

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* DANA (STUDI KASUS DI KOTA MADIUN)

Olyvia Marseli Pradila Putri¹⁾, Rizal Ula Ananta Fauzi²⁾

¹Universitas PGRI Madiun
oliviamarseli4@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
rizalula@unipma.ac.id

Abstract

Fintech developments encourage new habits where people prefer something practical and efficient, such as making transactions using e-wallets. This research aims to provide empirical evidence of each variable, namely the influence of convenience, benefits, security and promotion on the decision to use e-wallet funds (Case Study in Madiun City). This research is a quantitative research with a sample size of 385 respondents and the population of this research is all Dana e-wallet users in Madiun City. The sampling method is non-probability sampling. Data collection uses a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique uses SPSS 25 software. The results of this study show that the convenience variable has a positive and significant effect on the decision to use the Dana e-wallet in Madiun City, the benefit variable has a positive and significant effect on the decision to use the Dana e-wallet in Madiun City, the security variable has an effect positive and significant on the decision to use the Dana e-wallet in Madiun City and the promotion variable has a positive and significant effect on the decision to use the Dana e-wallet in Madiun City.

Keywords: Convenience, Benefits, Security, Promotion, Use Decision

Abstrak

Perkembangan Fintech mendorong kebiasaan baru dimana seseorang lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis dan efisien seperti melakukan transaksi menggunakan e-wallet. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti secara empiris dari masing-masing variabel yaitu adanya pengaruh dari kemudahan, manfaat, keamanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet dana (Studi Kasus di Kota Madiun). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebesar 385 responden dan populasi penelitian ini adalah semua pengguna e-wallet Dana di Kota Madiun. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara *nonprobability sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *googleform*. Teknik analisis data menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun, variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun, variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun.

Kata Kunci: Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Promosi, Keputusan Penggunaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat cepat. Penggunaan smartphone dalam konteks perekonomian memiliki dampak signifikan pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Perubahan ini terutama terlihat dalam aspek komunikasi dan penggunaan metode pembayaran digital atau *e-wallet* Della & Simanjuntak, (2023). Pembayaran digital sendiri adalah sistem pembayaran yang menggunakan teknologi dan perangkat lunak khusus dan dianggap pembayaran yang sah Darmawan, (2023). Perangkat lunak khusus ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian, transfer dana, atau melakukan transaksi keuangan lainnya dengan cara yang lebih efisien dan praktis. Dalam konteks ini, transaksi keuangan dilakukan secara elektronik melalui berbagai platform atau aplikasi yang dirancang untuk mendukung proses pembayaran tanpa melibatkan uang tunai secara fisik.

Bersamaan dengan menambahnya penggunaan uang elektronik berbasis chip yang meluas di kalangan masyarakat, banyak perusahaan start-up mulai mengembangkan bisnis di sektor *financial technology*, menghasilkan kemunculan *e-wallet*. *E-wallet* memiliki fleksibilitas untuk melakukan berbagai transaksi tanpa perlu menggunakan kartu fisik, hanya dengan memanfaatkan *smartphone* (Widiyanti, 2020).

Pengguna *e-wallet* dana di Kota Madiun pada tahun ke tahun terus bertambah dibandingkan dengan jumlah pengguna *e-wallet* yang lainnya. Pengguna *e-wallet* Dana tercatat menduduki peringkat tertinggi yaitu 41,7%. Berarti secara garis besar *e-wallet* Dana mempunyai keputusan penggunaan layanan aplikasi dompet digital. Beberapa faktor mempengaruhi keputusan individu untuk memutuskan menggunakan atau tidak menggunakan *e-wallet*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Susanti *et al.*, (2021) dijelaskan bahwa kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Temuan serupa juga terungkap dalam penelitian yang dilakukan oleh Sulastri *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa faktor promosi, harga, keamanan, dan kemudahan memiliki dampak terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Kemudahan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah. Masyarakat cenderung lebih suka menggunakan sistem yang dianggap mudah dikelola dan dapat dengan mudah dipelajari tanpa memerlukan usaha yang berlebihan Ernawati & Noersanti, (2020). Definisi serupa diungkapkan oleh Parera *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan terkait dengan keyakinan seseorang dalam menggunakan

suatu sistem tanpa mengalami kesulitan. Pengguna cenderung menggunakan teknologi tertentu jika sistem tersebut mudah diaplikasikan, termasuk fitur pembayaran menggunakan QR kode pada aplikasi dompet digital.

