

# Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay di Indonesia

Muhammad Zikri Al Hakim Nasution<sup>1\*</sup>, Rizky Agung Simatupang<sup>2</sup>, Mas Uhur Abdillah Saragih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Ilmu Komputer, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia  
Email: <sup>1\*</sup>zikrihakim425@gmail.com, <sup>2</sup>rizkyagungshima2005@gmail.com, <sup>3</sup>masuhuabdillahsaragih@gmail.com

(\* Email Corresponding Author: zikrihakim425@gmail.com)

Dikirim: 26 November 2026 | Diterima: 15 Januari 2026 | Dipublish: 23 Januari 2026

## Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital pada sistem pembayaran di Indonesia. Perubahan ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan pembayaran non-tunai melalui dompet digital (e-wallet) yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. ShopeePay merupakan salah satu layanan e-wallet yang berkembang pesat di Indonesia seiring dengan pertumbuhan e-commerce dan integrasinya dengan platform Shopee. Meskipun jumlah pengguna ShopeePay terus mengalami peningkatan, keberlanjutan penggunaan layanan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna. Dalam kondisi persaingan antar penyedia e-wallet yang semakin ketat, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong kepuasan dan loyalitas pengguna menjadi hal yang sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia melalui pendekatan tinjauan pustaka. Metode yang digunakan adalah literature review dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan dalam rentang tahun 2021 hingga 2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem, serta promosi yang ditawarkan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna ShopeePay. Selanjutnya, kepuasan pengguna berperan sebagai variabel kunci yang menjembatani hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan loyalitas pengguna. Pengguna yang merasa puas cenderung melakukan penggunaan ulang, merekomendasikan layanan kepada pihak lain, serta memiliki resistensi terhadap layanan e-wallet pesaing. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian sistem pembayaran digital serta menjadi referensi praktis bagi penyedia layanan e-wallet dalam merancang strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas pengguna.

**Kata Kunci:** ShopeePay, e-wallet, kepuasan pengguna, loyalitas pengguna, sistem pembayaran digital, tinjauan pustaka

## Abstrak

The development of information and communication technology has driven digital transformation in Indonesia's payment system. This transformation is reflected in the increasing use of non-cash transactions through digital wallets (e-wallets), which offer convenience, speed, and efficiency in financial transactions. ShopeePay is one of the e-wallet services that has experienced rapid growth in Indonesia, supported by the expansion of e-commerce and its integration with the Shopee platform. Although the number of ShopeePay users continues to increase, the sustainability of its usage is strongly influenced by user satisfaction and loyalty. In the context of intense competition among e-wallet providers, understanding the factors that drive user satisfaction and loyalty is essential. This study aims to analyze the factors influencing ShopeePay user satisfaction and loyalty in Indonesia through a literature review approach. The method used is a literature review of relevant national and international scientific journals published between 2021 and 2025. The results of the review indicate that electronic service quality, ease of use of the application, user trust in system security, and promotional programs are the main factors affecting ShopeePay user satisfaction. Furthermore, user satisfaction plays a key mediating role in strengthening user loyalty. Satisfied users tend to continue using the service, recommend it to others, and show resistance to competing e-wallet services. This study is expected to contribute theoretically to digital payment system research and provide practical insights for e-wallet service providers in developing strategies to enhance user satisfaction and loyalty.

**Keywords:** ShopeePay, e-wallet, user satisfaction, user loyalty, digital payment system, literature review

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu bentuk transformasi digital yang paling nyata adalah perubahan sistem pembayaran dari metode tunai menuju pembayaran non-tunai berbasis teknologi digital. Di Indonesia, fenomena ini berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet, penggunaan smartphone, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari [1]. Dompet digital (e-wallet) hadir sebagai solusi pembayaran yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan, baik secara daring maupun luring [2].

