

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI OVO DI KOTA MAMUJU

Indriani Nurul Fiqria<sup>1)</sup>, Maryuni<sup>2)</sup>, Hari Yeni<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju, Mamuju, Indonesia  
Email: [ndrysyamka@gmail.com](mailto:ndrysyamka@gmail.com)

<sup>2)</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju, Mamuju, Indonesia  
Email: [maryunip16@gmail.com](mailto:maryunip16@gmail.com)

<sup>3)</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju, Mamuju, Indonesia  
Email: [haryeni7@gmail.com](mailto:hariyeni7@gmail.com)

### Abstract

The rapid development of financial technology (fintech) has driven massive digitalization of transactions across various regions in Indonesia, including Mamuju Regency, West Sulawesi. However, digital infrastructure challenges outside Java Island often hinder the creation of an optimal user experience. This study aims to analyze the influence of digital service quality on the satisfaction levels of OVO digital wallet users in Mamuju Regency. The research method employed is descriptive quantitative, with data collection techniques involving questionnaires distributed to 45 respondents who are active OVO users in the area. Data analysis focuses on dimensions of digital service quality, including system reliability, transaction efficiency, and technical factors such as server stability and data security. The results indicate that digital service quality plays a crucial role in shaping user satisfaction, with transaction speed being the most appreciated indicator. Conversely, local network stability remains a primary concern for the community. These findings offer important implications for OVO service providers to continue strengthening digital infrastructure and expanding the merchant ecosystem in regional areas to maintain user loyalty. This study also emphasizes the importance of synergy between technology and the availability of stable telecommunications networks in regency areas.

**Keywords:** Digital Wallet, User Satisfaction, Mamuju Regency, Service Quality, OVO.

### Abstrak

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah mendorong digitalisasi transaksi secara masif di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Namun, tantangan infrastruktur digital di luar Pulau Jawa seringkali menjadi hambatan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital OVO di Kabupaten Mamuju. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden yang merupakan pengguna aktif OVO di wilayah tersebut. Analisis data difokuskan pada dimensi kualitas layanan digital, yang mencakup keandalan sistem, efisiensi transaksi, serta faktor teknis seperti stabilitas server dan keamanan data. Temuan studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna, di mana kecepatan transaksi merupakan indikator terpenting. Sebaliknya, stabilitas jaringan di wilayah lokal masih menjadi perhatian utama masyarakat. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi penyedia layanan OVO untuk terus memperkuat infrastruktur digital dan memperluas ekosistem merchant di daerah guna mempertahankan loyalitas pengguna. Penelitian ini juga menekankan pentingnya sinergi antara teknologi dan ketersediaan jaringan telekomunikasi yang stabil di wilayah kabupaten.

**Kata Kunci:** Dompet Digital, Kepuasan Pengguna, Kabupaten Mamuju, Kualitas Layanan, OVO.

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap sektor keuangan di Indonesia secara fundamental, yang ditandai dengan tingginya penggunaan dompet digital (e-wallet) sebagai alat transaksi utama. Ogi et al (2021) menjelaskan bahwa persaingan antar penyedia layanan seperti OVO dan DANA semakin kompetitif dalam memperebutkan basis pengguna melalui inovasi fitur dan promosi. Di wilayah regional seperti Kabupaten Mamuju, kehadiran teknologi finansial ini tidak hanya sekadar gaya hidup, tetapi telah menjadi kebutuhan pendukung digitalisasi UMKM dan efisiensi pembayaran pajak daerah. Namun, keberhasilan dari penggunaan teknologi ini sangat bergantung pada kualitas teknis yang dirasakan langsung oleh masyarakat di lapangan (Darwati, 2022).

Meskipun angka penggunaan terus meningkat, kualitas layanan digital sering kali menjadi sorotan utama karena adanya kesenjangan infrastruktur digital antar wilayah. Keluhan masyarakat dalam penggunaan aplikasi biasanya berpusat pada masalah stabilitas server, kegagalan sistem saat transaksi, dan aspek keamanan data yang belum sepenuhnya stabil (Ramdan Adi Surya & Hayati, 2024). Fenomena ini tercermin dari tingginya sentimen negatif di media sosial yang menunjukkan bahwa aspek keandalan (reliability) sistem masih menjadi titik lemah yang sering dikeluhkan oleh masyarakat (Yudistira & Masdiantini, 2023). Umaroh et al (2023) berpendapat bahwa kualitas sistem aplikasi merupakan faktor penting yang secara langsung menentukan apakah pelanggan akan puas atau hanya akan kembali ke penyedia layanan lain.

