



PENGARUH E-TRUST DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW PADA MINAT PEMAKAIAN PLATFORM PEMBAYARAN FLIP DI BANDAR LAMPUNG

The Influence of E-Trust and Online Customer Reviews on the Intention to Use The Flip Digital Payment Platform in Bandar Lampung

Dzakiansyah Ridho Sanggeriho¹, Driya Wiryawan², Dwi Asri Siti A³

^{1,2,3}Universitas Lampung

Email: dzakiansyah13@gmail.com

Abstract

The development of digital technology has driven the increasing use of financial technology (fintech) services in various public financial transaction activities. One of the developing fintech platforms in Indonesia is Flip, which offers interbank transfer services without administrative fees. The problem in this study is whether E-Trust affects the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung and whether Online Customer Reviews affect the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung. The purpose of this study is to determine the role of E-Trust on the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung and to determine the role of Online Customer Reviews on the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung. This study utilized a quantitative method with a purposive sampling technique. Data were obtained through the distribution of questionnaires to 100 Flip application users in Bandar Lampung. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the assistance of the SPSS program. The results showed that E-Trust had a positive and significant effect on the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung. Online Customer Reviews simultaneously had a positive and significant effect on the interest in using the Flip payment platform in Bandar Lampung. This proves to be effective in increasing public interest in using the Flip payment platform.

Keywords: E-Trust, Online Customer Review, Intention to Use, Flip, Fintech.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya penggunaan layanan financial technology (fintech) dalam berbagai aktivitas transaksi keuangan masyarakat. Salah satu platform fintech yang berkembang di Indonesia adalah Flip, yang menawarkan layanan transfer antarbank tanpa biaya administrasi. Masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengaruh E-Trust terhadap minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung dan Apakah pengaruh Online Customer Review terhadap minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran E-Trust pada minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung dan untuk mengetahui peran Online Customer Review pada minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 100 pengguna aplikasi Flip di Bandar Lampung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung. Online Customer Review secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian platform pembayaran Flip di Bandar Lampung. Hal ini terbukti efektif meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan platform pembayaran Flip.

Kata Kunci: *E-Trust, Online Customer Review, Minat Pemakaian, Flip, Fintech.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam berinteraksi dan bertransaksi keuangan. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas layanan berbasis internet mendorong masyarakat beralih ke platform digital. Berdasarkan data APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai lebih dari 221 juta jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi digital, khususnya sektor Financial Technology (Fintech).

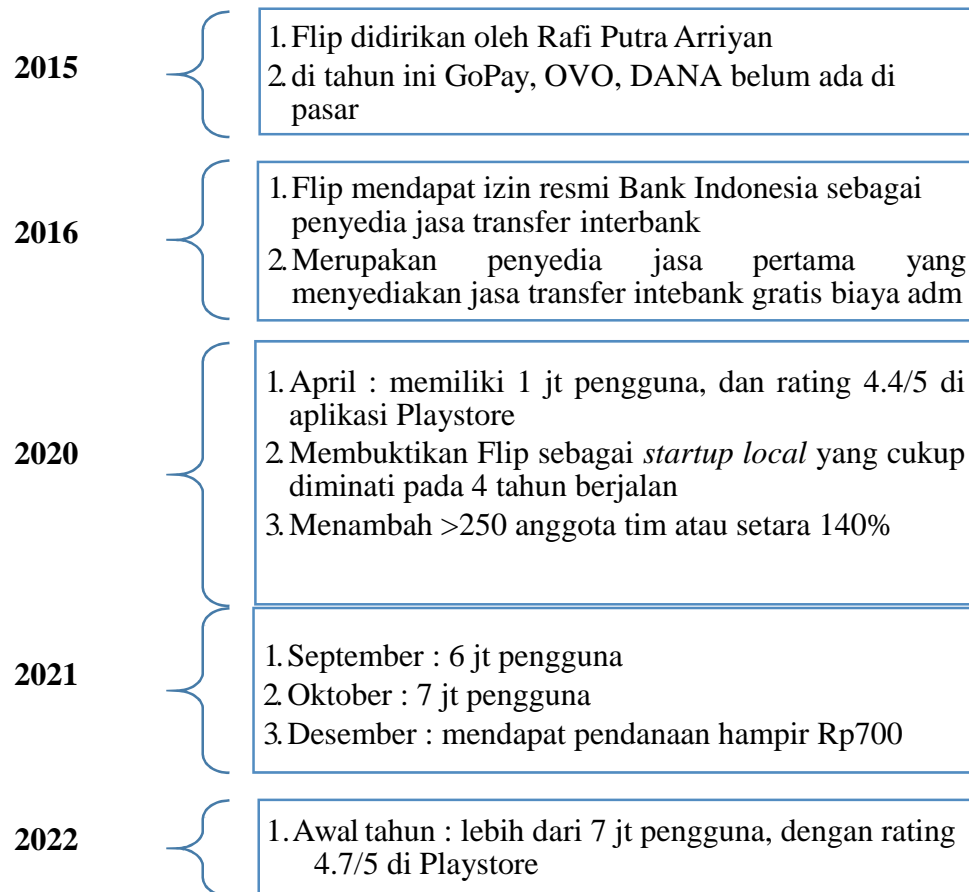
Pada sektor keuangan, perkembangan teknologi mendorong peningkatan penggunaan layanan digital untuk pembayaran, transfer dana, investasi, dan pinjaman online. Menurut Bank Indonesia, nilai transaksi digital banking pada tahun 2023 mencapai lebih dari Rp60.000 triliun, menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital.