Pertumbuhan e-wallet di Indonesia juga didorong oleh berkembangnya ekosistem e-commerce dan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Berbagai penyedia e-wallet berlomba-lomba menawarkan fitur inovatif dan program promosi untuk menarik pengguna baru sekaligus mempertahankan pengguna lama. ShopeePay merupakan salah satu layanan e-wallet yang mengalami pertumbuhan pengguna yang signifikan karena terintegrasi langsung dengan platform e-commerce Shopee

serta didukung oleh jaringan merchant yang luas [3]. Integrasi ini memberikan nilai tambah bagi pengguna karena memungkinkan proses transaksi yang lebih praktis dan terintegrasi dalam satu aplikasi.

Meskipun jumlah pengguna ShopeePay terus meningkat, tingginya tingkat adopsi tidak serta-merta menjamin keberlanjutan penggunaan layanan tersebut. Dalam industri e-wallet yang sangat kompetitif, pengguna memiliki banyak pilihan layanan alternatif seperti OVO, GoPay, dan Dana. Kondisi ini menuntut penyedia layanan untuk tidak hanya fokus pada akuisisi pengguna, tetapi juga pada upaya mempertahankan pengguna melalui peningkatan kepuasan dan loyalitas [4]. Kepuasan pengguna menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu layanan digital karena berkaitan langsung dengan pengalaman pengguna selama menggunakan layanan tersebut.

Kepuasan pengguna e-wallet didefinisikan sebagai tingkat perasaan pengguna setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dengan harapan pengguna. Apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan, maka pengguna akan merasa puas, sebaliknya ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja layanan akan menimbulkan ketidakpuasan [5]. Dalam konteks e-wallet, kepuasan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas layanan elektronik, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan terhadap sistem, keamanan data, serta manfaat yang dirasakan pengguna [6].

Kualitas layanan elektronik (e-service quality) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna e-wallet. Kualitas layanan ini mencakup keandalan sistem, kecepatan transaksi, kemudahan akses, serta responsivitas layanan pelanggan dalam menangani keluhan pengguna [7]. Layanan yang andal dan minim gangguan teknis akan menciptakan pengalaman positif bagi pengguna, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi juga menjadi faktor penting, terutama bagi pengguna dengan tingkat literasi digital yang beragam [8].

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem e-wallet. Karena e-wallet berkaitan langsung dengan transaksi keuangan dan penyimpanan data pribadi, tingkat keamanan sistem menjadi perhatian utama bagi pengguna. Pengguna cenderung merasa puas dan bersedia menggunakan layanan secara berkelanjutan apabila mereka memiliki kepercayaan tinggi terhadap keamanan data dan transaksi yang disediakan oleh layanan e-wallet [9]. Oleh karena itu, kepercayaan sering kali dipandang sebagai faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan.

Selain faktor-faktor teknis, promosi dan program loyalitas juga berperan dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna e-wallet. Program promosi seperti cashback, diskon, dan voucher sering digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan frekuensi penggunaan layanan [10]. Meskipun promosi tidak selalu membentuk loyalitas jangka panjang secara langsung, promosi yang konsisten dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong penggunaan ulang layanan e-wallet.

Loyalitas pengguna merupakan hasil jangka panjang dari kepuasan yang berkelanjutan. Loyalitas tidak hanya tercermin dari penggunaan ulang layanan, tetapi juga dari kesediaan pengguna untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain serta resistensi terhadap tawaran layanan pesaing [11]. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna sering kali berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor-faktor pendorong dengan loyalitas pengguna [12]. Dengan kata lain, faktor-faktor seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan akan membentuk loyalitas melalui peningkatan kepuasan pengguna.

