

## **Dampak Persepsi Keamanan dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna DANA)**

**Muhammad Sundus Solahudin, Aditia Abdurachman**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cipasung Tasikmalaya, Jl.  
Borolong, Ciawi Jl. Raya Singaparna, Rt.03/Rw.02, Cilampunghilir, Kec.  
Padakembang, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat

[E-mail: muhammadsolah11@email.com](mailto:muhammadsolah11@email.com) [aditiaabdurachman@uncip.ac.id](mailto:aditiaabdurachman@uncip.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak persepsi keamanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pengguna dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada pengguna DANA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian melibatkan 188 responden pengguna aktif DANA di Indonesia. Responden dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan ( $\beta=0,764$ ;  $p<0,001$ ), persepsi risiko juga berpengaruh positif terhadap kepercayaan ( $\beta=0,155$ ;  $p<0,05$ ), dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna ( $\beta=0,772$ ;  $p<0,001$ ). Kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan pengaruh persepsi keamanan (*indirect effect*=0,590;  $p<0,001$ ) dan persepsi risiko (*indirect effect*=0,120;  $p<0,05$ ) terhadap kepuasan pengguna. Kebaruan penelitian ini terletak pada konteks pasca isu saldo hilang DANA di media sosial X serta pengujian peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara persepsi keamanan dan risiko terhadap kepuasan pengguna, yang belum banyak dikaji dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian perilaku konsumen digital dalam konteks *e-wallet* serta masukan strategis bagi manajemen DANA untuk meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna.

**Kata Kunci:** persepsi keamanan; persepsi risiko; kepercayaan; kepuasan pengguna; DANA; PLS-SEM

### **Abstrak**

This study aims to examine the impact of perceived security and perceived risk on user satisfaction with *trust* as a mediation variable among DANA users in Indonesia. A quantitative approach with a survey method was employed, involving

188 active DANA users selected through purposive sampling. Data were analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 4.0. The results show that perceived security has a positive and significant effect on *trust* ( $\beta=0.764$ ;  $p<0.001$ ), perceived risk also has a positive and significant effect on *trust* ( $\beta=0.155$ ;  $p<0.05$ ), and *trust* has a positive and significant effect on user satisfaction ( $\beta=0.772$ ;  $p<0.001$ ). *Trust* significantly mediates the effect of perceived security (indirect effect= $0.590$ ;  $p<0.001$ ) and perceived risk (indirect effect= $0.120$ ;  $p<0.05$ ) on user satisfaction. The novelty of this study lies in the context following the viral issue of DANA balance disappearance on social media X and the examination of *trust*'s mediating role in the relationship between perceived security and risk on user satisfaction, which has been rarely discussed in previous studies. This study contributes to the development of digital consumer behavior studies in the *e-wallet* context and provides strategic input for DANA's management to enhance security and user *trust*.

**Keywords:** *perceived security; perceived risk; trust; user satisfaction; DANA; PLS-SEM*

## Pendahuluan

Era digital telah mentransformasi lanskap keuangan global secara fundamental, ditandai dengan maraknya adopsi teknologi finansial (*fintech*), khususnya dompet digital atau *e-wallet*. Di Indonesia, penetrasi *e-wallet* mengalami pertumbuhan eksponensial. Pertumbuhan ini didorong oleh tiga faktor: meningkatnya penggunaan *smartphone*, kemudahan transaksi non-tunai, serta gencarnya program insentif dari berbagai penyedia layanan. Riset Ipsos Indonesia 2026 mengungkapkan bahwa 88% Generasi Z aktif menggunakan dompet digital, dengan faktor utama kepraktisan (57%) dan keamanan sistem menjadi pertimbangan utama dalam memilih platform pembayaran digital (Kompas, 2026). Berdasarkan data (goodstats, 2024), DANA menempati posisi yang kompetitif di antara para pemain utama industri *e-wallet* nasional. Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2024, DANA berhasil mencatatkan lonjakan pengguna hingga mencapai 200 juta pengguna (Pratama & Candiwan, 2024: 5218). Sejak diluncurkan pada tahun 2018, jumlah pengguna DANA terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dari 10 juta pengguna pada tahun 2019, menjadi 50 juta pada tahun 2020, hingga mencapai 200 juta pengguna pada tahun 2025 (Republika Online, 2025; Bisnis, 2024; Infobank, 2025; Finansial.bisnis, 2025). Berdasarkan data (Google Play Store, 2026, diakses 15 Maret 2026), aplikasi DANA telah diunduh lebih dari 100 juta kali dengan rating 4,7 dari 5,0. Penelitian. Penelitian (Fatihaturrahmah & Tania, 2025) yang menganalisis sentimen pengguna aplikasi pembayaran digital menemukan bahwa aspek keamanan menjadi perhatian utama pengguna DANA dalam ulasan Google Play Store. Studi tersebut mengidentifikasi bahwa persepsi keamanan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa DANA masih memiliki ruang

untuk perbaikan, terutama dalam merespons keluhan pengguna terkait keamanan dan kendala teknis.

