

ABSTRAK

Di Indonesia, sektor *fintech* telah memberikan peran penting dalam kemajuan sistem pembayaran, termasuk dompet elektronik yang populer disebut *e-wallet*. Para penyedia *e-wallet* perlu menunjukkan komitmen perusahaan mereka kepada pelanggan untuk membentuk loyalitas pelanggan dan mendorong penggunaan produk yang berulang. Ada beberapa faktor dalam *e-trust* yang dapat mempengaruhi *e-loyalty*, seperti kebaikan, kompetensi, dan integritas. Penelitian ini menggunakan rancangan jenis penelitian kuantitatif kausal. Penelitian ini menggunakan *benevolence* (X1), *competence* (X2), *integrity* (X3) sebagai variabel bebas, dan *e-loyalty* (Y) sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *benevolence* dan *integrity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Namun, *competence* memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *e-loyalty*. Perhatian dan ketersediaan memberikan pelayanan dapat meningkatkan *e-loyalty* pada pengguna *e-wallet*. Privasi pengguna, transparansi, dan keamanan juga dapat meningkatkan *e-loyalty*. Namun, tampilan yang menarik dan kemudahan penggunaan adalah hal umum dalam aplikasi pembayaran. Maka dari itu, penyedia dapat fokus pada aspek yang memengaruhi *e-loyalty*, seperti memberikan jaminan privasi dan keamanan data serta memastikan pemenuhan kebutuhan pengguna.

Kata-kata kunci: *benevolence, competence, integrity, e-loyalty, e-wallet*

ABSTRACT

In Indonesia, the fintech sector has played a pivotal role in introducing a diverse array of payment system advancements, including electronic wallets, popularly referred to as e-wallets. E-wallet providers need to demonstrate their company's commitment to customers in order to foster customer loyalty and encourage repeated product usage. There are several factors in e-trust that can influence e-loyalty, such as benevolence, competence, and integrity. This study uses a type of quantitative research with an explanatory research approach. This study uses benevolence (X1), competence (X2), integrity (X3) as independent variables, and E-loyalty (Y) as the dependent variable. The population in this study is the e-wallet users in Indonesia. This study employs the technique of multiple linear regression analysis. The results indicate that benevolence and integrity has a positive and significant effect on e-loyalty. However, there are competence has an effect but is not significant to e-loyalty. Attention and availability increase e-loyalty in e-wallet users. User privacy, transparency, and security enhance e-loyalty. Attractive appearance and smoothness are common in payment applications. In addition, providers can focus on other aspects that affect e-loyalty, such as providing guarantees of data privacy and security and ensuring the fulfillment of user needs.

Keywords: benevolence, competence, integrity, e-loyalty, e-wallet