Penelitian terdahulu terkait e-wallet di Indonesia umumnya menggunakan pendekatan empiris dengan objek dan variabel yang beragam. Beberapa penelitian menekankan pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna, sementara penelitian lainnya menyoroti peran promosi dan citra merek [13]. Namun demikian, kajian yang secara khusus mengintegrasikan dan membandingkan temuan-temuan penelitian terkait ShopeePay melalui pendekatan tinjauan pustaka masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu diisi untuk memperoleh pemahaman konseptual yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia melalui pendekatan tinjauan pustaka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian sistem pembayaran digital serta menjadi referensi praktis bagi penyedia layanan e-wallet dalam merancang strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas pengguna di tengah persaingan industri yang semakin ketat [14], [15].

penelitian ini diharapkan mampu mengisi celah penelitian (research gap) dengan menyajikan sintesis konseptual mengenai kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian sistem pembayaran digital serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang bersifat empiris. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan e-wallet dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan tinjauan pustaka (literature review) dengan tujuan untuk mengkaji, menganalisis, dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia. Metode tinjauan pustaka dipilih karena mampu memberikan gambaran konseptual yang komprehensif terhadap suatu topik penelitian berdasarkan temuan empiris yang telah ada, tanpa melakukan pengumpulan data primer secara langsung. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola hubungan antar variabel yang sering digunakan dalam penelitian e-wallet [16].

### 2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian disusun secara sistematis untuk menggambarkan urutan proses penelitian dari awal hingga diperolehnya hasil kajian. Adapun tahapan penelitian dalam studi ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Struktur Penelitian**

a. Identifikasi Masalah dan Penentuan Tujuan Penelitian

Tahap awal penelitian dimulai dengan mengidentifikasi fenomena meningkatnya penggunaan e-wallet di Indonesia, khususnya ShopeePay, serta pentingnya kepuasan dan loyalitas pengguna dalam menjaga keberlanjutan layanan. Berdasarkan fenomena tersebut, ditetapkan tujuan penelitian yaitu menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia.

b. Penentuan Topik dan Kata Kunci Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menentukan topik utama penelitian serta kata kunci yang relevan, seperti ShopeePay, e-wallet, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna. Kata kunci ini digunakan sebagai dasar dalam proses pencarian literatur ilmiah.

c. Pengumpulan Literatur

Literatur dikumpulkan dari jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik penelitian melalui basis data ilmiah seperti Google Scholar dan portal jurnal nasional terakreditasi. Literatur yang digunakan dibatasi pada publikasi dalam rentang tahun 2021–2025 untuk memastikan keterbaruan dan relevansi penelitian.

d. Seleksi dan Penyaringan Literatur

Literatur yang telah dikumpulkan kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi artikel yang membahas kepuasan dan loyalitas pengguna e-wallet, khususnya ShopeePay, serta memiliki metodologi yang jelas. Artikel yang tidak relevan, bersifat duplikat, atau tidak sesuai dengan fokus penelitian dieliminasi pada tahap ini.

e. Analisis Literatur

Artikel terpilih dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi variabel-variabel utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, seperti kualitas layanan elektronik, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan promosi. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian antar studi untuk menemukan pola hubungan yang dominan.

f. Sintesis dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir penelitian adalah sintesis hasil kajian pustaka. Pada tahap ini, temuan-temuan dari berbagai penelitian diintegrasikan untuk membentuk pemahaman konseptual yang utuh mengenai faktor-faktor pendorong kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay. Hasil sintesis ini menjadi dasar dalam pembahasan dan penarikan kesimpulan penelitian.

## 2.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif berbasis tinjauan pustaka. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji dan menginterpretasikan temuan-temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay secara sistematis dan mendalam [6]. Analisis deskriptif-kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis secara statistik, melainkan untuk membangun pemahaman konseptual mengenai pola hubungan antar variabel berdasarkan hasil penelitian yang telah ada [7].

Setelah itu, dilakukan analisis perbandingan (comparative analysis) antar hasil penelitian untuk menemukan pola hubungan yang paling dominan dan konsisten. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay [4]. Hasil analisis kemudian disintesis untuk membangun kerangka konseptual penelitian yang menggambarkan hubungan antara faktor-faktor pendorong dengan kepuasan dan loyalitas pengguna [1].

