

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi DANA di Kabupaten Banyumas. Latar belakang penelitian ini didorong oleh maraknya fenomena kebocoran data pribadi dan hilangnya saldo pengguna akibat serangan siber berupa tautan palsu (*phishing*). Di tengah pesatnya perkembangan teknologi *e-wallet*, isu keamanan ini menjadi krusial karena berpotensi menggeser sudut pandang dan pertimbangan konsumen dalam memilih serta mempertahankan penggunaan aplikasi finansial digital.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 110 responden di wilayah Kabupaten Banyumas yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria spesifik selaku pengguna aplikasi DANA yang mengetahui atau terpacar isu serangan *phishing*. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas), serta analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,187). Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Selain itu, uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,865 ($> 0,05$), serta dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas dengan nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 untuk semua variabel independen.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji parsial (uji t), ditemukan bahwa variabel Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dalam kondisi krisis kebocoran data. Sebaliknya, variabel Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ($p < 0,05$). Sementara itu, variabel Keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,148, sekaligus menjadi faktor paling dominan yang mempertahankan keputusan konsumen di Kabupaten Banyumas untuk tetap menggunakan aplikasi DANA.

Secara simultan (bersama-sama), hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 53,432 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti Citra Merek, Kepercayaan, dan Keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Nilai *Adjusted R Square* (Koefisien Determinasi) yang diperoleh sebesar 0,855. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi keputusan penggunaan aplikasi DANA sebesar 85,5%, sedangkan sisanya sebesar 14,5% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan, Keamanan, Keputusan Penggunaan, E-Wallet, DANA

SUMMARY

This study aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Trust, and Security on the Decision to Use the DANA application in Banyumas Regency. The background of this research is driven by the rampant phenomenon of personal data breaches and the loss of user balances due to cyberattacks via fake links (phishing). Amidst the rapid development of e-wallet technology, this security issue becomes crucial as it has the potential to shift consumer perspectives and considerations in choosing and maintaining the use of digital financial applications.

This study aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Trust, and Security on the Decision to Use the DANA application in Banyumas Regency. The background of this research is driven by the rampant phenomenon of personal data breaches and the loss of user balances due to cyberattacks via fake links (phishing). Amidst the rapid development of e-wallet technology, this security issue becomes crucial as it has the potential to shift consumer perspectives and considerations in choosing and maintaining the use of digital financial applications.

The instrument testing results show that all statement items for the variables are declared valid because they have an r calculated $> r$ table value of 0.187. The reliability test also indicates that all variables have a Cronbach's Alpha value above 0.70, hence the instrument is declared reliable. Additionally, the classical assumption test shows that the data is normally distributed based on the Kolmogorov-Smirnov test with an Asymp. Sig. (2-tailed) value of 0.865 (> 0.05), and is declared free from multicollinearity symptoms with a Tolerance value > 0.10 and VIF < 10 for all independent variables.

Based on the results of regression analysis and partial testing (t-test), it was found that the Brand Image variable does not have a significant effect on usage decisions under the conditions of a data breach crisis. Conversely, the Trust variable is proven to have a positive and significant effect on usage decisions ($p < 0.05$). Meanwhile, the Security variable also has a positive and significant effect ($p < 0.05$) with a regression coefficient value of 0.148, which simultaneously becomes the most dominant factor maintaining consumers' decisions in Banyumas Regency to keep using the DANA application.

Simultaneously, the F-test results show an F calculated value of 53.432 with a significance level of 0.000 (< 0.05), which means that Brand Image, Trust, and Security collectively have a significant effect on the Decision to Use. The Adjusted R Square (Coefficient of Determination) value obtained is 0.855. This indicates that the combination of these three independent variables is able to explain 85.5% of the variance in the decision to use the DANA application, while the remaining 14.5% is explained by other variables or factors outside this research model.

Keywords: Brand Image, Trust, Security, Decision to Use, E-Wallet, DANA