Menurut Jogiyanto, (2007) menyatakan manfaat adalah seberapa yakin seseorang bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya. Menurut Davis, (1989) menjelaskan bahwa manfaat adalah ketika seseorang mempunyai tingkatan kepercayaan penggunaan pada suatu sistem untuk dapat meningkatkan suatu prestasi kerja orang tersebut. Hal yang membuat pengguna tertarik adalah segi manfaat yang seperti ketika membayar apapun bisa dengan nominal yang akurat dan juga menghemat waktu pembayaran. Dari definisi diatas, diketahui bahwa manfaat yang dirasakan seseorang akan membuat seseorang percaya bahwa teknologi berguna bagi mereka yang menggunakannya terbukti dari tingkat efisiensi pada saat mengerjakan sesuatu.

Kumala *et al.*, (2020) menyatakan keamanan adalah seseorang yang percaya bahwa teknologi yang digunakan akan menyimpan dan menjaga data pribadinya dengan baik tanpa ada yang bisa memanipulasinya. Menurut penelitian Rahmawati & Yuliana, (2020) keamanan merupakan adanya perlindungan data pengguna dari kejahatan seperti pencurian data pribadi secara online. Dengan memiliki keamanan yang cukup tinggi mungkin beberapa orang akan beranggapan jika menyimpan data pribadinya akan aman. Di sisi lain juga keamanan dompet digital Dana dilengkapi otentikasi dua faktor.

Promosi adalah suatu komponen dari marketing mix yang fungsinya sebagai tujuan komunikasi dengan pembeli Listyawati & Subardini, (2022) Promosi juga disebut sebagai suatu aktivitas yang mengomunikasikan manfaat produk dan memberikan bujukan kepada pelanggan agar melakukan pembelian barang atau jasa Kotler & Amstrong, (2012) Promosi yang dilakukan cukup banyak seperti salah satunya yaitu periklanan, karena dengan iklan atau tayangan di sosial media akan membuat seseorang menjadi tahu dan penasaran.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu Astuti & Mahmud, (2023) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, sejalan dengan pendapat Sulastri *et al.*, (2022) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Berbeda dengan penelitian yang dikemukakan oleh Aprilia & Susanti, (2022) bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Kemudahan

Menurut Ernawati & Noersanti, (2020) kemudahan adalah ketika seseorang percaya bahwa teknologi akan mudah digunakan. Menurut Ningsih *et al.*, (2021) kemudahan dapat diartikan sebagai kepercayaan individu terhadap sistem tertentu, di mana mereka meyakini bahwa penggunaan sistem tersebut akan memerlukan sedikit upaya. Kemudahan penggunaan ini melibatkan persepsi bahwa teknologi informasi dapat diakses dan dimanfaatkan dengan relatif mudah. Jika individu yakin bahwa teknologi pembayaran elektronik dapat dengan mudah dipahami dan digunakan, maka mereka cenderung lebih aktif dalam mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut.

Manfaat

Penurunan kondisi keuangan sebelum kebangkrutan atau likuidasi terjadi. Indikasi terjadinya *financial distress* dapat dilihat dari kinerja keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan suatu perusahaan (Platt dan platt, 2006). Keadaan *financial distress* dimulai dari ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya yang tentunya bersifat jangka pendek seperti likuiditas dan solvabilitas (Agostini, 2018). Faktor-faktor penyebab kebangkrutan Secara garis besar dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar, biasanya berhubungan dengan operasi perusahaan atau perekonomian secara makro. Sedangkan, faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, seperti faktor *financial* perusahaan. Faktor-faktor financial tersebut dapat dilihat dari (Andrianto dkk, 2019).