Fintech merupakan inovasi yang mengintegrasikan teknologi dan layanan keuangan sehingga mampu menggantikan sebagian proses keuangan konvensional (Arner, 2015). Salah satu fintech lokal yang berkembang pesat adalah Flip, yang didirikan pada tahun 2015 dan menyediakan layanan transfer antarbank tanpa biaya administrasi. Flip telah memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia sebagai Penyelenggara Transfer Dana, sehingga legalitas dan keamanannya terjamin.

Perkembangan fintech juga didukung oleh meningkatnya literasi keuangan digital masyarakat. Literasi keuangan digital membantu masyarakat memahami manfaat, risiko, serta penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi secara optimal (Ciptawaty et al., 2023). Semakin tinggi tingkat literasi digital, semakin besar pula peluang masyarakat untuk menerima dan menggunakan layanan fintech seperti Flip.

Selain transfer antarbank gratis, Flip menyediakan berbagai layanan lain seperti top-up dompet digital, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, dan transfer internasional. Kemudahan penggunaan, tampilan aplikasi yang sederhana, serta tingkat keamanan yang baik menjadikan Flip semakin diminati, khususnya oleh generasi muda dan pengguna digital aktif.

Pertumbuhan Flip juga terlihat dari peningkatan jumlah pengguna dan pengembangan bisnis yang signifikan. Pada tahun 2021, Flip telah memiliki lebih dari enam juta pengguna aktif dan berhasil memperoleh pendanaan hampir Rp700 miliar, yang menunjukkan perkembangan perusahaan yang semakin pesat (Setyowati, 2021).



Gambar 1 Perkembangan Aplikasi Flip

Sumber : Flip.id.com

Kemudahan transaksi antarbank tanpa biaya administrasi menjadi salah satu keunggulan utama Flip yang dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi. Flip menyediakan fitur transfer antarbank gratis, proses yang sederhana, serta kemudahan berbagi bukti transaksi secara digital. Berbagai kemudahan tersebut mendorong pengguna untuk memilih Flip sebagai alternatif layanan transfer dana.

Selain kemudahan layanan, minat penggunaan Flip juga dipengaruhi oleh E-Trust (Kepercayaan Elektronik). E-Trust merupakan tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan integritas platform digital dalam melakukan transaksi. Menurut McKnight et al. (2002), kepercayaan elektronik dibentuk oleh tiga dimensi utama, yaitu integrity, benevolence, dan competence. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Flip menawarkan berbagai layanan seperti transfer antarbank gratis, transfer internasional, top up dompet digital, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan. Dukungan layanan selama 24 jam serta biaya transaksi yang rendah menjadi nilai tambah yang memperkuat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi ini.