Dalam perspektif akademis, penelitian mengenai kepuasan dalam penggunaan dompet digital telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih terfokus pada populasi di kota-kota besar dengan infrastruktur internet yang mapan. Sebagai contoh, Imtinan Widhah Kumala, (2023) telah memodelkan kesuksesan sistem informasi pada para pengguna OVO di Surabaya, sementara Aprilyanti dan Putra., (2022) melakukan studi serupa di wilayah Singaraja. Terdapat kesenjangan penelitian (gap analysis) di mana karakteristik masyarakat di wilayah Sulawesi Barat, khususnya Mamuju, belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Perbedaan stabilitas jaringan internet dan perilaku masyarakat dalam penggunaan teknologi di Mamuju diprediksi memberikan hasil yang berbeda terhadap dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh bagi kepuasan (Sulistya & Fietroh, 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat urgensi untuk dilakukan guna mengevaluasi sejauh mana dimensi kualitas layanan digital memengaruhi kepuasan dalam penggunaan OVO di Mamuju secara empiris. Eko Retno Indriyarti, (2022) menyarankan bahwa pemetaan kualitas layanan melalui perspektif pengguna sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan prioritas perbaikan infrastruktur. Dengan memahami determinan kepuasan dalam penggunaan teknologi di pasar regional, diharapkan pihak pengelola aplikasi dapat menyusun strategi yang lebih tepat sasaran guna menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan di daerah (Irlia, 2022). Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi bagi

pengembangan ekosistem ekonomi digital yang lebih inklusif dan stabil di Kabupaten Mamuju.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan Digital

Menurut (Adjie et al., 2021) Kualitas layanan digital atau e-service quality merupakan efektivitas dan efisiensi suatu platform dalam memfasilitasi proses belanja, pembelian, hingga pengiriman produk maupun jasa. Husaein & Rianti Agustini, (2025) merujuk pada model DeLone and McLean yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah salah satu pilar utama dalam menentukan kesuksesan sebuah sistem informasi. Dimensi ini mencakup keandalan sistem, daya tanggap, serta jaminan keamanan yang dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi (Razaq et al., 2025). Dalam konteks dompet digital, kualitas layanan yang prima tercermin dari konsistensi aplikasi dalam memproses transaksi tanpa kendala teknis yang berarti (Mongi et al., 2025).

### Kepuasan Pengguna

Menurut (Indahrakasiwi et al., 2025) kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. (Rochman & Rachbini, 2025) menggarisbawahi bahwa kepuasan berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan minat penggunaan berkelanjutan di masa depan. Kepuasan dalam dunia digital sering kali diukur melalui kenyamanan antarmuka aplikasi, kecepatan respon sistem, dan pemenuhan kebutuhan fungsional pengguna (Salsabilah & Murtiasih, 2024). Jika kinerja layanan melebihi ekspektasi, maka pengguna cenderung akan memberikan penilaian positif dan tetap loyal terhadap platform tersebut (Purwanto, 2024).

### Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan

Secara teoritis, kualitas layanan digital memiliki kaitan erat dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan. Chairunissa Rizkina Rosani et al (2025) menjelaskan bahwa terdapat hubungan linier di mana semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Keluhan masyarakat dalam penggunaan aplikasi biasanya berakar pada kegagalan sistem yang mencerminkan rendahnya kualitas layanan teknis (Dellia et al., 2025). Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan setiap atribut layanan digital berfungsi optimal guna menciptakan user experience yang memuaskan dan menumbuhkan rasa kepercayaan atau trust bagi masyarakat di pasar regional (Indahrakasiwi et al., 2025).

## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *exploratory survey*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini dipilih karena

memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis secara objektif pengaruh Kualitas Layanan Digital (Variabel X) terhadap Kepuasan Pengguna (Variabel Y).

Paradigma penelitian yang digunakan adalah positivistik, yang menekankan pada pengujian hubungan sebab-akibat melalui pengukuran kuantitatif dan analisis statistik. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, mengingat penelitian ini hanya melibatkan satu variabel bebas (X) yaitu Kualitas Layanan Digital dan satu variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Pengguna.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi *e-wallet* OVO yang aktif melakukan transaksi digital. Mengingat jumlah basis pengguna OVO yang sangat besar, tersebar secara luas, dan bersifat dinamis, maka tidak memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan pendataan kepada seluruh populasi secara sensus. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada kelompok subjek yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan fitur-fitur layanan pada platform tersebut.

Penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Strategi ini dipilih dengan menetapkan kriteria inklusi tertentu agar responden yang terpilih benar-benar relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan bagi partisipan meliputi:

- Pengguna yang memiliki akun aktif dan pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* OVO.
- Pengguna yang aktif menggunakan layanan digital OVO dalam periode waktu tertentu sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif.

Besaran Sampel dan Justifikasi Statistik Ukuran sampel yang digunakan dalam analisis akhir penelitian ini adalah 45 jumlah responden yang besar. Meskipun jumlahnya lebih spesifik, besaran sampel ini telah dinyatakan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis statistik lebih lanjut.

### Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan memanfaatkan dua jenis sumber data utama, yaitu:

- Data Primer: Merupakan sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada 45 responden yang memenuhi kriteria. Kuesioner ini dirancang menggunakan skala Likert lima poin, di mana setiap pernyataan diberi bobot nilai mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas layanan digital serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan saat menggunakan aplikasi OVO.
- Data Sekunder: Berfungsi sebagai pendukung yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data ini dikumpulkan dari berbagai sumber literatur

teoretis seperti buku teks, jurnal ilmiah bereputasi, dan laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik manajemen layanan digital dan perilaku konsumen elektronik (*e-satisfaction*).

Instrumen Penelitian Instrumen kuesioner dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan indikator-indikator teknis yang mencakup dua variabel utama, yaitu:

- Variabel X (Kualitas Layanan Digital): Diukur melalui lima butir pernyataan (P1 hingga P5) yang mencakup dimensi kemudahan akses dan efisiensi platform.
- Variabel Y (Kepuasan Pengguna): Diukur melalui lima butir pernyataan (P6 hingga P10) yang merefleksikan pengalaman pengguna setelah bertransaksi menggunakan OVO.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melangkah ke tahap analisis inti, peneliti melakukan pengujian terhadap instrumen penelitian guna menjamin ketepatan dan konsistensi alat ukur dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

### Pengujian Validitas

Prosedur pengujian validitas dalam studi ini menerapkan teknik korelasi *Corrected Item-Total Correlation*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan keabsahan item adalah dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  terhadap nilai  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan jumlah sampel sebanyak 45 responden, nilai  $r_{tabel}$  yang ditetapkan adalah sebesar 0,294. Hasil olah data menunjukkan bahwa:

- Seluruh butir pernyataan untuk Variabel X (P1 hingga P5) memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang berkisar antara 0,436 hingga 0,632, sehingga dinyatakan Valid.
- Seluruh butir pernyataan untuk Variabel Y (P6 hingga P10) mencatatkan nilai  $r_{hitung}$  antara 0,482 hingga 0,782, sehingga seluruhnya dinyatakan Valid.

### Pengujian Reliabilitas

Tahap selanjutnya adalah menguji keandalan instrumen melalui metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi yang baik jika nilai koefisien *alpha* berada di atas ambang batas 0,60. Temuan statistik pada instrumen ini adalah sebagai berikut:

- Variabel X (Kualitas Layanan Digital) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,617, yang mengindikasikan bahwa instrumen ini reliabel untuk mengukur persepsi kualitas.
- Variabel Y (Kepuasan Pengguna) mencatatkan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih tinggi, yaitu sebesar 0,702, sehingga instrumen ini dinyatakan sangat handal dalam mengukur tingkat kepuasan.

Dengan terpenuhinya standar validitas dan reliabilitas tersebut, maka kuesioner ini dianggap sah dan konsisten untuk digunakan sebagai instrumen pengumpulan data primer dalam penelitian ini.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah seluruh data kuesioner dari 45 responden terkumpul dan melalui tahap pengolahan data. Analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Digital (Variabel X) terhadap Kepuasan Pengguna (Variabel Y). Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- $Y$  = Kepuasan Pengguna.
- $X$  = Kualitas Layanan Digital.
- $a$  = Konstanta (nilai  $Y$  ketika  $X = 0$ ).
- $b$  = Koefisien regresi (besarnya perubahan  $Y$  akibat perubahan  $X$ ).

