



**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA DI
KECAMATAN KIARACONDONG KOTA BANDUNG**

***THE EFFECT OF PROMOTION AND TRANSACTION EASE ON THE
DECISION TO USE DANA DIGITAL WALLET IN KIARACONDONG
DISTRICT BANDUNG CITY***

Annisa Aslamiy¹, Wentri Merdiani²

¹Universitas Wanita Internasional Bandung, Email: aslamiyannisa@gmail.com

²Universitas Wanita Internasional Bandung

*email koresponden: aslamiyannisa@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1311>

Abstract

This study aims to determine the influence of promotions and ease of transactions on the decision to use the Dana digital wallet in Kiaracondong District, Bandung City. The research background is based on the increasing use of digital wallets in Indonesia, yet Dana still has a relatively low number of users compared to other digital wallets. This study used a quantitative approach and data collection techniques through questionnaires with 100 respondents. Data analysis used multiple linear regression to determine the influence of each variable partially and simultaneously. The results showed that promotions significantly influenced the decision to use the Dana digital wallet, as indicated by a significance value less than 0.05. Ease of transactions also significantly influenced the decision to use the Dana digital wallet. Simultaneously, both independent variables—promotion and ease of transactions—jointly influenced the decision to use. Data testing included validation tests, reliability tests, classical assumption tests, correlation tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination tests, and hypothesis tests using SPSS version 25. These findings indicate that an appropriate promotional strategy and ease of use are important factors in increasing people's decision to use Dana as a digital wallet.

Keywords: *Promotion, Ease of Transaction, Decision to use, Digital wallet, Funds*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana di Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan dompet digital di Indonesia, namun Dana masih memiliki jumlah pengguna yang relatif lebih rendah dibandingkan dompet digital lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing



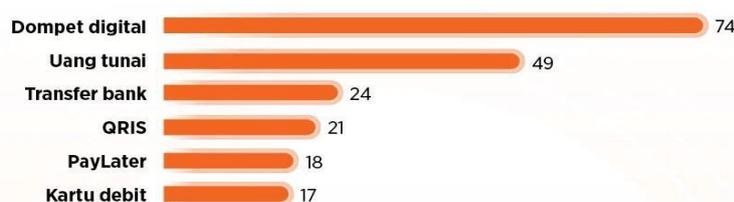
variabel secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Kemudahan transaksi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana. Secara simultan, kedua variabel independen yaitu promosi dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Pengujian data yang dilakukan adalah uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji kolerasi, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang tepat dan kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan masyarakat untuk menggunakan Dana sebagai dompet digital.

Kata kunci: Promosi, Kemudahan Transaksi, Keputusan penggunaan, Dompet digital, Dana

1. PENDAHULUAN

Disrupsi digital kini bukan lagi hal baru dalam kehidupan masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi membuat hampir seluruh orang di dunia mengenal, bahkan bergantung pada internet (Mulya et al., 2022). Di tengah kemajuan teknologi digital yang semakin pesat, pembayaran tunai masih menjadi metode transaksi yang digunakan oleh sebagian masyarakat. Namun, penggunaan uang tunai menyimpan berbagai tantangan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menghambat efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan. Salah satu masalah utama dari sistem pembayaran tunai adalah tingginya resiko keamanan, seperti kehilangan uang fisik, pencurian, atau tindak kriminal lainnya yang menyasar transaksi berbasis uang tunai. Selain itu, pembayaran tunai sering kali tidak praktis karena memerlukan penyediaan uang dalam pecahan kecil untuk kembalian, yang dapat memperlambat proses transaksi, khususnya pada saat antrean panjang atau dalam kondisi terbatasnya uang receh. Di sisi lain, pencatatan transaksi secara manual dalam sistem tunai juga menyulitkan pengguna, terutama pelaku usaha kecil, dalam mengelola laporan keuangan secara transparan dan akurat.

Dalam konteks ini, pembayaran tunai dinilai kurang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern yang semakin mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan keamanan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, munculnya dompet digital dan sistem pembayaran non-tunai menjadi alternatif yang semakin relevan untuk menggantikan dominasi uang fisik. Di era digital ini, kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi manusia untuk menjalani transaksi sehari – hari, salah satu bentuk digitalisasi yang semakin populer adalah penggunaan dompet digital menjadi hal baru yang diminati oleh kalangan masyarakat. Bank Indonesia sebagai bank sentral di Indonesia menerbitkan pembayaran menggunakan alat pembayaran elektronik yang disebut dompet digital merupakan sebuah aplikasi untuk menyimpan uang, dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa diperlukan media kartu.