Selain E-Trust, Online Customer Review (OCR) juga berperan penting dalam membentuk minat penggunaan. Ulasan pelanggan memberikan informasi mengenai pengalaman pengguna sebelumnya sehingga membantu calon pengguna menilai kualitas, manfaat, keamanan, dan kenyamanan layanan. Dalam konteks Flip, ulasan pada Google Play Store dan App Store menjadi sumber referensi yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi.

Online Customer Review terdiri dari tiga aspek utama, yaitu perceived usefulness, perceived enjoyment, dan perceived control. Ketiga aspek tersebut membantu pengguna memperoleh informasi, meningkatkan keyakinan terhadap layanan, serta memberikan gambaran mengenai kendali dan keamanan selama proses transaksi. Oleh karena itu, ulasan pelanggan berpotensi meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi Flip.

Tabel 1 Daftar Aplikasi Fintech di Indonesia

No	Nama	Rating Play Store	Rating App Store	Rata-rata	Jumlah Unduhan
1	Flip	4,7 / 5	4,8 / 5	4,75	10M+
2	DANA	4,7 / 5	4,8 / 5	4,75	100M+
3	OVO	3,5 / 5	4,0 / 5	3,75	50M+
4	Jenius	3,3 / 5	4,1 / 5	3,70	10M+
5	LinkAja	3,7 / 5	3,7 / 5	3,70	10M+

Sumber: Google Play Store dan App Store, 2026

Berdasarkan Tabel Daftar Aplikasi Fintech di Indonesia, Flip memiliki rating yang tinggi dan setara dengan DANA, meskipun jumlah unduhannya masih lebih rendah. Keunggulan Flip terletak pada layanan transfer antarbank tanpa batas minimum nominal dan tanpa batas jumlah transaksi bulanan. Sistem kode unik yang digunakan juga berfungsi untuk memverifikasi transaksi sehingga meningkatkan keamanan dan efisiensi layanan.

Penelitian ini menggunakan variabel E-Trust dan Online Customer Review untuk menganalisis pengaruhnya terhadap minat penggunaan aplikasi Flip. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Flip di Kota Bandar Lampung, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas data penelitian.

Hipotesis penelitian menyatakan bahwa E-Trust dan Online Customer Review berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Flip. Kota Bandar Lampung dipilih karena memiliki tingkat adopsi layanan digital yang cukup tinggi, khususnya di kalangan generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan Flip.

Penelitian mengenai E-Trust dan Online Customer Review telah banyak dilakukan pada e-commerce maupun dompet digital seperti OVO, GoPay, dan DANA. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat penggunaan Flip masih terbatas, terutama pada konteks Kota Bandar

Lampung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan penelitian tersebut.

Tinjau Pustaka

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan guna mencapai tujuan organisasi serta memperoleh keuntungan. Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Kotler (2016), pemasaran mencakup proses penciptaan nilai dan pengelolaan hubungan pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan maupun pemangku kepentingan. Perkembangan layanan keuangan digital juga membutuhkan dukungan literasi keuangan digital yang memadai. Literasi ini membantu masyarakat memahami manfaat, risiko, keamanan, dan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi. Menurut Ciptawaty dkk. (2023), literasi keuangan digital mendorong masyarakat untuk lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi keuangan sehingga meningkatkan penerimaan terhadap layanan fintech seperti Flip.

Teori E-Trust

E-Trust adalah keyakinan pengguna bahwa suatu platform digital dapat dipercaya dan diandalkan dalam melakukan transaksi online. Dalam layanan fintech, kepercayaan sangat penting karena pengguna menyerahkan data pribadi dan dana melalui sistem digital.

Menurut Gefen (2000), kepercayaan mampu mengurangi persepsi risiko dalam transaksi online. McKnight, Choudhury, dan Kacmar (2002) mengemukakan tiga dimensi utama E-Trust, yaitu:

1. **Integrity:** keyakinan bahwa platform bersikap jujur, konsisten, dan transparan.
2. **Benevolence:** keyakinan bahwa platform memperhatikan kepentingan pengguna.
3. **Competence:** kemampuan platform memberikan layanan yang aman, cepat, dan andal.