Keamanan

Menurut Putra & Julianto, (2021) keamanan dapat diartikan sebagai suatu bentuk perlindungan di mana seseorang merasa terjaga dari kemungkinan munculnya ancaman terhadap suatu aset informasi. Keamanan mencerminkan upaya untuk melindungi integritas, kerahasiaan, dan ketersediaan informasi dari potensi ancaman atau risiko yang dapat merugikan aset tersebut. Menurut Agnes Thandania Blessky, Luthfiyah Nadiya, (2022) keamanan adalah proses transaksi yang aman melibatkan kemampuan server untuk menjaga keamanan data, mencegah potensi kebocoran informasi, dan mendeteksi upaya penipuan di lingkungan server berbasis teknologi.

Promosi

Promosi adalah sebuah serangkaian kegiatan pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan penjualan suatu produk, layanan, atau jasa. Menurut Alma, (2011) promosi merupakan tindakan yang mengomunikasikan keunggulan suatu produk dan mendorong pelanggan potensial untuk melakukan pembelian pada produk atau jasa tersebut. Menurut Umah & Siswahyudianto, (2022) promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk menjembatani komunikasi antara perusahaan dan konsumen dengan maksud memasarkan produk yang dihasilkan.

Keputusan Penggunaan

Menurut Robbins & Judge, (2017) pengambilan keputusan merupakan salah satu konsep keamanan, baik individu, kelompok atau organisasi mengambil keputusan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan. Keputusan penggunaan adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh individu atau konsumen di saat memilih untuk menggunakan atau membeli produk atau layanan yang dibutuhkan. Menurut Aprilia & Susanti, (2022) keputusan penggunaan yaitu sikap yang dilakukan konsumen untuk memilih satu diantara beberapa alternatif pilihan yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif berupa pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian untuk meneliti populasi atau sampel dengan tujuan untuk mengkaji hipotesis yang ada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *e-wallet* di Kota Madiun. Dengan jumlah pengguna belum diketahui. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 385 responden. Variabel dalam penelitian ini variable independen adalah Kemudahan (X1), Manfaat (X2), Keamanan (X3), dan Promosi (X4). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Penggunaan (Y). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Penggunaan. Penelitian ini Keputusan penggunaan adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh individu atau konsumen di saat memilih untuk menggunakan atau membeli produk atau layanan yang dibutuhkan. Menurut Aprilia & Susanti, (2022) keputusan penggunaan yaitu sikap yang dilakukan konsumen untuk memilih satu diantara beberapa alternatif pilihan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Deskripsi Data Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah disebarkan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini menggunakan rumus Cochran sehingga hasil yang digunakan sebanyak 385 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner google form yang kemudian disebarkan kepada responden. Karakteristik dari pengumpulan data pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1.52507921
Most Extreme Differences	Absolute		,051
	Positive		,045
	Negative		-,051

Test Statistic			,051
Asymp. Sig. (2-tailed)			,257 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. this is a lower bound of the true significance			

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan *kE* sebagai variabel dependen menghasilkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,257 atau lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara parsial terhadap variabel dependent, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Apabila hasil uji t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut output uji t dalam penelitian ini:

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,475	,583		7,679	,000
	Kemudahan (X1)	,098	,028	,134	3,551	,000
	Manfaat (X2)	,213	,066	,172	3,227	,001

	Keamanan (X3)	,554	,095	,309	5,830	,000
	Promosi (X4)	,189	,028	,300	6,741	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)						

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,551 > 1,966$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel Manfaat (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,227 > 1,966$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel Keamanan (X_3) berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,830 > 1,966$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. dan Variabel Promosi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,741 > 1,966$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b				
Model	R	R	Adjusted R	Std. Error of