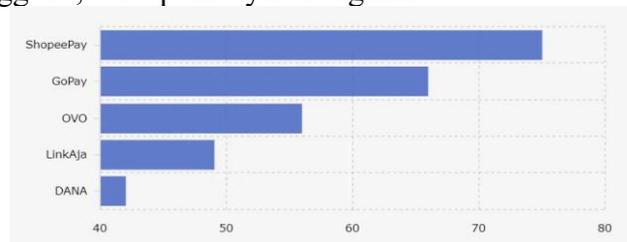


Gambar 1. Data Metode Pembayaran yang paling diminati pada tahun 2021



Pada gambar data diatas menunjukkan, dompet digital telah mendapatkan popularitas yang tinggi dari masyarakat Indonesia terutama di perkotaan. Aktivitas bisnis dan transaksi sudah banyak menggunakan digital *payment* dan tidak lagi menggunakan uang tunai. Perbankan di Indonesia juga sudah membangun dan mengembangkan model pembayaran melalui program *virtual account* dan transaksi *non* tunai.

Dompot digital semakin banyak digunakan oleh masyarakat, dan persaingan antar dompet digital di Indonesia semakin ketat seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi finansial oleh masyarakat, di mana berbagai platform seperti ShopeePay, GoPay, OVO, LinkAja, dan Dana. Dompot digital ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara cepat, aman, dan tanpa perlu menggunakan uang tunai. Selain itu, kemudahan dalam bertransaksi ini didukung oleh berbagai fitur, seperti pembayaran di *merchant online* atau *offline*, transfer antar pengguna, serta pembayaran tagihan.



Gambar 2. Data Pengguna Dompot Digital pada tahun 2021

Pada gambar data diatas pengguna dompet digital Dana menunjukkan bahwa jumlah pengguna Dana yang lebih sedikit dibandingkan dengan dompet digital lainnya. Dalam upaya menarik lebih banyak pengguna, dompet digital dana menawarkan berbagai penawaran menarik seperti diskon, *cashback*, dan hadiah lainnya. Dana terus menawarkan fitur unggulan, promosi menarik, serta kemudahan transaksi guna meningkatkan pengguna, sehingga perusahaan penyedia layanan dompet digital tidak hanya dituntut untuk memberikan keamanan dan kemudahan, tetapi juga harus mampu membangun loyalitas pengguna melalui strategi pemasaran.

Seiring dengan meningkatnya jenis dompet digital, faktor promosi dan kemudahan transaksi menjadi hal yang sangat diperhatikan pengguna dalam memilih platform pembayaran yang mereka gunakan. Perkembangan dompet digital *non*-bank di Indonesia cukup pesat, dengan banyaknya inovasi dan peningkatan fitur yang ditawarkan. Pengguna dapat memilih dompet digital *non*-bank yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, serta mempertimbangkan faktor-faktor seperti dukungan *merchant*, ketersediaan fitur, dan kemudahan transaksi.



Gambar 3. Promosi yang dilakukan Dana pada tahun 2024



Dana sebagai salah satu dompet digital di Indonesia melakukan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan popularitas dan penggunaan layanannya, salah satunya melalui iklan di media sosial Instagram. Promosi di Instagram dilakukan dengan cara menampilkan konten visual menarik berupa video pendek, animasi, dan desain grafis yang informatif mengenai fitur aplikasi, promo cashback, serta kemudahan transaksi. Selain promosi digital, Dana juga aktif melakukan promosi melalui event, baik secara online maupun offline. Dalam berbagai kegiatan seperti festival, konser, dan pameran. Dana biasanya menawarkan promo eksklusif seperti cashback, diskon, atau hadiah langsung bagi pengguna yang melakukan transaksi. Dan Dana juga mengadakan kuis dan games menarik yang memberikan pengalaman menyenangkan bagi peserta.