Dalam konteks layanan keuangan digital seperti *e-wallet*, kepuasan pengguna menjadi indikator utama keberhasilan suatu platform. Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai evaluasi pasca-penggunaan yang mencerminkan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016: 153). Kepuasan pengguna tidak terbangun dengan sendirinya, melainkan dibentuk oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kepercayaan. Kepercayaan pengguna adalah aset tak berwujud yang paling berharga bagi penyedia layanan keuangan (Ansori & Nugroho, 2024: 235). Namun, dalam beberapa bulan terakhir, isu keamanan *e-wallet* DANA mencuat ke permukaan dan menjadi perbincangan hangat di media sosial X. Berdasarkan pemberitaan (Tribrata News Polda Jabar, 2026), terjadi kasus kriminal pencurian saldo DANA yang menimpa warga Tasikmalaya dengan kerugian mencapai Rp 9.550.000. Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tasikmalaya juga terus mengingatkan masyarakat untuk mewaspadaai segala modus kejahatan digital (Antaraneews.com, 2026). Selain kasus kriminal, berbagai laporan gangguan teknis juga turut mempengaruhi persepsi pengguna terhadap keamanan dan keandalan layanan DANA. Pada Januari 2026, ramai keluhan pengguna di media sosial terkait saldo yang tidak muncul atau tidak masuk (jatimnetwork, 2026),

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji topik serupa dalam konteks Indonesia. (Pratama & Candiwan, 2025 : 5220) meneliti pengaruh persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap niat penggunaan *e-wallet* DANA, dengan temuan bahwa kepercayaan menjadi faktor yang paling dominan. (Ansori & Nugroho, 2024: 245) meneliti peran kepercayaan terhadap niat penggunaan berkelanjutan mobile payment di Indonesia, menemukan bahwa reputasi dan keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. (Joshi & Chawla, 2024: 885) dalam penelitiannya di India menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna mobile wallet. (Gómez-Hurtado et al., 2025: 435) di Kolombia menemukan bahwa *security and privacy* memiliki efek positif terhadap *perceived trust*, sementara *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *intention*. (Che Nawi et al., 2024:5) di Indonesia menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Penelitian oleh (Lestari et al., 2026) juga mengkonfirmasi bahwa kepercayaan in *fintech* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ( $\beta=0,312$ ,  $p=0,000$ ). (Hazarika et al., 2025) yang menggunakan *Protection Motivation Theory* (PMT) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) juga menemukan bahwa persepsi keamanan dan privasi berperan sebagai determinan penting dalam adopsi *mobile payment*. Penelitian tentang kepercayaan merek juga telah dilakukan oleh (Yanti, 2024) yang menguji pengaruh inovasi produk dan kepercayaan merek

terhadap keputusan pembelian, dengan hasil bahwa kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, ditemukan beberapa celah penelitian (*research gap*) yang belum terisi secara memadai. Pertama, penelitian (Pratama & Candiwan, 2025) dan (Ansori & Nugroho, 2024) berfokus pada pengaruh langsung persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap niat penggunaan, namun belum menguji peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara persepsi keamanan dan risiko terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, penelitian (Joshi & Chawla, 2024) dan (Gómez-Hurtado et al., 2025) menguji *perceived security* dan *perceived risk* dalam konteks yang berbeda (India dan Kolombia), sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke konteks Indonesia, terlebih pasca isu saldo hilang DANA di media sosial X. Kedua, penelitian terdahulu umumnya menggunakan variabel dependen niat penggunaan (*behavioral intention*), padahal kepuasan pengguna (*user satisfaction*) merupakan indikator keberhasilan yang lebih relevan untuk mengukur kualitas layanan *e-wallet* pasca penggunaan. Ketiga, secara kontekstual, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh persepsi keamanan dan risiko terhadap kepercayaan dan kepuasan pengguna dalam situasi pasca isu keamanan viral dan kasus pencurian saldo di Tasikmalaya. Kebanyakan penelitian dilakukan di wilayah Jabodetabek atau skala nasional dengan asumsi kondisi normal.

Kebaruan penelitian ini terletak pada konteks, variabel dependen, dan peran mediasi yang diuji. Penelitian dilakukan pasca merebaknya isu saldo hilang DANA di media sosial X dan kasus pencurian saldo terbaru di Tasikmalaya pada tahun 2026, yang belum pernah dikaji dalam penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian ini menggunakan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menggunakan niat penggunaan. Lebih lanjut, penelitian ini menguji peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara persepsi keamanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pengguna, yang masih jarang dilakukan dalam konteks *e-wallet* di Indonesia.

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran, hipotesis penelitian ini adalah: H1: Persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan; H2: Persepsi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan; H4: Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan; dan H5: Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei karena tujuannya adalah menguji hubungan kausal antar variabel yang dapat dioperasionalkan secara numerik. Populasi penelitian adalah pengguna aktif

aplikasi DANA di Indonesia. Pengguna aktif didefinisikan sebagai individu yang telah melakukan minimal satu kali transaksi menggunakan DANA dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017: 85). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun, menggunakan aplikasi DANA minimal dalam 3 bulan terakhir, dan telah melakukan transaksi menggunakan DANA minimal satu kali.

