increase consumers which use DANA .

The purpose of this study is to observe how the influence in the dimensions of e-service quality on consumer satisfaction with the result that DANA users have the intention to recommend e-wallet DANA with social influence as a moderating variable. Respondents in this study are DANA users who have transaction within the past 3 months. This study uses a quantitative approach that tests several hypotheses using SEM (Structural Equation Modeling) analysis. This study uses primary data by distributing online questionnaires at specific time periods.

The results of this study indicate that the dimensions of application design, fulfillment, security have a positive effect on satisfaction. Reciprocally, satisfaction has a positive effect on intention to recommendation, and Social influence moderates the relationship between satisfaction and intention to recommendation.

Keywords: *E-Wallet, DANA, E-Service Quality, Satisfaction, Application Design, Fulfillment, Security, Intention To Recommendation, Social Influence.*