

## ABSTRAK

Perkembangan era *digital* pada industri jasa keuangan semakin pesat membuat banyak pelaku ekonomi memanfaatkannya sebagai *tools* untuk mengembangkan bisnisnya. Tren *cashless society* yang digalakkan pemerintah membuat semakin berjamurnya *platform dompet digital*. Aplikasi dompet *digital* diciptakan untuk memberikan kemudahan pengguna (*user*) dalam bertransaksi. Selain kemudahan, pengalaman yang baik menjadi salah satu faktor penting untuk mempertahankan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi dompet *digital*.

Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja merupakan empat *platform digital wallet* dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Keempat *digital wallet* tersebut bergerak di bidang yang sama, memberikan variasi pelayanan yang sama dan memiliki target pasar yang sama sehingga persaingan diantara keempat *digital wallet* tersebut semakin ketat. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan *user experience* terhadap *digital wallet* Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja. Pengukuran *user experience* pada penelitian ini menggunakan *HEART Metrics* dengan sub-variabel *Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif komparatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 405 responden yang merupakan mahasiswa Bandung pengguna *digital wallet* Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media sosial dan *instant messenger*.

Berdasarkan hasil uji Kruskal Wallis H yang kemudian dilanjutkan dengan menggunakan uji Mann-Whitney U, diketahui bahwa tidak semua aplikasi *digital wallet* Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja memiliki perbedaan *User experience* yang signifikan pada mahasiswa Bandung.

**Kata Kunci:** *User experience, HEART metrics, Digital wallet.*