Penentuan ukuran sampel mengacu pada pendekatan parameter-based yang direkomendasikan oleh (Hair et al., 2019:15). Jumlah estimated parameters dalam model penelitian ini dihitung dari 16 indikator (masing-masing memiliki *loading* dan *error*) = 32, 3 jalur struktural (H1, H2, H3) = 3, dan 2 *error* pada variabel endogen = 2, sehingga total estimated parameters adalah 37. Berdasarkan rekomendasi (Hair et al., 2019:16), ukuran sampel minimum yang disarankan adalah 5 hingga 10 kali jumlah *estimated parameters*, sehingga penelitian ini menargetkan 185 responden. Setelah dilakukan penyaringan data dari 220 responden yang terkumpul, diperoleh 188 responden yang memenuhi kriteria, sehingga jumlah sampel melebihi target minimum yang ditetapkan.

**Tabel 1. Operasional Variabel**

Variabel	Item (Pernyataan)	Label	Indikator	Skala
<b>Persepsi Keamanan (X1)</b> (Prasetya & Shuhidan, 2023)	Saya merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan DANA	PS1	Keamanan transaksi	Interval 1-10
	Saya yakin data pribadi saya terlindungi saat menggunakan DANA	PS2	Perlindungan data	Interval 1-10
	Saya percaya DANA memiliki sistem keamanan yang baik	PS3	Enkripsi informasi	Interval 1-10
	Fitur keamanan DANA (PIN, biometrik) membuat saya merasa aman	PS4	Jaminan keamanan	Interval 1-10
<b>Persepsi Risiko (X2)</b> (Che Nawi et al., 2024)	Saya khawatir kehilangan uang saat menggunakan DANA	PR1	Risiko finansial	Interval 1-10

	Saya khawatir data pribadi saya disalahgunakan	PR2	Risiko privasi	Interval 1-10
	Saya khawatir akun DANA saya diretas	PR3	Risiko keamanan	Interval 1-10
	Saya khawatir terjadi gangguan sistem saat bertransaksi	PR4	Risiko kinerja	Interval 1-10
<b>Kepercayaan (M)</b> (Pratama & Candiwan, 2024)	Saya percaya DANA akan bertindak jujur dalam mengelola transaksi	PT1	Integritas	Interval 1-10
	Saya percaya DANA mengutamakan kepentingan pengguna	PT2	Kebaikan hati	Interval 1-10
	Saya percaya DANA memiliki kemampuan teknis yang handal	PT3	Kompetensi	Interval 1-10
	Saya percaya DANA akan konsisten dalam memberikan layanan yang baik	PT4	Prediktabilitas	Interval 1-10
<b>Kepuasan Pengguna (Y)</b> (Putra & Andriani, 2025)	Secara keseluruhan, saya merasa puas menggunakan DANA	US1	Kepuasan keseluruhan	Interval 1-10
	Layanan DANA sesuai dengan yang saya harapkan	US2	Kesesuaian harapan	Interval 1-10
	Saya tidak mengalami masalah berarti saat menggunakan DANA	US3	Pengalaman positif	Interval 1-10
	Saya merasa senang setiap kali	US4	Kesenangan menggunakan	Interval 1-10

	menggunakan DANA		
--	---------------------	--	--

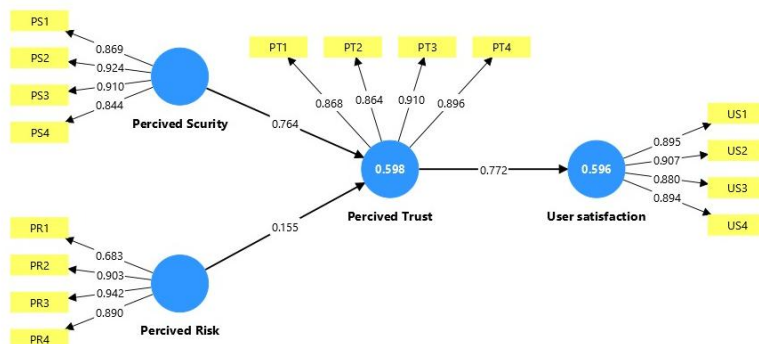
Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2026

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu persepsi keamanan (X1), persepsi risiko (X2), kepercayaan (M), dan kepuasan pengguna (Y). Kuesioner disebarakan secara online yang dibagikan di media sosial.

Setiap variabel diukur menggunakan skala interval 1 sampai 10 dengan skor 1 = Sangat Tidak Setuju dan 10 = Sangat Setuju (Sugiyono, 2017: 135). Penggunaan skala 10 poin dipilih karena memberikan variasi jawaban yang lebih luas. Skala ini sejalan dengan penelitian terdahulu dalam konteks e-wallet (Che Nawi et al., 2024; Widyaningrum et al., 2025). Jumlah item pernyataan adalah 16 item (4 item untuk setiap variabel). Seluruh item diadaptasi dari penelitian terdahulu yang telah teruji: persepsi keamanan dari (Prasetya & Shuhidan, 2023), persepsi risiko dari (Che Nawi et al., 2024), kepercayaan dari (Pratama & Candiwan, 2024), serta kepuasan pengguna dari (Putra & Andriani, 2025).