Prosedur analisis data dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pernyataan (P1-P10) memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,294), sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,617 untuk Variabel X dan 0,702 untuk Variabel Y, yang berarti instrumen tersebut reliabel.

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik, yakni uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,087. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

## Model Penelitian

Model penelitian ini menggambarkan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

Kualitas Layanan Digital (X)  $\rightarrow$  Kepuasan Pengguna (Y)  
Keterangan simbol:

- Variabel X (Kualitas Layanan Digital) diukur melalui lima butir pernyataan (P1-P5) yang telah dinyatakan valid dengan nilai  $r_{hitung} > 0,294$ .
- Variabel Y (Kepuasan Pengguna) diukur melalui lima butir pernyataan (P6-P10) yang juga telah dinyatakan valid dengan nilai signifikansi di bawah 0,05.

Model ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Digital yang diterapkan berpotensi memberikan efek berupa meningkatnya Kepuasan Pengguna. Hal ini didukung oleh hasil analisis korelasi ( $R$ ) sebesar 0,536 yang menunjukkan adanya hubungan antara kedua variabel tersebut.<sup>4</sup> Selain itu, kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 28,8% (berdasarkan nilai *R Square* 0,288) memperkuat asumsi adanya pengaruh kausal dalam model ini.<sup>5</sup> Hasil uji signifikansi (ANOVA) dengan nilai 0,000 juga mengonfirmasi bahwa model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pengguna.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 45 orang pengguna aktif dompet digital OVO di Mamuju yang telah memenuhi kriteria penelitian. Seluruh responden terpilih merupakan pengguna yang secara rutin melakukan transaksi melalui aplikasi OVO dalam aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data demografis yang dikumpulkan, karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan, yakni sebesar 75% (sekitar 34 responden), sementara responden Laki-laki sebesar 25% (sekitar 11 responden). Hal ini menunjukkan dominasi perempuan dalam penggunaan layanan digital OVO di wilayah penelitian.
- b. Karakteristik Berdasarkan Usia Ditinjau dari kategori usia, responden didominasi oleh kelompok usia muda produktif. Kelompok usia 20–30 tahun menempati posisi tertinggi sebesar 50%, diikuti erat oleh kelompok usia < 20 tahun sebesar 46,2%. Sisanya merupakan kelompok usia 31–40 tahun (sekitar 3,8%). Data ini mencerminkan bahwa layanan OVO sangat diminati oleh generasi Z dan Milenial di Mamuju.
- c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Secara latar belakang profesi, mayoritas responden adalah Pelajar/Mahasiswa dengan persentase mencapai 78,8%. Posisi selanjutnya diikuti oleh Karyawan Swasta sebesar 9,6%, serta sisanya tersebar pada profesi Pegawai Negeri (ASN), Wiraswasta, Petani, dan Guru Honorer.
- d. Pola Penggunaan Layanan Berdasarkan frekuensi penggunaan, sebanyak 76,9% responden menggunakan OVO sebanyak 1–5 kali dalam sebulan. Tujuan utama penggunaan aplikasi ini adalah untuk Pembayaran di Merchant/Cafe/Toko (QRIS) yang dipilih oleh mayoritas responden (61,5%), disusul oleh Pembelian Pulsa/Token Listrik (34,6%), dan Transfer Uang (28,8%).

### 2. Uji Validitas

Setelah seluruh data dari 45 responden terkumpul, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian instrumen menggunakan perangkat lunak SPSS untuk memperoleh hasil uji validitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, khususnya kuesioner, mampu mengukur variabel penelitian secara akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ .

Berdasarkan hasil analisis terhadap 45 responden ( $N=45$ ) dengan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,294. Hasil investigasi menunjukkan bahwa semua pernyataan (P1 sampai P10) dianggap valid sebagai instrumen pengumpul data. Secara terperinci, pada Variabel X (Kualitas Layanan Digital), nilai  $r_{hitung}$  berkisar antara 0,436 hingga 0,632. Sementara itu, pada Variabel Y (Kepuasan Pengguna), nilai  $r_{hitung}$  berkisar antara 0,482 hingga 0,782.