Pavlou (2003) menyatakan bahwa kepercayaan menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan layanan digital karena berfungsi sebagai penghubung antara risiko dan keputusan penggunaan.

Teori Online Customer Review

Online Customer Review (OCR) adalah ulasan yang diberikan pengguna berdasarkan pengalaman mereka terhadap suatu produk atau layanan. Menurut Mo et al. (2015), OCR membantu calon pengguna memperoleh informasi mengenai kualitas layanan melalui pengalaman pengguna lain. Sementara itu, Almana dan Mirza (2013) menjelaskan bahwa OCR menjadi sarana komunikasi antar pengguna yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan penggunaan.

Dalam penelitian ini, OCR diukur melalui tiga aspek:

1. **Perceived Usefulness,** yaitu manfaat informasi yang diberikan ulasan.
2. **Perceived Enjoyment,** yaitu kenyamanan dan pengalaman positif saat membaca ulasan.

3. Perceived Control, yaitu persepsi pengguna mengenai keamanan dan kemudahan mengendalikan transaksi.

OCR berperan sebagai *social proof* yang dapat meningkatkan keyakinan calon pengguna terhadap keamanan, kecepatan, dan keandalan aplikasi Flip.

Teori Minat Pemakaian

Minat pemakaian merupakan keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau layanan di masa mendatang. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), minat penggunaan dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan, semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa E-Trust dan Online Customer Review memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan maupun keputusan pembelian pada layanan digital. Namun, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat penggunaan aplikasi Flip di Bandar Lampung masih terbatas.

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Kaitan dengan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nur Afifah & Yulida (2017)	Menunjukkan OCR berpengaruh terhadap niat beli sehingga relevan dengan minat penggunaan Flip.	Product Knowledge, OCR, dan Perceived Enjoyment berpengaruh signifikan terhadap niat beli.
2	Purnamasari & Mitafitrotin (2020)	OCR menjadi faktor yang memengaruhi purchase intention pada marketplace.	Perceived Price, Product Design, dan OCR berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention.
3	Picaully (2018)	Menjelaskan pentingnya kepercayaan dalam penggunaan layanan digital.	Kepercayaan pelanggan memengaruhi niat pembelian di Shopee.
4	Harahap dkk. (2023)	Meneliti E-Trust pada aplikasi Flip.	E-Trust menjadi faktor dominan yang meningkatkan loyalitas pengguna Flip.
5	Sulistio & Bastaman (2023)	Menguji E-Trust pada aplikasi keuangan digital.	E-Trust, E-Service Quality, dan E-WOM berpengaruh terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction.

No	Peneliti	Kaitan dengan Penelitian	Hasil Penelitian
6	Kumbara dkk. (2023)	Membahas E-Trust pada dompet digital DANA.	E-Trust dan E-Service Quality meningkatkan loyalitas pengguna melalui E-Satisfaction.

Kerangka Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian. Penelitian ini menganalisis pengaruh E-Trust dan Online Customer Review terhadap Minat Pemakaian Platform Pembayaran Flip di Bandar Lampung.

Tabel 3 Kerangka Konseptual

Variabel Independen	Variabel Dependen
E-Trust (X1)	Minat Pemakaian Flip (Y)
Online Customer Review (X2)	Minat Pemakaian Flip (Y)

Hipotesis:

1. H1: E-Trust berpengaruh terhadap Minat Pemakaian Flip.
2. H2: Online Customer Review berpengaruh terhadap Minat Pemakaian Flip.
3. H3: E-Trust dan Online Customer Review secara simultan berpengaruh terhadap Minat Pemakaian Flip.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data kuantitatif dipilih karena dapat diukur dan dianalisis dalam bentuk angka untuk menjelaskan fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2015; Syahril, 2019).

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai tujuan penelitian (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi Flip.

2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel meliputi masyarakat Kota Bandar Lampung yang pernah menggunakan aplikasi Flip minimal satu kali.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, karena sesuai untuk populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Rumus ini mempertimbangkan tingkat kepercayaan, proporsi populasi, dan margin of error sehingga menghasilkan ukuran sampel yang lebih representatif.