Teknik analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.0 (Hair et al., 2019:10). Analisis dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang meliputi uji validitas konvergen (*outer loading*  $\geq 0,70$  dan *Average Variance Extracted*  $\geq 0,50$ ), uji validitas diskriminan (*Heterotrait-Monotrait Ratio*  $< 0,90$ ), dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$  dan *Composite Reliability*  $\geq 0,70$ ). Tahap kedua adalah evaluasi model struktural (*inner model*) yang meliputi uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji effect size ( $f^2$ ), dan uji *predictive relevance* ( $Q^2$ ). Tahap ketiga adalah uji signifikansi hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel, di mana hubungan antar variabel dinyatakan signifikan jika t-statistik  $\geq 1,96$  atau p-value  $< 0,05$ . Selain itu, dilakukan uji mediasi dengan mengevaluasi *indirect effect* untuk menguji peran kepercayaan sebagai variabel mediasi (Ghozali & Kusumadewi, 2023:125). Model penelitian disajikan pada Gambar 1 di bawah ini.

**Gambar 1. Model Penelitian**



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Model penelitian pada Gambar 1 menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut. Terdapat dua variabel independen (Persepsi Keamanan dan Persepsi Risiko), satu variabel mediasi (Kepercayaan), dan satu variabel dependen (Kepuasan Pengguna).

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 188 responden pengguna aktif DANA di seluruh Indonesia.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
<b>Usia</b>	17-29 tahun	172	91,5%
	30-45 tahun	12	6,4%
	>45 tahun	4	2,1%
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	94	50,0%
	Perempuan	94	50,0%
<b>Pekerjaan</b>	Pelajar/Mahasiswa	156	83,0%
	Pegawai Swasta	18	9,6%
	Wiraswasta	8	4,2%
	Lainnya	6	3,2%
<b>Lama Pakai DANA</b>	< 1 tahun	0	0%
	1-2 tahun	42	22,3%
	2-3 tahun	54	28,7%
	> 3 tahun	92	49,0%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berusia 17-29 tahun (91,5%), berjenis kelamin dengan proporsi seimbang (50% laki-laki dan 50% perempuan), berstatus pelajar/mahasiswa (83%), dan telah menggunakan DANA lebih dari 3 tahun (49%). Data demografi ini menunjukkan bahwa generasi muda mendominasi pengguna DANA, yang relevan dengan karakteristik pengguna *e-wallet* di Indonesia (Kompas.com, 2026).

### Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

**Tabel 3. Outer Loading**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Status
<b>Persepsi Risiko (PR)</b>	PR1	0,683	Marginal
	PR2	0,903	Valid
	PR3	0,942	Valid
	PR4	0,890	Valid
<b>Persepsi Keamanan (PS)</b>	PS1	0,869	Valid
	PS2	0,924	Valid
	PS3	0,910	Valid
	PS4	0,844	Valid

<b>Kepercayaan (PT)</b>	PT1	0,868	Valid
	PT2	0,864	Valid
	PT3	0,910	Valid
	PT4	0,896	Valid
<b>Kepuasan Pengguna (US)</b>	US1	0,895	Valid
	US2	0,907	Valid
	US3	0,880	Valid
	US4	0,894	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,60, dengan mayoritas > 0,70, sehingga dinyatakan valid (Hair et al., 2019). Indikator PR1 memiliki nilai *outer loading* 0,683 atau marginal. Namun, indikator ini tetap dipertahankan karena nilai *outer loading* masih di atas 0,60 dan konstruk secara keseluruhan (Persepsi Risiko) telah memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai AVE sebesar 0,740 (>0,50) serta nilai *composite reliability* sebesar 0,918 (>0,70). Menurut (Hair et al., 2019), indikator dengan *outer loading* antara 0,50 hingga 0,70 masih dapat dipertahankan jika konstruk secara keseluruhan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

**Tabel 4. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)**

Variabel	PR	PS	PT	US
<b>Persepsi Risiko (PR)</b>				
<b>Persepsi Keamanan (PS)</b>	0,128			
<b>Kepercayaan (PT)</b>	0,111	0,827		
<b>Kepuasan Pengguna (US)</b>	0,068	0,775	0,838	

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh nilai HTMT antar variabel berada di bawah 0,90, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan (Hair et al., 2019).

**Tabel 5. Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	AVE	Kriteria	Keterangan
<b>Persepsi Keamanan (PS)</b>	<b>0.781</b>	> 0.50	Valid
<b>Persepsi Risiko (PR)</b>	<b>0.740</b>	> 0.50	Valid
<b>Kepercayaan (PT)</b>	<b>0.782</b>	> 0.50	Valid
<b>Kepuasan Pengguna (US)</b>	<b>0.796</b>	> 0.50	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Nilai Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menguji validitas konvergen. Seluruh variabel memiliki nilai AVE > 0,50 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2019).

### Evaluasi Model Struktural (*Inner model*)

**Tabel 7. R-Square**

Variabel Endogen	R-Square	Kategori
Kepercayaan (PT)	0,598	Sedang
Kepuasan Pengguna (US)	0,596	Sedang

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Variabel persepsi keamanan dan persepsi risiko mampu menjelaskan 59,8% varians dari kepercayaan, dan variabel kepercayaan mampu menjelaskan 59,6% varians dari kepuasan pengguna.