Seluruh butir pernyataan juga memiliki nilai signifikansi (P Sig.) yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam instrumen ini memenuhi syarat keabsahan untuk digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1.** Hasil Validitas

Pernyataan	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub>	P(Sig.I)	Keterangan
<b>Variabel X</b>				
P1	0,469	0,294	0,001	Valid
P2	0,620	0,294	0,000	Valid
P3	0,538	0,294	0,000	Valid
P4	0,436	0,294	0,003	Valid
P5	0,632	0,294	0,000	Valid
<b>Variabel Y</b>				
P6	0,573	0,294	0,000	Valid
P7	0,594	0,294	0,000	Valid
P8	0,782	0,294	0,000	Valid
P9	0,586	0,294	0,000	Valid
P10	0,482	0,294	0,001	Valid

### 3. Uji Reliabilitas

Setelah pelaksanaan uji validitas, langkah prosedural selanjutnya dalam analisis data adalah melakukan uji reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian, terutama kuesioner yang diaplikasikan dalam pengumpulan data. Suatu instrumen dikategorikan reliabel apabila mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan tetap konsisten meskipun dilakukan pengukuran ulang pada kondisi yang identik. Tingkat keandalan yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki kredibilitas yang baik untuk digunakan dalam analisis tahap selanjutnya.

Penentuan nilai koefisien reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengoperasikan perangkat lunak SPSS guna menjamin akurasi evaluasi konsistensi variabel dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap 45 responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Variabel X (Kualitas Layanan Digital)	0,617
Variabel Y (Kepuasan Pengguna)	0,702

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 1, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,617 untuk Variabel X (Kualitas Layanan Digital) dan 0,702 untuk Variabel Y (Kepuasan Pengguna). Capaian nilai tersebut mengindikasikan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* pada kedua variabel telah melampaui ambang batas minimum reliabilitas yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,60. Dengan

demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat untuk melakukan pengukuran variabel secara konsisten serta dapat dipercaya untuk analisis selanjutnya.

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tahapan krusial dalam analisis data yang bertujuan untuk memverifikasi apakah data penelitian terdistribusi secara normal. Pemenuhan asumsi normalitas ini mengindikasikan bahwa model regresi yang diterapkan memiliki kelayakan statistik dan valid untuk digunakan dalam analisis inferensial selanjutnya. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS melalui uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari pengujian tersebut digunakan sebagai parameter utama untuk menentukan apakah data dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria distribusi normal.

**Table 3.** Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16142956
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.116
	Negative	-.123
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada Tabel 2, diperoleh nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,087. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Karena nilai signifikansi melampaui ambang batas minimum, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi dan data layak untuk digunakan dalam pengujian statistik tahap selanjutnya.

### 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, serta untuk memastikan kelayakan model dalam memprediksi fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, analisis regresi dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen Kualitas Layanan Digital (Variabel X) dengan variabel dependen Kepuasan Pengguna (Variabel Y).

**Tabel 4.** Uji Regresi Linear Sederhana

Entered/Removed Variables			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL_X <sup>b</sup>	.	Enter
a. TOTAL_Y is the dependent variable.			
b. Every variable that was asked for was entered.			

**Tabel 5.** Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.536 <sup>a</sup>	.288	.271	2.18642
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

**Tabel 6.** Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.020	1	83.020	17.367	.000 <sup>b</sup>
	Residual	205.558	43	4.780		
	Total	288.578	44			

**Table 7.** Uji Regresi Lenear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.003	2.855		2.453	.018
	TOTAL_X	.607	.146	.536	4.167	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 7,003 + 0,607 X$$

**Keterangan:**

➤ Y = Kepuasan Pengguna

➤ X = Kualitas Layanan Digital

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, model penelitian ini menunjukkan Korelasi tingkat sangat kuat antara variabel independen dan dependen, dengan koefisien korelasi (R) sekitar 0,536. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R Kuadrat) sekitar 0,288, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Digital memiliki kontribusi pengaruh sebesar 28,8% terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Angka tersebut menunjukkan bahwa variasi pada tingkat kepuasan pengguna dapat dijelaskan melalui kualitas layanan digital yang diterapkan, sementara sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian ini.

Data penelitian ini diperoleh dari 45 responden yang memberikan gambaran empiris mengenai penggunaan layanan digital OVO di Mamuju. Ketepatan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel didukung oleh terpenuhinya asumsi normalitas, di mana nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* tercatat sebesar 0,087. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal, sehingga model regresi ini memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis inferensial.