Promosi juga dilakukan melalui media luar ruang seperti videotron. Dana memanfaatkan lokasi strategis seperti pusat kota, mall, dan jalan-jalan utama untuk menayangkan iklan dalam bentuk videotron. Konten promosi ini dirancang dengan tampilan visual yang mencolok, menggunakan warna-warna cerah, animasi dinamis, serta pesan singkat yang mudah dipahami, seperti “Bayar Apa Saja, Cukup Scan” atau “Cashback Hingga 50%.” Promosi ini kerap menampilkan sosok brand ambassador atau publik figur untuk menarik perhatian masyarakat luas.

Tabel 1
Trend Pengguna Dana Tahun 2024 per bulan

Bulan	Pengguna (dalam juta)
Januari	50 juta
Februari	57 juta
Maret	52 juta
April	53 juta
Mei	54 juta
Juni	55 juta
Juli	56 juta
Agustus	57 juta
September	58 juta
Oktober	59 juta
November	60 juta
Desember	61 juta

Sumber : detikfinance, antaranews, 2024

Pengguna dompet digital Dana pada tahun 2024 menunjukkan tren pertumbuhan meningkat dari sekitar 50 juta pengguna pada Januari menjadi sekitar 61 juta pengguna pada Desember. Tetapi angka ini masih lebih rendah dibandingkan dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay, GoPay dan OVO, yang masing-masing mencatatkan lebih dari 70 juta pengguna aktif bulanan. Posisi Dana yang belum bisa menyaingi menunjukkan adanya tantangan dalam menjangkau lebih banyak pengguna baru dan menjaga agar pengguna tetap aktif menggunakan layanan Dana secara rutin. Kepercayaan memilih dompet digital Dana dipengaruhi dari kemudahan transaksi yang mereka terima. Konsumen juga akan lebih memilih dompet digital yang memiliki reputasi baik dan terbukti memiliki catatan kuat menjaga keamanan transaksi agar memberikan pengalaman yang aman dan terpercaya.



Tabel 2. Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Promosi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
Variabel Promosi						
1	Saya merasa tertarik pada promosi yang diiklankan oleh Dana	5	8	12	2	3
2	Saya merasa informasi promosi yang diiklankan Dana mudah ditemukan	3	14	7	3	3
3	Saya merasa bahwa promosi Dana lebih sering dibandingkan dengan dompet digital lainnya	6	15	5	1	3

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil data pra survey di atas menunjukkan hasil yang menjadi dasar penelitian ini, sebanyak 12 responden menyatakan ketertarikan pada promosi, 14 responden menyatakan ketidaksetujuan mengenai promosi yang mudah ditemukan, dan 15 responden merasa jarang adanya promosi yang dilakukan oleh Dana. Hasil pilihan lebih banyak tidak setuju pada pernyataan variabel promosi mendorong peneliti untuk mendalami strategi promosi yang efektif agar sesuai harapan pengguna.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Kemudahan Transaksi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
Variabel Kemudahan Transaksi						
1	Informasi dari media atau orang lain menyatakan bahwa Dana mudah digunakan untuk transaksi harian.	4	4	7	2	3
2	Saya menilai bahwa Dana terlihat mudah digunakan	5	4	5	1	5
3	Saya percaya bahwa Dana memberikan kemudahan bagi pengguna dalam bertransaksi	2	6	8	3	1

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil data pra survey di atas menunjukkan hasil sebanyak 14 responden menyatakan tidak setuju bahwa informasi dari media memudahkan transaksi, 14 responden menilai bahwa dana terlihat sulit digunakan, dan 16 responden tidak mempercayai kemudahan transaksi. Hasil pilihan banyak tidak setuju pada pernyataan variabel kemudahan transaksi, mendorong peneliti untuk mendalami solusi agar pengguna merasa mudah saat melakukan transaksi.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Pra Survey Variabel Keputusan Penggunaan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
Variabel Keputusan Penggunaan						
1	Saya berencana menjadikan Dana aplikasi utama untuk Bertransaksi	7	10	9	2	2
2	Saya menggunakan Dana karena memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi	4	11	7	3	5
3	Saya akan merekomendasikan Dana kepada orang lain	4	13	3	6	4

Sumber : Data diolah peneliti, 2025



Dan terakhir hasil data pra survey di atas menunjukkan, 10 responden tidak berencana menjadikan aplikasi utama bertransaksi, 11 responden tidak memilih untuk kebutuhan bertransaksi, dan 13 responden tidak akan merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang dan didukung hasil kuesioner yang disebar, diketahui bahwa sebagian besar responden tidak setuju terhadap pernyataan-pernyataan terkait promosi dan kemudahan transaksi pada dompet digital Dana. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan belum sepenuhnya efektif, kemudahan transaksi Dana masih rendah.