**Tabel 8. F-Square**

Hubungan	F-Square	Kategori
PR → PT	0,060	Kecil
PS → PT	1,451	Besar
PT → US	1,478	Besar

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Persepsi keamanan memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan ( $f^2 = 1,451$ ), dan kepercayaan memiliki pengaruh besar (*large effect*) terhadap kepuasan pengguna ( $f^2 = 1,478$ ). Persepsi risiko memiliki pengaruh kecil terhadap kepercayaan ( $f^2 = 0,060$ ) berdasarkan kriteria (Hair et al., 2019).

**Tabel 9. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha & Composite Reliability)**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Keamanan (PS)	0,910	0,937	Reliabel
Persepsi Risiko (PR)	0,908	0,918	Reliabel
Kepercayaan (PT)	0,908	0,935	Reliabel
Kepuasan Pengguna (US)	0,916	0,941	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2026

Semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan Composite Reliability > 0,70 (Hair et al., 2019).

### Uji Hipotesis dan Mediasi

**Tabel 10. Path Coefficient dan Uji Hipotesis**

Hipotesis	Hubungan	Path Coeff.	T- Statistik	P-Value	Keputusan
H1	PS → PT	0,764	18,769	<0,001**	Diterima
H2	PR → PT	0,155	2,297	<0,05*	Diterima
H3	PT → US	0,772	26,170	<0,001**	Diterima
H4	PS → PT → US	0,590	12,961	<0,001**	Diterima
H5	PR → PT → US	0,120	2,301	<0,05*	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 4.0 (*Bootstrapping* 5.000 subsampel), 2026  
 Keterangan: \*\* p < 0,001; \*p < 0,05

## Pembahasan

### Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kepercayaan

Seluruh pembahasan hipotesis dalam penelitian ini (H1 sampai H5) menggunakan kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dari Mehrabian & Russell (1974). Teori ini menjelaskan bahwa stimulus eksternal mempengaruhi kondisi internal individu (organisme), yang selanjutnya mendorong respons perilaku. Temuan ilmiah pertama yang diperoleh adalah bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan ( $\beta = 0,764$ ;  $p < 0,001$ ). Nilai *effect size* ( $f^2 = 1,451$ ) menunjukkan bahwa pengaruh ini besar.

Dalam kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) persepsi keamanan berperan sebagai stimulus eksternal yang mempengaruhi kondisi internal pengguna (kepercayaan). Ketika pengguna merasakan bahwa sistem DANA aman (ditandai dengan adanya PIN, biometrik, enkripsi, dan perlindungan data), mereka merasa terlindungi dari ancaman seperti pencurian saldo atau kebocoran data. Rasa aman ini menjadi fondasi utama untuk membangun kepercayaan. Data deskriptif menunjukkan rata-rata persepsi keamanan responden mencapai 7,85 (tinggi), yang berkontribusi pada tingginya tingkat kepercayaan (7,96).

Perbandingan dengan penelitian lain menunjukkan konsistensi temuan ini. (Joshi & Chawla, 2024:885) di India menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna *mobile wallet*, dengan model penelitian mampu menjelaskan 64,4% variansi dalam niat perilaku. (Pratama & Candiwan, 2024:5220) juga membuktikan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada pengguna DANA di Indonesia, dan kepercayaan menjadi variabel paling dominan. Penelitian oleh (Lestari et al., 2026) juga mengkonfirmasi bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ( $\beta=0,285$ ;

$p < 0,001$ ). Dengan demikian, semakin tinggi persepsi keamanan pengguna terhadap DANA, semakin tinggi kepercayaan mereka.

### **Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan ( $\beta = 0,155$ ;  $p = 0,022$ ). Dalam kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) persepsi risiko berperan sebagai stimulus eksternal. Menariknya, dalam konteks penelitian ini, stimulus berupa risiko justru menghasilkan respons positif berupa kepercayaan. Hal ini dapat dijelaskan karena pengguna yang sadar akan risiko keamanan menjadi lebih selektif dan cenderung memilih platform yang sudah terpercaya seperti DANA dengan fitur "DANA Protection" Sesuai dengan kerangka S-O-R, persepsi risiko dalam penelitian ini mengukur tingkat kekhawatiran pengguna terhadap potensi kerugian (risiko finansial, privasi, keamanan, dan kinerja). Menariknya, kekhawatiran yang tinggi justru berkorelasi positif dengan kepercayaan terhadap DANA. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna yang khawatir cenderung lebih berhati-hati dan selektif, sehingga pada akhirnya memilih platform yang sudah terpercaya seperti DANA. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Che Nawi et al., 2024) di Indonesia yang juga menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-wallet*.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna**