Ditinjau dari kualitas instrumen penelitian, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan, mulai dari P1 hingga P10, dinyatakan VALID karena nilai  $r_{hitung}$  melampaui nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,294. Hal ini menjamin bahwa setiap item instrumen telah mampu mengukur dimensi penelitian secara akurat. Selain itu, uji reliabilitas memberikan hasil yang meyakinkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,617 untuk variabel X dan 0,702 untuk variabel Y. Nilai yang berada di atas ambang batas 0,60 tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi yang tinggi, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya dan stabil jika dilakukan pengujian ulang di masa mendatang.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa optimalisasi Kualitas Layanan Digital merupakan instrumen krusial dalam meningkatkan Kepuasan Pengguna, khususnya pada kelompok pelajar dan mahasiswa yang mendominasi profil responden dalam penelitian ini. Keandalan instrumen dan terpenuhinya asumsi statistik memberikan landasan kuat bagi kesimpulan bahwa hubungan yang ditemukan mencerminkan kondisi objektif pada obyek penelitian, yakni pengguna OVO di Mamuju.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan terhadap 45 responden pengguna OVO di Mamuju, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Digital (Variabel X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Variabel Y). Temuan ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,536, yang mengindikasikan hubungan yang cukup kuat di antara kedua variabel tersebut<sup>3</sup>. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,288 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Digital memberikan kontribusi pengaruh sebesar

28,8% terhadap variabel Kepuasan Pengguna, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian juga telah teruji dengan baik. Seluruh item pernyataan (P1 hingga P10) dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,294). Dari sisi reliabilitas, variabel X memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,617 dan variabel Y sebesar 0,702, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini stabil dan konsisten dalam memperkuat konstruk yang sedang diteliti. Terpenuhinya asumsi normalitas dengan nilai signifikansi sebesar 0,087 juga menegaskan bahwa model regresi ini layak digunakan secara statistik untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.

### Saran

Bertitik tolak pada temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen OVO. Mengingat dominasi responden berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang mencapai 78,8%, pihak pengelola disarankan untuk memberikan perhatian khusus pada aspek teknis fitur QRIS yang menjadi layanan paling sering digunakan. Peningkatan kualitas infrastruktur digital secara berkelanjutan sangat diperlukan untuk meminimalisir kendala sistem saat transaksi di merchant, karena keandalan sistem tersebut terbukti menjadi faktor krusial yang menentukan kepuasan pengguna muda di Mamuju. Investasi pada antarmuka yang lebih responsif dan stabilitas aplikasi akan menjadi langkah tepat untuk menjaga loyalitas basis pengguna yang didominasi oleh generasi *digital native* ini.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini membuka peluang untuk memperluas cakupan studi dengan mengintegrasikan variabel-variabel eksternal lain yang mungkin memengaruhi kepuasan pengguna namun belum terakomodasi dalam model ini, seperti variabel keamanan siber, kualitas dukungan pelanggan, atau pengaruh program insentif. Hal ini penting dilakukan mengingat variabel kualitas layanan digital dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 28,8%, sehingga masih terdapat ruang yang luas untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain. Selain itu, pengembangan penelitian dengan menambah jumlah sampel melebihi 45 responden serta memperluas lokasi penelitian di luar wilayah Mamuju akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kekuatan generalisasi data dan memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengguna dompet digital di Indonesia. Terakhir, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi ilmiah bagi para akademisi maupun praktisi manajemen dalam menyusun kebijakan operasional layanan keuangan digital yang lebih inklusif dan berorientasi pada kebutuhan riil pengguna.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjangkan puji syukur serta menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada Ibu **Dr. Hari Yeni S., Kom., M.M.**, selaku dosen pengampu mata kuliah "Sistem Informasi Manajemen". Kepercayaan dan

bimbingan intelektual yang beliau berikan telah menjadi fondasi utama bagi penulis dalam merampungkan artikel ilmiah ini dengan hasil yang maksimal. Arahan beliau pula yang memotivasi penulis untuk mengeksplorasi lebih mendalam mengenai dinamika transformasi digital dan adopsi teknologi finansial di masyarakat. Rasa terima kasih yang tulus juga penulis persembahkan kepada Bapak **Dr. Ramli S., S.E., S.Pd., M.M.**, atas segala dedikasi waktu, saran yang membangun, serta wawasan berharga yang diberikan sepanjang proses penyusunan naskah ini. Lebih lanjut, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada seluruh masyarakat pengguna OVO di Mamuju yang telah berpartisipasi sebagai responden. Kejujuran serta objektivitas data yang diberikan sangat berperan penting dalam menjaga kualitas dan validitas hasil penelitian ini. Besar harapan penulis agar studi ini dapat menjadi referensi ilmiah yang relevan dalam memperkuat strategi literasi digital dan pengembangan ekosistem pembayaran elektronik di masa depan.