## 2.3 Penyajian Data dan Visualisasi Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman pembaca terhadap proses penelitian, data dan tahapan penelitian disajikan dalam bentuk tabel dan gambar. Tabel digunakan untuk merangkum tahapan penelitian secara ringkas, sedangkan gambar digunakan untuk menggambarkan alur tahapan penelitian secara visual.

**Tabel 1.** Tahapan Penelitian

| No | Tahapan Penelitian    | Uraian Kegiatan                             |
|----|-----------------------|---------------------------------------------|
| 1  | Identifikasi Masalah  | Menentukan fokus dan tujuan penelitian      |
| 2  | Pengumpulan Literatur | Mengumpulkan jurnal relevan tahun 2021–2025 |
| 3  | Seleksi Literatur     | Menyaring artikel berdasarkan kriteria      |
| 4  | Analisis Literatur    | Mengidentifikasi variabel dan pola hubungan |
| 5  | Sintesis Hasil        | Menyusun kerangka konseptual penelitian     |

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menyajikan temuan utama dari proses tinjauan pustaka yang telah dilakukan serta pembahasan secara mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia. Hasil penelitian diperoleh melalui analisis sistematis terhadap berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan dan diterbitkan dalam rentang tahun 2021 hingga 2025. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan berbagai temuan empiris sehingga menghasilkan pemahaman konseptual yang komprehensif mengenai perilaku pengguna e-wallet, khususnya ShopeePay.

### 3.1 Gambaran Umum Hasil Tinjauan Pustaka

Berdasarkan hasil seleksi literatur yang dilakukan pada tahap metodologi penelitian, diperoleh sejumlah artikel yang membahas hubungan antara kualitas layanan elektronik, kemudahan penggunaan, kepercayaan, promosi, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna e-wallet. Sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sementara beberapa penelitian lainnya menggunakan pendekatan campuran atau kualitatif. Meskipun pendekatan yang digunakan beragam, temuan penelitian menunjukkan pola hubungan yang relatif konsisten antar variabel.

Hasil tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kepuasan pengguna merupakan variabel sentral yang sering digunakan dalam penelitian e-wallet. Kepuasan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis seperti kualitas sistem dan kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti kepercayaan dan persepsi nilai yang dirasakan pengguna. Dalam konteks ShopeePay, kepuasan pengguna memiliki peran strategis karena layanan ini terintegrasi langsung dengan aktivitas belanja daring yang dilakukan secara rutin oleh pengguna.

Selain itu, loyalitas pengguna muncul sebagai variabel dependen utama dalam sebagian besar penelitian yang dikaji. Loyalitas pengguna e-wallet umumnya diukur melalui niat penggunaan ulang, preferensi

terhadap satu layanan tertentu, serta kecenderungan pengguna untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa loyalitas pengguna tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari pengalaman penggunaan yang positif dan kepuasan yang berkelanjutan.

### 3.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai hasil tinjauan pustaka, ringkasan penelitian terdahulu disajikan dalam bentuk tabel. Tabel ini memuat informasi mengenai penulis, tahun publikasi, objek penelitian, variabel utama, serta hasil penelitian yang relevan dengan topik kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay.

**Tabel 2.** Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Penulis & Tahun          | Objek Penelitian   | Variabel Utama                          | Hasil Penelitian                                                     |
|----|--------------------------|--------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1  | Valencia & Layman (2021) | ShopeePay          | Kualitas layanan, kepuasan, loyalitas   | Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas |
| 2  | Rahman & Hidayat (2022)  | E-wallet Indonesia | Kepercayaan, kepuasan, loyalitas        | Kepercayaan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna             |
| 3  | Samara & Susanti (2023)  | E-wallet           | Kemudahan penggunaan, kepuasan          | Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan        |
| 4  | Dharta et al. (2024)     | ShopeePay          | E-service quality, kepuasan, niat ulang | Kepuasan meningkatkan niat penggunaan ulang                          |
| 5  | Pramudita et al. (2025)  | ShopeePay Gen Z    | Kemudahan, kepuasan, loyalitas          | Kepuasan memediasi pengaruh kemudahan terhadap loyalitas             |

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna secara konsisten berperan sebagai variabel mediasi antara faktor-faktor pendorong dengan loyalitas pengguna ShopeePay. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan loyalitas pengguna perlu diawali dengan peningkatan kepuasan pengguna secara menyeluruh.