Temuan ilmiah ketiga adalah bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna ( $\beta = 0,772$ ;  $p < 0,001$ ). Nilai *effect size* ( $f^2 = 1,478$ ) menunjukkan pengaruh yang besar. Sesuai dengan kerangka S-O-R, kepercayaan yang telah terbentuk (*organisme*) selanjutnya mendorong respons berupa kepuasan pengguna. Ketika pengguna percaya pada DANA, mereka merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Perasaan aman dan nyaman ini menciptakan pengalaman positif yang pada akhirnya membentuk kepuasan. Dengan kata lain, kepercayaan yang tinggi menjadi jembatan yang menghubungkan stimulus (keamanan dan risiko) dengan respons (kepuasan). Kepercayaan yang tinggi membuat pengguna memiliki harapan positif yang cenderung terkonfirmasi oleh pengalaman penggunaan. Pengguna yang percaya pada DANA merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, tidak perlu khawatir tentang keamanan dana atau data pribadi mereka. Data deskriptif menunjukkan rata-rata kepercayaan responden mencapai 7,96 (tinggi), yang berkontribusi pada rata-rata kepuasan 7,72 (tinggi).

Perbandingan dengan penelitian lain menunjukkan konsistensi temuan ini. (Widyaningrum et al., 2025:70) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction* pada pengguna DANA di Malang. (Gonzales & Lacap, 2025) juga menemukan bahwa *intention to use e-wallet services leads to consumer satisfaction, which in turn enhances trust*. (Pratama & Candiwan, 2024:5225) menegaskan bahwa kepercayaan adalah variabel paling dominan dalam mempengaruhi *behavioral intention* ( $\beta = 0,463$ ). Temuan ini diperkuat oleh

(Madyasari et al., 2024:1282) yang menyatakan bahwa penerapan teknologi dalam bisnis dapat memberikan *added value* kepada konsumen melalui pengalaman yang lebih baik. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap DANA, semakin tinggi kepuasan yang mereka rasakan

### **Peran Mediasi Kepercayaan pada Hubungan Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna**

Temuan ilmiah keempat adalah bahwa kepercayaan memediasi secara signifikan pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna (*indirect effect* = 0,590;  $p < 0,001$ ). Nilai *indirect effect* ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung (yang tidak signifikan dalam model ini). Masih dalam kerangka S-O-R, kepercayaan berperan sebagai organisme yang memediasi hubungan antara (persepsi keamanan) dengan respons (kepuasan pengguna). Persepsi keamanan yang tinggi tidak secara langsung membuat pengguna puas, tetapi terlebih dahulu membentuk kepercayaan. Ketika pengguna merasa aman dengan fitur keamanan DANA (PIN, biometrik, enkripsi), mereka akan percaya pada DANA. Kepercayaan inilah yang kemudian mendorong kepuasan pengguna.

Temuan ini sejalan dengan (Eka Prasetya et al., 2023) di Indonesia yang membuktikan bahwa kepercayaan (*trust*) berperan sebagai mediator antara persepsi keamanan terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Penelitian tersebut menggunakan responden mahasiswa pascasarjana di Indonesia dan menemukan bahwa *perceived trust* menjadi variabel vital yang menjembatani pengaruh *perceived security* terhadap *behavioural intention*. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa mekanisme mediasi kepercayaan memiliki peran penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi keamanan mempengaruhi perilaku pengguna *e-wallet*, khususnya pada konteks kepuasan pengguna.

### **Peran Mediasi Kepercayaan pada Hubungan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna**

Temuan kelima adalah bahwa kepercayaan juga memediasi secara signifikan pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan pengguna (*indirect effect* = 0,120;  $p < 0,05$ ). Namun, nilai *indirect effect* ini lebih kecil dibandingkan H4, menunjukkan bahwa peran mediasi kepercayaan lebih lemah pada hubungan persepsi risiko terhadap kepuasan.

Berdasarkan kerangka S-O-R, persepsi risiko sebagai stimulus juga membentuk kepercayaan terlebih dahulu sebelum akhirnya mendorong kepuasan. Pengguna yang sadar akan risiko (kehilangan uang, privasi, peretasan, gangguan sistem) menjadi lebih selektif dan cenderung memilih platform yang sudah terpercaya seperti DANA. Rasa percaya yang terbentuk dari kesadaran risiko ini kemudian menghasilkan kepuasan.

Temuan mediasi ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. (Che Nawi et al., 2024) di Indonesia menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*, yang mengonfirmasi bahwa dalam konteks Indonesia, persepsi risiko tidak selalu berdampak negatif seperti yang dinyatakan dalam teori klasik. Lebih lanjut, (Laksmidewi & Kumara, 2024) membuktikan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara signifikan memediasi pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to use e-wallet* di Jabodetabek. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh *perceived risk* terhadap perilaku pengguna *e-wallet* dapat bekerja melalui mekanisme mediasi, seperti yang juga ditemukan dalam penelitian ini dimana kepercayaan berperan sebagai mediator. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa mekanisme mediasi memiliki peran penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi risiko mempengaruhi perilaku pengguna *e-wallet*, khususnya pada konteks kepuasan pengguna DANA pasca isu keamanan.