### DAFTAR PUSTAKA

- djie, M., Mt, P., & Sukresna, M. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna dompet digital OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Chairunissa Rizkina Rosani, Purwana, D., & Aditya, S. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna e-wallet OVO. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 238–260. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v5i1.3503>
- Darwati, L. (2022). Analisis pengukuran tingkat kepuasan pengguna aplikasi OVO menggunakan metode end user computing satisfaction (EUCS). *JUST IT: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 12(2). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- Dellia, P., Agustina, A. Z., Juniar, N. N., Yakub, R., & Ricka, A. (2025). Analisis usability e-wallet OVO menggunakan metode system usability scale. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(3), 1043–1052.
- Indriyarti, E. R., & Wibowo, S. (2022). Determinan kepuasan penggunaan pembayaran menggunakan OVO pada pengguna transportasi online. *Jurnal Manajemen*, 9, 1–9.
- Husaein, A., & Agustini, S. R. (2025). Analisis kualitas kepuasan pengguna aplikasi OVO menggunakan metode DeLone dan McLean (Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, 5(1). <https://doi.org/10.33998/jms.v5i1>
- Kumala, I. W., Sari, S. S., & Rahmawati, A. (2023). Pemodelan loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Malang: Peran kualitas layanan dan citra merek dengan kepuasan sebagai pemediasi. *Jurnal Manajemen*, 9, 1–12.
- Indahrakasiwi, Huliman, & Irwadi. (2025). Pengaruh gaya hidup dan online customer review terhadap keputusan

- penggunaan aplikasi OVO Premier pada mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 15(2), 347–355.  
<http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Irlia, B. T. (2022). Analysis of e-service quality and perceived value on user satisfaction of the digital wallet application. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4).  
<http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Aprilyanti, V., & Putra, K. E. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dompet digital OVO pada masa pandemi COVID-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3).
- Mongi, G., Rogahang, J. J., & Walangitan, O. F. (2025). Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumen pengguna OVO di Kota Manado. *Productivity*, 6(1), 1088–1094.  
<https://doi.org/10.35797/ejp.v6i1.55374>
- Ogi, E., Pratiwi, I., & Yustanti, W. (2021). Analisis sentimen kualitas layanan teknologi pembayaran elektronik pada Twitter (Studi kasus OVO dan DANA). *JEISBI*, 2, 1–10.
- Purwanto, P. (2024). Evaluasi user experience terhadap aplikasi OVO dengan metode technology acceptance model (TAM). *Media Teknologi dan Informatika*, 1.  
<http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/mti>
- Surya, R. A. M., & Hayati, U. (2024). Analisis sentimen ulasan pengguna OVO menggunakan algoritma Naive Bayes pada Google Play Store. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(3).
- Razaq, N. H., Pohan, A. B., Gunawan, D., & Zuama, R. A. (2025). Analisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi GoPay, DANA, dan OVO menggunakan metode PIECES. *Journal of Accounting Information System*, 5(1).  
<https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jais>
- Rochman, F., & Rachbini, W. (2025). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital OVO. *Jurnal Manajemen*, 19(8).
- Salsabilah, N. A., & Murtiasih, S. (2024). Determinan kepuasan pengguna e-wallet OVO dengan keputusan penggunaan sebagai mediasi. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 5(1).  
<https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Sulistya, I., & Fietroh, M. N. (2024). Minat menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa ditinjau melalui peran kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan. *Jurnal Samalewa*, 1, 1–11.  
<http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/samalewa>
- Umaroh, S., Rindiyani, R., & Prasetyo, M. R. (2023). Pengaruh kualitas sistem aplikasi OVO terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Rekayasa Hijau*, 7(1), 49–60.  
<https://doi.org/10.26760/jrh.v7i1.49-60>
- Yudistira, K., & Masdiantini, P. R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, persepsi manfaat, dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan e-wallet OVO pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. *Jurnal Akuntansi*, 12(3).