Kriteria yang digunakan penulis untuk menentukan sampel yaitu:

1. Masyarakat Kota Bandar Lampung
2. Berusia 18 sampai >30 tahun
3. Pernah menggunakan aplikasi Flip minimal satu kali.

Karena jumlah Masyarakat Kota Bandar Lampung yang menggunakan Aplikasi Flip tidak diketahui, kemudian penulis memutuskan untuk menggunakan ukuran sampel yang dihitung dengan rumus Lemeshow dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, yaitu sebagai berikut:

$$n = (Z^2 \cdot p(1-p)) / d^2$$

$$n = (1,96^2 \times 0,5(1-0,5)) / 0,1^2$$

$$n = 96,04 \text{ orang}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel minimal

Z : skor Z pada kepercayaan 95%

p : maksimal estimasi

d² : deviasi

Pemilihan nilai Z sebesar 1,96 didasarkan pada tingkat kepercayaan 95% sesuai tabel distribusi normal (Z-table). Nilai p = 0,5 dipilih karena proporsi populasi sebenarnya tidak diketahui, sehingga proporsi 0,5 digunakan agar estimasi ukuran sampel menjadi maksimal dan paling aman. Sementara itu, nilai d = 0,1 merupakan margin of error yang umum digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku konsumen. Dengan ketiga parameter tersebut, ukuran sampel minimum yang diperoleh adalah 96 responden.

Metode Analisis Data

Kuesioner ditujukan kepada masyarakat Kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi Flip. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai kemampuan kuesioner dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian menggunakan metode Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (Ghozali, 2018).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha < 0,60, maka instrumen dinilai tidak reliabel (Priyatno, 2014).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen. Analisis dilakukan menggunakan metode statistik guna menguji hubungan antarvariabel yang diteliti.

Metode regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n)$$

Berdasarkan tujuan penelitian, persamaan diatas dapat dimodifikasi menjadi :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Minat Pemakaian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = *E-Trust*

X2 = *Online Customer Review*

ε = Standar Error

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (Sanusi, 2014). Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- Jika nilai signifikansi (p-value) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 5% (Sanusi, 2014). Pengujian dilakukan berdasarkan hasil ANOVA pada output SPSS.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi (p-value) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0–1. Semakin mendekati 1, semakin besar kemampuan variabel independen dalam

menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan model yang semakin terbatas (Sanusi, 2014).

Definisi dan Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert yang menerjemahkan variabel penelitian ke dalam sejumlah pernyataan pada kuesioner (Sugiyono, 2015). Skala yang digunakan terdiri dari lima kategori jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS), yang menunjukkan tingkat persetujuan responden dari nilai terendah hingga tertinggi.

Tabel 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indicator	Ukuran	Skala
<i>E-Trust</i> (X1)	Kepercayaan elektronik adalah keyakinan pengguna bahwa platform Flip aman, jujur, memiliki niat baik, serta mampu memberikan layanan secara tepat dan dapat dipercaya saat bertransaksi online.	<i>Integrity</i> (kejujuran platform)	Persepsi tingkat dan kejujuran dan transparansi Flip	Ordinal
		<i>Benevolence</i> (niat baik platform membantu pengguna)	Persepsi tingkat kepedulian dan dukungan Flip terhadap pengguna	Ordinal
		<i>Competence</i> (kemampuan teknis platform)	Persepsi kemampuan Flip menyelesaikan transaksi dengan aman dan akurat	Ordinal
<i>Online Customer Review</i> (X2)	<i>Online Customer Review</i> adalah ulasan pengguna sebelumnya mengenai Flip	<i>Perceived usefulness</i>	Tingkat persepsi bahwa <i>review</i> membantu memberi	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indicator	Ukuran	Skala
	yang memberikan informasi terkait manfaat, pengalaman penggunaan serta kontrol pengguna terhadap informasi yang disampaikan dalam <i>review</i> .		informasi yang relevan	
		<i>Perceived enjoyment</i>	Tingkat kesenangan atau ketertarikan pengguna saat membaca <i>review</i> Flip	Ordinal
		<i>Perceived Control</i>	Tingkat kemudahan pengguna memahami dan memanfaatkan informasi pada <i>review</i>	Ordinal
Minat Pemakaian (Y)	Minat pemakaian adalah kecenderungan seseorang untuk menggunakan Flip berdasarkan ketertarikan mencari informasi, keinginan mencoba, dan niat menggunakan fitur.	Teknik mencari informasi	Tingkat ketertarikan mencari info fitur Flip	Ordinal
		Mempertimbangkan untuk memakai	Tingkat pertimbangan responden	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indicator	Ukuran	Skala
			untuk memakai fitur Flip	
		Tertarik untuk mencoba	Tingkat ketertarikan mencoba fitur yang ada	Ordinal
		Berniat menggunakan	Tingkat niat responden menggunakan fitur Flip ke depannya	Ordinal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Kuesioner