### **Simpulan**

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, persepsi risiko juga berpengaruh positif terhadap kepercayaan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kepercayaan terbukti berperan sebagai mediator yang menjelaskan pengaruh persepsi keamanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pengguna. Seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat aplikasi *Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory* dalam konteks *e-wallet* dengan menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan risiko berperan sebagai stimulus, kepercayaan sebagai organisme, dan kepuasan sebagai respons. Penelitian ini juga memperkaya literatur tentang kepercayaan dalam *e-wallet* dengan menemukan bahwa persepsi risiko justru dapat berpengaruh positif terhadap kepercayaan dalam konteks pengguna Indonesia pasca isu keamanan. Di samping itu, penelitian ini menguji peran mediasi kepercayaan yang masih jarang dilakukan dalam penelitian *e-wallet* sebelumnya.

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi manajemen DANA untuk meningkatkan transparansi kebijakan keamanan kepada pengguna, mempercepat respons terhadap keluhan dan insiden keamanan, mengedukasi pengguna secara berkala tentang modus penipuan digital, serta menambahkan fitur perlindungan saldo seperti verifikasi dua lapis untuk transaksi mencurigakan.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel didominasi oleh generasi muda (91,5% usia 17-29 tahun) dan pelajar/mahasiswa (83%), sehingga hasil penelitian lebih merepresentasikan perspektif kelompok tersebut. Kedua, penelitian menggunakan pendekatan *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data dilakukan hanya satu kali. Ketiga, nilai  $R^2$  untuk kepercayaan (59,8%) dan kepuasan (59,6%) menunjukkan masih ada variabel lain di luar model yang perlu

diidentifikasi. Keempat, penelitian hanya berfokus pada satu platform *e-wallet* (DANA), sehingga hasil penelitian mungkin berbeda jika diterapkan pada platform lain seperti GoPay, ShopeePay, atau OVO.

### **Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih spesifik pada cakupan sampel populasi seperti kalangan Gen X ataupun Gen milenial. Penelitian juga disarankan menggunakan pendekatan *longitudinal* untuk menangkap perubahan perilaku pengguna dalam jangka panjang dan menentukan hubungan sebab-akibat secara lebih pasti. Selain itu, perlu menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan atau loyalitas untuk meningkatkan nilai R<sup>2</sup>. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek pada platform *e-wallet* lain seperti GoPay, ShopeePay, atau OVO serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan mengapa persepsi risiko dapat berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, serta kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyebaran kuesioner melalui media sosial. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cipasung Tasikmalaya yang telah memberikan dukungan selama pelaksanaan penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

#### **Pustaka yang berupa majalah/jurnal ilmiah:**

- Ansori, A. D., & Nugroho, S. S. (2024). The role of *trust* on the continuance usage intention of Indonesian mobile payment application. *Gadiah Mada International Journal of Business*, 26(2), 231-257. <https://doi.org/10.22146/gamajib.70452>
- Fatihaturrahmah, A., & Tania, K. D. (2025). Review: A Hybrid Approach of Aspect-Based Sentiment Analysis and Knowledge Extraction for Evaluating Security Perceptions in Digital Payment Applications. *Scientific Journal of Informatics*, 12(4), 635-650. <https://doi.org/10.15294/sji.v12i4.31557>
- Che Nawi, N., Husin, H. S., Said Al-Jahwari, N., Zainuddin, S. A., Khan, N. U., Hassan, A. A., Wan Ibrahim, W. S. A. A., Mohamed, A. F., Mohd Nasir, N. S., & Muhamad Hasan, M. Z. (2024). The path to sustainability begins with going paperless: Antecedents of intention to use electronic wallet using serial mediation approach. *Heliyon*, 10(2), e24127. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24127>

- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Gómez-Hurtado, C., Gálvez-Sánchez, F. J., Prados-Peña, M. B., & Ortíz-Zamora, A. F. (2025). Adoption of *e-wallets*: Trust and perceived risk in Generation Z in Colombia. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 29(4), 425-443. <https://doi.org/10.1108/SJME-01-2024-0017>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Prasetya, M. E., & Shuhidan, S. M. (2023). Security, risk and *trust* in e-wallet payment systems: Empirical evidence from Indonesia. *Management and Accounting Review*, 22(1), 353-378. <https://mar.uitm.edu.my/images/Vol-22-1/14.pdf>
- Laksmidewi, D., & Kumara, K. (2024). The effect of perceived risk on intention to use of e-wallet in Jabodetabek with the mediation of perceived usefulness and perceived ease of use. *Journal of Business Studies and Management Review*, 8(1), 63-70. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v8i1.38259>
- Hazarika, B., Shrivastava, U., Singh, V. K., & Rea, A. (2025). Motivating mobile payment adoption during global pandemic: insights from protection motivation and theory of planned behavior. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(5/6), 1547-1571. <https://doi.org/10.1108/GKMC-02-2023-0065>
- Lestari, F. T., Hidayati, S. A., & Pradnyani, I. G. A. A. (2026). The influence of *trust* in fintech and perceived security on the decision to use *e-wallets* among students in Mataram City. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.9214>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Prasetya, M. E., & Shuhidan, S. M. (2023). Security, risk and *trust* in *e-wallet* payment systems: Empirical evidence from Indonesia. *Management and Accounting Review*, 22(1), 353-378. <https://mar.uitm.edu.my/index.php/current-issue/41-cv22n01/299-av22n01-14>