Keputusan pengguna merupakan proses yang dimulai dari upaya memenuhi kebutuhan, kemudian berlanjut dengan memilih produk yang tersedia hingga akhirnya melakukan pembelian (Resmanasari et al., 2020). Di sisi lain, keputusan penggunaan Dana juga tampak dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana, agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi layanan dan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola aplikasi.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif (Amelia et al., 2023), karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital DANA di Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna dompet digital DANA yang berdomisili di Kecamatan Kiaracondong. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden yang aktif menggunakan aplikasi DANA minimal selama enam bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin agar diperoleh ukuran sampel yang representatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun dalam bentuk skala Likert untuk mengukur variabel promosi, kemudahan transaksi, dan keputusan penggunaan. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan studi kepustakaan sebagai penunjang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan instrumen penelitian dapat diandalkan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Nugraha, 2025).

Hasil analisis regresi kemudian digunakan untuk menguji hipotesis penelitian melalui uji t dan uji F, dengan tingkat signifikansi 5%. Dengan metode ini diharapkan dapat diketahui sejauh mana promosi dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan dompet digital DANA di Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Data ini diperoleh dari kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh responden. Mengelola data dengan perhitungan persentase yang dimana bertujuan untuk menghitung jawaban responden mengenai pengaruh promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana. Rumus persentase perhitungan dan standar interpretasi skor yaitu:



$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100$$

Keterangan:

- IS : Interpretasi Skor
Total Skor Penilaian : Jawaban Responden x Bobot Nilai
Skor Ideal : Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden (100)

Tabel 5 Kriteria Interpretasi Skor/Angka

No	Skor/Angka	Interprestasi
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2021

Tabel interpretasi skor diatas, akan menunjukkan posisi presentase yang didapat mengenai perhitungan persentase jawaban setiap pertanyaan.

1) Rekapitulasi Jawaban Variabel Promosi

Tabel 6. Rekapitulasi Jawaban Variabel Promosi

TANGGAPAN PERTANYAAN	STS	TS	S	SS	SSS	TS	IS	KRITERIA
X1.1	1	9	15	38	37	401	80%	SANGAT KUAT
X1.2	1	5	6	24	64	445	89%	SANGAT KUAT
X1.3	1	4	21	31	43	411	82%	SANGAT KUAT
X1.4	6	8	16	33	37	382	76%	KUAT
X1.5	0	3	21	38	38	411	82%	SANGAT KUAT
X1.6	3	8	13	34	42	404	81%	SANGAT KUAT
X1.7	1	5	16	36	42	323	65%	KUAT
X1.8	1	6	23	25	45	407	81%	SANGAT KUAT
X1.9	1	8	21	20	50	360	72%	KUAT
X1.10	2	7	18	30	43	405	81%	SANGAT KUAT
X1.11	3	5	23	32	37	395	79%	KUAT
X1.12	2	10	17	33	38	395	79%	KUAT
TS	22	78	210	374	516	4739		
%	1,8	6,5	17,5	31,1	43	394,9		
STANDAR DEVIASI	3,969							79%
RENTANG NILAI	323 - 445							
KRITERIA	KUAT							

Sumber:

Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel data yang telah diolah, menunjukan bahwa hasil tertinggi dengan presentase 89% pada variable X1.2 yang menyatakan bahwa “Iklan pada instagram Dana membuat saya tertarik untuk menggunakannya” dan hasil terendah dengan presentase 65% pada variabel X1.7 yang menyatakan bahwa “Saya pernah mengikuti event yang Dana Laksanakan”. Secara keseluruhan, indikator dari variabel Promosi tergolong kuat dengan presentase 79% dan standar deviasi 3,969.