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh E-Trust dan Online Customer Review terhadap Minat Pemakaian aplikasi Flip di Kota Bandar Lampung. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form kepada masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Flip minimal satu kali. Sebanyak 100 responden berhasil dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
E-Trust	X1.1	0,774	0,196	Valid
	X1.2	0,785	0,196	Valid
	X1.3	0,707	0,196	Valid
Online Customer Review	X2.1	0,726	0,196	Valid
	X2.2	0,805	0,196	Valid
	X2.3	0,826	0,196	Valid
Minat Pemakaian	Y1	0,836	0,196	Valid
	Y2	0,768	0,196	Valid
	Y3	0,730	0,196	Valid
	Y4	0,751	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel di atas, seluruh item memiliki nilai r hitung > r tabel (0,196) sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
E-Trust (X1)	0,623	Reliabel
Online Customer Review (X2)	0,692	Reliabel
Minat Pemakaian (Y)	0,774	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan mampu menghasilkan jawaban yang konsisten.

Karakteristik Responden

Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Mayoritas responden adalah laki-laki (57%).

Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18–23 tahun	40	40%
24–29 tahun	45	45%
>30 tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Sebagian besar responden berusia 24–29 tahun (45%), menunjukkan dominasi kelompok usia produktif pengguna layanan digital.

Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	45	45%
Pegawai/ASN	36	36%
Wirausaha	15	15%
Ibu Rumah Tangga	4	4%

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa (45%), yang menunjukkan tingginya penggunaan Flip di kalangan generasi muda.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	2,624	1,908	-	1,375	0,172
E-Trust	0,556	0,121	0,385	4,659	0,000
Online Customer Review	0,548	0,114	0,398	4,817	0,000

Sumber: Data diolah, 2026

Persamaan regresi:

$$Y = 2,624 + 0,385X_1 + 0,398X_2$$

Hasil ini menunjukkan bahwa E-Trust dan Online Customer Review berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Flip.

Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Tabel 11 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	124,210	2	62,105	32,061	0,000
Residual	187,900	97	1,937		
Total	312,110	99			

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai F hitung 32,061 dengan sig. 0,000 < 0,05, sehingga E-Trust dan Online Customer Review secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pemakaian Flip. Model regresi juga dinyatakan layak digunakan.

2. Uji t

Tabel 12 Hasil Uji t

H	Hubungan Antar Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
H1	E-Trust → Minat Pemakaian	4,659	1,984	0,000	Diterima
H2	Online Customer Review → Minat Pemakaian	4,817	1,984	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa E-Trust dan Online Customer Review masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pemakaian karena memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error
1	0,631	0,398	0,386		1,392

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai R Square sebesar 0,398 menunjukkan bahwa E-Trust dan Online Customer Review mampu menjelaskan 39,8% variasi Minat Pemakaian aplikasi Flip. Sisanya 60,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti promosi, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, fitur aplikasi, dan pengalaman pengguna.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Trust* terhadap Minat Pemakaian Flip

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian Flip. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, integritas, dan kemampuan teknis aplikasi Flip, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Responden merasa bahwa Flip mampu memberikan layanan transaksi yang aman, terpercaya, serta memiliki sistem yang baik dalam memproses transaksi keuangan. Kepercayaan tersebut membuat pengguna merasa nyaman ketika menggunakan layanan Flip sebagai platform pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Regina Picaully (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan digital.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Ciptawaty et al. (2023) yang menekankan pentingnya literasi keuangan digital dalam mendorong pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi. Semakin baik pemahaman masyarakat terhadap layanan keuangan digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dalam menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan terhadap keamanan, keandalan, dan kemampuan Flip dalam memfasilitasi transaksi keuangan turut meningkatkan minat responden untuk menggunakan aplikasi Flip.

Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Pemakaian Flip

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian Flip. Ulasan pengguna dianggap mampu memberikan informasi yang relevan, meningkatkan keyakinan pengguna, serta membantu calon pengguna memahami kualitas layanan aplikasi Flip.

Semakin positif ulasan yang diterima pengguna, maka semakin besar kecenderungan masyarakat untuk menggunakan aplikasi Flip sebagai platform pembayaran digital. *Review* yang baik membuat calon pengguna merasa lebih yakin terhadap keamanan dan kualitas layanan Flip.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Almana dan Mirza (2013) yang menyatakan bahwa *Online Customer Review* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh E-Trust dan Online Customer Review terhadap Minat Pemakaian platform pembayaran Flip di Kota Bandar Lampung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pemakaian Flip.**

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, kredibilitas, dan kualitas layanan Flip, maka semakin besar minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Kepercayaan pengguna tercermin dari keyakinan terhadap keamanan transaksi, transparansi layanan, kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan, serta konsistensi layanan yang diberikan.

2. **Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pemakaian Flip.**

Hal ini mengindikasikan bahwa ulasan positif dari pengguna lain mampu meningkatkan ketertarikan dan keyakinan masyarakat untuk menggunakan aplikasi Flip. Ulasan pelanggan menjadi sumber informasi yang penting mengenai kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman transaksi, sehingga dapat memengaruhi keputusan calon pengguna.

3. **E-Trust dan Online Customer Review secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pemakaian Flip.**

Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna dan ulasan pelanggan online merupakan faktor yang saling mendukung dalam membentuk persepsi positif terhadap aplikasi Flip. Masyarakat Bandar Lampung cenderung mempertimbangkan aspek keamanan, kenyamanan, serta pengalaman pengguna lain sebelum memutuskan menggunakan layanan pembayaran digital tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The impact of electronic word of mouth on consumers' purchasing decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9).
- Arner, D. W., Zetzsche, D. A., Buckley, R. P., & Barberis, J. N. (2017). FinTech and RegTech: Enabling innovation while preserving financial stability. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18(3).
- Chou, S. Y. (2012). Online reviews and pre-purchase cognitive dissonance: A theoretical framework and research propositions. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 3(2), 199–204.
- Ciptawaty, U., Wahyudi, H., Andrian, T., Wiryawan, D., & Usman, M. (2023). Literasi keuangan digital sebagai upaya pendukung perekonomian. *BEGAWI: Jurnal*



- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 125–130.
<https://doi.org/10.23960/begawi.v1i2.26>
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261–1270.
- Flip.Id. (2022). *Flip.Id*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mo, Z., Li, Y. F., & Fan, P. (2015). Effect of online reviews on consumer purchase behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(3), 419–424.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh online customer review terhadap purchase intention dengan trust sebagai intervening pada toko online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173–194.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolah data terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Putra, R. D., & Prehanto, D. R. (2021). Analisis kepuasan pengguna aplikasi Flip.id menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(4), 19–26.
- Republika.co.id. (2022). *Pertumbuhan transaksi kirim uang DANA lampau 300 persen*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/r5aoo0457/pertumbuhan-transaksi-kirim-uang-dana-lampau-300-persen>
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, D. (2021). *Fintech Flip raih Rp691 miliar dari investor India dan Amerika*.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, S. A. (n.d.). Pengaruh e-satisfaction dan e-trust konsumen hotel terhadap online repurchase intention di Traveloka.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam analisis minat perilaku penggunaan e-money pada mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214.
- Utami, S. (2015). The influence of customers' trust on customer loyalty. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(7), 638–653.
- Widodo, T., & Putri, S. F. (2021). Analisis minat penggunaan dompet digital LinkAja dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(2), 134–145.