- Pratama, I., & Candiwan. (2025). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, dan *trust* terhadap niat penggunaan *e-wallet* DANA. *E-Proceedings of Management*, 12(5), 5215-5230. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/188362/pengaruh-perceived-ease-of-use-perceived-usefulness-perceived-security-dan-trust-terhadap-niat-penggunaan-e-wallet-dana.html>
- Gonzales Jr., R. C., & Lacap, J. P. G. (2025). Intention to use *e-wallet* services, user satisfaction and loyalty: The mediating role of *trust* and the moderating effects of technological stress. In K. Wongmahesak, I. S. Wekke, & P. Suanpang (Eds.), *Business sustainability practices in society 5.0*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9230-0.ch016>
- Putra, V. L. M., & Andriani, M. (2025). Pengaruh mobile *trust* dan mobile satisfaction terhadap electronic word of mouth dan niat menggunakan GoPay. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 3(2), 471-480. <https://doi.org/10.35384/jamie.v3i2.943>
- Suri Yanti. (2024). Pengaruh inovasi produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada produk Kane Toast. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 12(2). <https://doi.org/10.54144/jadbis.v12i2.11910>
- Widyaningrum, C. A., Wijaya, R., & Robbie, R. I. (2025). Building e-loyalty through e-service quality: The mediating role of e-*trust* and e-satisfaction in *e-wallet* usage. *Business Innovation Management and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 61-76. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/bimantara/article/view/34357>
- Madyasari, R., Herdiyanti, H., Arisman, A., & Harahap, S. (2024). From farming to the dining table: Exploring agrotechnopreneurship in the food business. In *Proceedings of the 8th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2023)* (pp. 1276-1288). Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3\\_157](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_157)
- Joshi, H., & Chawla, D. (2024). Impact of security on wallet adoption: multiple and serial mediating roles of trust and attitude and gender as a moderator. *International Journal of Bank Marketing*, 42(5), 870-896. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2023-0118>

**Pustaka yang berupa judul buku:**

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.

In J. T. Cacioppo & R. E. Petty (Eds.), *Social psychophysiology: A sourcebook* (pp. 153-176). Guilford Press.

Ghozali, I., & Kusumadewi, R. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS 4.0*.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

**Pustaka yang berupa website:**

Antara Jabar. (2026). *OJK Tasikmalaya ingatkan masyarakat waspadai pembobolan e-wallet*. Diperoleh 17 Maret 2026 dari <https://jabar.antarane.ws.com/berita/602877/ojk-tasikmalaya-ingatkan-masyarakat-waspada-pembobolan-e-wallet>

[Bisnis.com](https://bisnis.com). (2024). *Pengguna DANA Bisnis di Sumsel menembus 23.000 user*. Diperoleh dari <https://sumsel.bisnis.com/read/20241016/534/1810475/pengguna-dana-bisnis-di-sumsel-menembus-23000-user>

detikJabar. (2024). *Transaksi pasar digital warga Tasik tembus angka Rp 972 miliar setahun*. Diperoleh dari <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7584924/transaksi-pasar-digital-warga-tasik-tembus-angka-rp-972-miliar-setahun>

[Finansial.bisnis.com](https://finansial.bisnis.com). (2025). *Dana klaim miliki 200 juta pengguna, begini dasar perhitungannya*. Diperoleh dari <https://finansial.bisnis.com/read/20250128/563/1835241/dana-klaim-miliki-200-juta-pengguna-begini-dasar-perhitungannya>

Goodstats. (2024). *Preferensi mobile banking dan e-wallet di kalangan generasi muda*. Diperoleh dari <https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG>

Infobanknews. (2023). *DANA catat pertumbuhan pengguna capai 135 juta di 2022*. Diperoleh dari <https://infobanknews.com/dana-catat-pertumbuhan-pengguna-capai-135-juta-di-2022/>

JatimNetwork. (2026). 2 alasan kenapa Dana gangguan hari ini 19 Januari 2026. Diperoleh 17 Maret 2026 dari <https://www.jatimnetwork.com/trending/4316587465/2-alasan-kenapa-dana-gangguan-hari-ini-19-januari-2026>

Kompas. (2026). *Gen Z jadi akselerator pertumbuhan e-wallet*. Diperoleh 15 Maret 2026 dari <https://money.kompas.com/read/2026/02/23/224700426/gen-z-jadi-akselerator-pertumbuhan-e-wallet>

Republika Online. (2025). *Miliki lebih dari 190 juta pengguna, DANA terus kampanyekan cashless society*. Diperoleh dari <https://rejogja.republika.co.id/berita/sq6ik8291/miliki-lebih-dari-190-juta-pengguna-dana-terus-kampanyekan-cashless-society>

Tribrata News Polda Jabar. (2026). *Awas modus baru! Dompok digital pedagang Tasikmalaya dikuras, pelaku dibekuk Polsek Cibatu*. Diperoleh 17 Maret 2026 dari <https://tribratanews.jabar.polri.go.id/awas-modus-baru-dompok-digital-pedagang-tasikmalaya-dikuras-pelaku-dibekuk-polsek-cibatu/>