### 3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan elektronik merupakan faktor utama yang paling sering dibahas dalam penelitian terkait e-wallet. Kualitas layanan elektronik mencakup keandalan sistem, kecepatan transaksi, keamanan, kemudahan akses, serta responsivitas layanan pelanggan. Hasil tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna ShopeePay.

Dalam konteks ShopeePay, keandalan sistem menjadi aspek yang sangat penting karena pengguna mengandalkan layanan ini untuk melakukan transaksi sehari-hari. Gangguan sistem atau keterlambatan transaksi dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna dan memengaruhi persepsi negatif terhadap layanan. Sebaliknya, sistem yang stabil dan cepat akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi dan memperkuat kepuasan mereka.

Responsivitas layanan pelanggan juga menjadi indikator penting dalam kualitas layanan elektronik. Penanganan keluhan yang cepat dan solutif akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengguna yang merasa keluhannya ditangani dengan baik cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pengguna yang tidak mendapatkan respons yang memadai.

### 3.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Kemudahan penggunaan (ease of use) merupakan faktor penting dalam adopsi dan penggunaan berkelanjutan layanan e-wallet. Kemudahan penggunaan mencakup desain antarmuka yang sederhana, navigasi yang mudah dipahami, serta kejelasan informasi yang disajikan dalam aplikasi. Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna ShopeePay.

Dalam masyarakat dengan tingkat literasi digital yang beragam seperti Indonesia, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor krusial. Aplikasi yang kompleks dan sulit dipahami berpotensi menurunkan kepuasan pengguna, terutama bagi pengguna baru. Sebaliknya, aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan kenyamanan dan mendorong penggunaan ulang layanan ShopeePay.

### 3.5 Peran Kepercayaan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna

Kepercayaan merupakan faktor psikologis yang sangat penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Kepercayaan pengguna terhadap ShopeePay berkaitan dengan persepsi keamanan data pribadi, keamanan transaksi, serta reputasi penyedia layanan. Hasil tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pengguna.

Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap keamanan sistem ShopeePay cenderung merasa lebih nyaman dan puas dalam menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan ini dibangun melalui transparansi informasi, penerapan teknologi keamanan, serta konsistensi layanan yang diberikan oleh penyedia e-wallet.

### 3.6 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna

Promosi merupakan strategi pemasaran yang sering digunakan oleh penyedia e-wallet untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Program promosi seperti cashback, diskon, dan voucher memberikan manfaat ekonomi langsung bagi pengguna. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, terutama dalam jangka pendek.

Namun demikian, promosi tidak selalu menjadi faktor utama pembentuk loyalitas jangka panjang. Loyalitas pengguna lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan dan pengalaman penggunaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, promosi perlu didukung oleh kualitas layanan yang baik agar dapat menghasilkan loyalitas pengguna yang berkelanjutan.