2) Rekapitulas Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi

Tabel 7. Rekapitulasi Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi

TANGGAPAN PERTANYAAN	STS	TS	S	SS	SSS	TOTAL	IS	KRITERIA	
X2.1	0	6	17	36	41	412	82%	SANGAT KUAT	
X2.2	2	12	11	35	40	399	80%	KUAT	
X2.3	2	3	9	17	69	448	90%	SANGAT KUAT	
X2.4	4	6	5	21	64	435	87%	SANGAT KUAT	
X2.5	3	5	11	13	68	438	88%	SANGAT KUAT	
X2.6	1	6	8	16	69	446	90%	SANGAT KUAT	
X2.7	2	4	16	37	41	403	81%	SANGAT KUAT	
X2.8	0	4	19	44	33	406	81%	SANGAT KUAT	
X2.9	2	7	24	35	32	388	78%	KUAT	
X2.10	2	5	21	34	38	401	80%	KUAT	
X2.11	3	4	24	30	39	398	79%	KUAT	
X2.12	4	8	20	31	37	389	78%	KUAT	
X2.13	1	5	18	39	37	406	81%	SANGAT KUAT	
X2.14	2	5	16	37	40	392	78%	KUAT	
X2.15	2	7	17	34	40	403	81%	SANGAT KUAT	
X2.16	0	6	18	41	35	405	81%	SANGAT KUAT	
X2.17	1	6	11	41	41	374	78%	KUAT	
TS	31	99	265	541	764	6943			
%	1,8	5,8	15,5	31,8	44,9	534			
STANDAR DEVIASI	2,558							82%	
RENTANG NILAI	374 - 448								
KRITERIA	SANGAT KUAT								

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel data yang telah diolah, menunjukkan bahwa hasil tertinggi dengan presentase 90% pada variable X2.6 yang menyatakan bahwa “Tampilan layar aplikasi Dana sangat nyaman untuk dilihat” dan hasil terendah dengan presentase 78% pada variabel X2.9, X2.12, X2.14, X2.17 yang menyatakan bahwa “Saya dapat dengan mudah menemukan menu untuk mengatur preferensi transaksi sesuai kebutuhan saya”, “Saya merasa aman karena status transaksi selalu diperbarui secara real-time”, “Dana menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran sesuai dengan kebutuhan saya”, “Saya dapat mengakses Dana saat berada di tempat umum”. Secara keseluruhan, indikator dari kemudahan transaksi tergolong sangat kuat dengan presentase 82% dan standar deviasi 2,558 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Penggunaan

Tabel 8. Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Penggunaan

TANGGAPAN PERTANYAAN	STS	TS	S	SS	SSS	TOTAL	IS	KRITERIA	
Y1.1	3	3	25	34	35	393	79%	KUAT	
Y1.2	5	9	19	34	33	381	76%	KUAT	
Y1.3	2	4	23	35	36	399	80%	KUAT	
Y1.4	2	7	13	35	43	410	82%	SANGAT KUAT	
Y1.5	2	5	13	43	37	451	90%	SANGAT KUAT	
TS	14	28	93	181	184	2034			
%	2,8	5,6	18,6	36,2	36,8	406,8			
STANDAR DEVIASI	5,077							81%	
RENTANG NILAI	381 - 451								
KRITERIA	SANGAT KUAT								

Sumber; Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel data yang telah diolah, menunjukkan bahwa hasil tertinggi dengan presentase 90% pada variabel Y1.5 yang menyatakan bahwa “Secara keseluruhan saya puas dengan kecepatan performa aplikasi Dana dalam mendukung kebutuhan transaksi saya” dan



hasil terendah dengan presentase 76% pada variabel Y1.2 yang menyatakan “Saya merasa biaya yang dikenakan pada saat transaksi dilakukan dengan transparan”. Secara keseluruhan, indicator dari Keputusan Penggunaan tergolong sangat kuat dengan presentase 81% dan standar deviasi 5,077.

Analisis Verifikatif

1) Analisis Regresi Linear Berganda

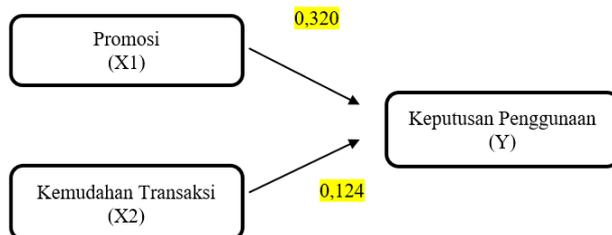
Tabel 9 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,265	3,433		1,242	,000
	X1	,320	,053	,502	6,079	,000
	X2	,124	,041	,249	3,019	,004

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, menunjukkan terdapat pengaruh antar variabel promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana, dan dapat digambarkan sebagai berikut:



Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan koefisien pengaruh sebesar 0,320. Sementara itu, kemudahan transaksi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai sig. $0,004 < 0,05$ dan koefisien pengaruh sebesar 0,124.

2) Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 9 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606 ^a	,568	,355	2,03899

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

3) Uji Hipotesis



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,265	3,433		1,242	,000
	X1	,320	,053	,502	6,079	,000
	X2	,124	,041	,249	3,019	,004

a. Dependent Variable: Y1

Hasil uji t menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (t hitung 6,079 > t tabel 2,364; Sig. 0,000 < 0,05). Demikian juga, kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (t hitung 3,019 > t tabel 2,364; Sig. 0,004 < 0,05).

4) Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234,564	2	117,282	28,210	<,001 ^b
	Residual	403,276	97	4,157		
	Total	637,840	99			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2, X1

PEMBAHASAN

Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital DANA (Sig. 0,000 < 0,05). Promosi dinilai penting dalam menarik perhatian dan memengaruhi keputusan konsumen.

Selanjutnya, kemudahan transaksi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Sig. 0,004 < 0,05). Konsumen cenderung memilih layanan yang praktis dan cepat.

Secara simultan, promosi dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital DANA, dengan nilai Sig. 0,001 < 0,05 dan kontribusi pengaruh sebesar 56,8%, sementara 43,2% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Kombinasi keduanya membuat DANA menjadi pilihan utama masyarakat dalam transaksi digital.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana di Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung. Berdasarkan jawaban dari rumusan masalah, hasil analisis, serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Promosi yang dilakukan Dana berperan penting dalam meningkatkan jumlah pengguna. Melalui *cashback*, diskon, *voucher*, serta kerja sama dengan berbagai *merchant*, promosi disampaikan lewat aplikasi dan media digital secara praktis dan mudah diakses. Strategi



- ini tidak hanya mendorong frekuensi penggunaan, tetapi juga menciptakan pengalaman positif, memperkuat loyalitas pengguna.
- b. Kemudahan transaksi yang ditawarkan Dana melalui antarmuka sederhana, beragam metode pembayaran, serta fitur layanan keuangan yang lengkap menjadikannya praktis dan efisien digunakan. Dengan dukungan keamanan ganda, kecepatan transaksi, dan navigasi yang ramah pengguna, Dana mampu meningkatkan kepuasan serta mendorong adopsi luas di masyarakat. Hal ini meneguhkan posisinya sebagai solusi keuangan digital yang aman dan nyaman.
 - c. Keputusan penggunaan Dana sangat dipengaruhi oleh kombinasi promosi yang menarik dan kemudahan transaksi yang ditawarkan. Promosi berupa cashback, potongan harga, dan voucher memberikan insentif finansial, sementara antarmuka sederhana, kecepatan, serta keamanan transaksi menciptakan pengalaman penggunaan yang praktis dan nyaman. Sinergi kedua faktor ini tidak hanya mendorong masyarakat memilih Dana sebagai dompet digital utama, tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna serta meningkatkan daya saing Dana di pasar layanan keuangan digital.
 - d. Promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital Dana
 - e. Kemudahan transaksi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital Dana.
 - f. Promosi dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital Dana.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, N. (2022). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan dompet digital Dana di kalangan mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 101–112.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Mulya, C., Anugrah, R., Ruswandi, W., & Permadi, I. (2022). Kolaborasi Perbankan Dan Lembaga Teknologi Finansial (Fintech) Dalam Peningkatan Akses. *Jurnal Ekonomak*, 8(2), 1–12.
- Nugraha, D. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN : TEORI DAN PRAKTIK* (N. Mayasari (ed.)). Penerbit Widina Media Utama.
- Resmanasari, D., Ruswandi, W., & Setiadi, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online. *Jurnal Ekonomak*, VI(2), 16–23.
- Rizki, M. (2021). *Pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 55–63.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Widyastuti, R., & Dewi, N. (2021). *Peran promosi dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 76–85.