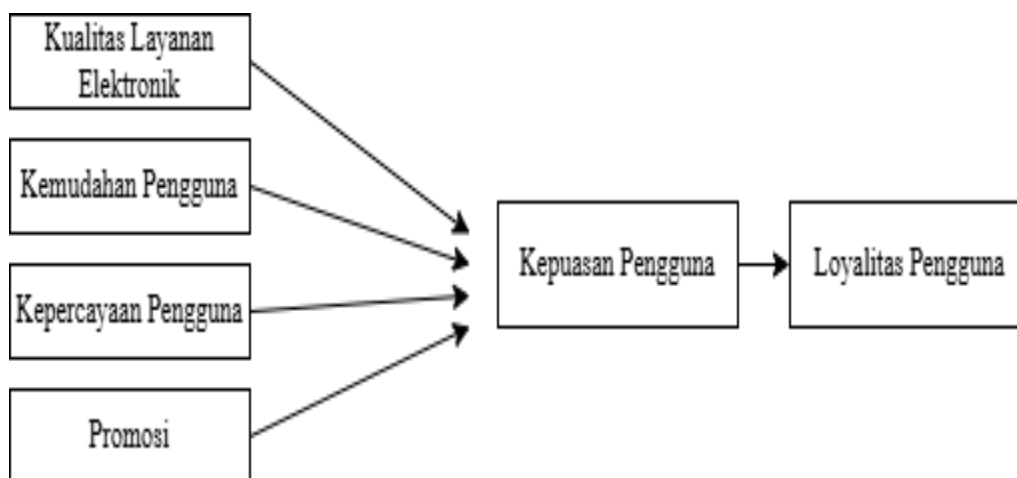
### 3.7 Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay

Hasil sintesis penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki peran sentral dalam membentuk loyalitas pengguna ShopeePay. Kepuasan pengguna berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor-faktor pendorong seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan promosi dengan loyalitas pengguna.

Pengguna yang puas cenderung memiliki niat penggunaan ulang yang tinggi, tidak mudah berpindah ke layanan pesaing, serta bersedia merekomendasikan ShopeePay kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pengguna merupakan strategi yang efektif untuk membangun loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

### 3.8 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan, disusun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara faktor-faktor pendorong, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna ShopeePay.



**Gambar 2.** Kerangka Konseptual Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay

Gambar ini merepresentasikan hasil sintesis penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berperan sebagai penghubung utama antara faktor-faktor pendorong dan loyalitas pengguna ShopeePay.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil tinjauan pustaka dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor utama yang secara konsisten ditemukan dalam penelitian terdahulu meliputi kualitas layanan elektronik, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan pengguna terhadap sistem, serta promosi yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Keempat faktor tersebut memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pengguna secara keseluruhan dalam menggunakan layanan ShopeePay. Kualitas layanan elektronik merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pengguna. Sistem yang andal, transaksi yang cepat, serta responsivitas layanan pelanggan mampu memberikan pengalaman positif bagi pengguna dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi juga menjadi faktor penting, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi digital yang beragam. Aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi serta mendorong penggunaan layanan secara berkelanjutan. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem dan perlindungan data pribadi juga berperan krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna ShopeePay. Pengguna cenderung merasa lebih aman dan nyaman menggunakan layanan e-wallet apabila mereka memiliki kepercayaan tinggi terhadap sistem keamanan yang diterapkan. Kepercayaan ini tidak hanya berdampak langsung pada kepuasan pengguna, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan e-wallet. Promosi, seperti program cashback dan diskon, berfungsi sebagai faktor pendukung yang mampu meningkatkan intensitas penggunaan ShopeePay, khususnya dalam jangka pendek. Meskipun promosi tidak selalu menjadi faktor utama pembentuk loyalitas jangka panjang, strategi promosi yang tepat dan berkelanjutan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat persepsi nilai yang dirasakan. Oleh karena itu, promosi perlu diimbangi dengan kualitas layanan yang baik agar mampu menghasilkan loyalitas pengguna yang berkelanjutan. Hasil kajian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor-faktor pendorong dengan loyalitas pengguna ShopeePay. Pengguna yang merasa puas cenderung memiliki niat penggunaan ulang yang tinggi, bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain, serta tidak mudah berpindah ke layanan pesaing. Dengan demikian, upaya peningkatan loyalitas pengguna perlu difokuskan pada peningkatan kepuasan pengguna secara menyeluruh. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya kajian mengenai sistem pembayaran digital, khususnya terkait e-wallet ShopeePay di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan e-wallet dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan, kepercayaan pengguna, dan kepuasan pengguna guna membangun loyalitas jangka panjang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengujian empiris terhadap model konseptual yang dihasilkan agar dapat memperkuat temuan dan memberikan bukti kuantitatif yang lebih mendalam.

#### REFERENCES

- [1] D. V. Valencia and C. V. Layman, "E-wallet service innovation, service delivery, and customer satisfaction on loyalty within ShopeePay in Indonesia," *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 13, no. 1, pp. 23–46, 2021.
- [2] L. Zhang and M. Li, "Factors influencing customer satisfaction and loyalty in mobile payment systems," *Journal of Information Systems Research*, vol. 12, no. 4, pp. 289–301, 2021.
- [3] A. Rahman and S. Hidayat, "Digital wallet adoption and customer loyalty in emerging markets," *Journal of Financial Technology*, vol. 4, no. 1, pp. 55–68, 2022.
- [4] N. P. K. Dewi and A. H. Ramli, "E-service quality and e-trust on e-customer loyalty from e-wallet usage," *Journal of Business and Management Research*, vol. 4, no. 2, pp. 98–110, 2023.
- [5] A. Samara and M. Susanti, "Pengaruh kemudahan penggunaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan e-wallet," *Jurnal Riset Akuntansi*, vol. 5, no. 1, pp. 77–88, 2023.
- [6] Y. Pramono, M. A. Bramantyo, M. Syukur, W. S. Dewabroto, and W. Gunadi, "The influence of brand image, trust, and e-service quality on customer satisfaction and loyalty in e-wallet usage," *International Journal of Accounting and Business Society*, vol. 31, no. 2, pp. 45–61, 2023.
- [7] Selvia and R. H. Nugroho, "Pengaruh brand image, brand trust, dan brand satisfaction terhadap brand loyalty pada e-wallet," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, vol. 6, no. 5, pp. 2640–2652, 2024.
- [8] F. Y. Dharta, A. Risdwiyanto, I. H. Putra, E. Y. Utami, and R. Ambarwati, "Analysis of e-customer satisfaction and repurchase intention through ShopeePay," *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 6, no. 2, pp. 112–121, 2024.

- [9] H. Julia, A. Sauer, and D. P. B. Sakti, “The effect of customer trust and e-service quality on e-wallet reuse intention mediated by customer satisfaction,” *Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, vol. 7, no. 6, pp. 3752–3762, 2024.
- [10] “Customer satisfaction towards e-wallet services,” *International Journal of Organizational Research*, vol. 16, no. 3, pp. 201–210, 2023.
- [11] “A study of satisfaction and loyalty for continuance intention of mobile wallet,” *Journal of Financial Technology*, vol. 5, no. 1, pp. 33–47, 2023.
- [12] M. Marasabessy, A. S. Supriyanto, V. M. Ekowati, and K. Meylianingrum, “Determinants of sustainable interest to use e-wallet: The mediating role of customer satisfaction,” *Jurnal Administrasi Bisnis dan Manajemen*, vol. 9, no. 1, pp. 15–27, 2025.
- [13] N. A. Ningrum and Y. Yudistria, “Pengaruh pengalaman dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna e-wallet,” *MAMEN: Jurnal Manajemen*, vol. 2, no. 1, pp. 55–66, 2025.
- [14] S. Pramudita, H. Hartelina, and S. Hersona, “Model e-customer loyalty pada generasi Z pengguna ShopeePay,” *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 14, no. 1, pp. 89–101, 2025.
- [15] M. Y. Indriawan and F. Arifin, “Analisis faktor penentu loyalitas pengguna ShopeePay pada generasi muda,” *Jurnal Kajian Ilmiah*, vol. 23, no. 2, pp. 134–145, 2025.
- [16] S. Lutfiana, R. Widawati, R. D. Indriani, A. S. Septiyaningsih, and L. N. Wani, “Analisis pengaruh kualitas layanan e-wallet terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan,” *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, vol. 4, no. 1, pp. 1–12, 2025.
- [17] “The effect of mobile-wallet service dimensions on customer satisfaction and loyalty,” *Journal of Financial Services Marketing*, vol. 28, no. 2, pp. 145–158, 2023.