		Square	Square	the Estimate
1	,731 ^a	,535	,530	1,856
a. Predictors: (Constant), Kemudahan (X1), Manfaat (X2), Keamanan (X3), Promosi (X4)				

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan dari tabel 4 hasil uji determinasi (Uji R) dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,530 atau 53,0%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 terhadap Variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 47,0% dipengaruhi oleh faktor variabel lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun dapat disimpulkan Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fitur-fitur *e-wallet* Dana memberikan kemudahan, semakin meningkat juga keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat kepada pengguna, seperti efisiensi, kenyamanan, dan produktivitas sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun akan meningkat. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fitur keamanan yang dilakukan untuk menjaga data atau privasi seseorang, maka keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun juga akan meningkat. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa pesan promosi yang jelas sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna baik kemudahan, manfaat dan keamanan hal tersebut dapat meningkatkan keputusan penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Madiun.

Saran bagi peneliti selanjutnya Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk lebih menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain dan dengan

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun
September 2024
E-ISSN: 2686 - 1771

menambahkan sampel pada penelitian sehingga penelitian ini menjadi lebih berkembang. Bagi perusahaan perusahaan *e-wallet* Dana perlu meningkatkan layanannya dengan menyediakan layanan pengguna yang mudah dipahami, serta memberikan keuntungan menarik seperti program *cashback* dan *loyalty* dan meningkatkan keamanan melalui otorisasi ganda dan enkripsi data yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Agnes Thandania Blessky, Luthfiyah Nadiya, A. (2022). Analisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan ovo dan gopay. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022*, 3(1), 397–407. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/834>
- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289.
- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). Hedonic Motivation , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay Abstrak. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 238–253. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2710>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Astuti, D. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Manfaat , Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Ovo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 414–430.

Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1 (2), 155–172.

Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 9(1), 279–289. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527551>

Bouthun, D., Glisson, S., Hass, R., Isaac, C., & Lieberman, M. (2013). Consumer Intelligence Series : Opening the Mobile Wallet. *PricewaterhouseCoopers LLP*.

Darmawan, M. doni. (2023). *Pengertian Sistem Pembayaran Digital dan Beragam Jenisnya*.

Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 319–240. Retrieved from www.jstor.org/stable/249008

Della, P., & Simanjuntak, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan Dan Kebiasaan Terhadap Penggunaan E-Wallet*. 4(5), 6970–6980.

Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404>

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 03, 27–37.

Erwan, E. S., & Edi Setiawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>

Fachrizal, R. (2022). *DANA Duduki Peringkat Pertama Aplikasi Kategori Finance Data*.

Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436.

<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>

- Iradianty, A. (2021). Digital Payment: Perspektif Gender dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(1), 34–45. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i1.13409>
- Jogiyanto, H. M. (2007a). Sistem Informasi Keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*, 235.
- Jogiyanto, H. M. (2007b). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)* (Andi (ed.)).
- Kotler Dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alih Bahasa alexander Sindiro dan Benyamin Molan (ed.); Jilid 1). Prenhalindo.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kumbara, V. B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk , Desain Produk Dan Endorse*. 2(5), 604–630.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Listyawati, L., & Subardini, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 72–89. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v5i2.4191>
- Maula, F., & Amma, F. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, Privasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Fintech Flip (Studi Pada Pengguna Aplikasi Flip Di Akun Instagram Flip_Id. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.

- Munthe, P. W. ., Wardoyo, M. R., & Silalahi, G. D. (2021). *Pengaruh Berbelanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19*.
- Nawawi, H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3, 189–205.
<https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Parera, N. O., Susanti, E., & Manajemen, P. S. (2021). *Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile*. 2(1), 42–52.
- Patrisia, Ellyawati, N., Stephanie Piar, C., & Fitri Astuti, R. (2023). Pengaruh Pembayaran Non Tunai (E-Wallet) Terhadap. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 11(1), 1–8.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Pratama, A. F., & Purnomo, D. (2023). Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 450–455.
- Putra, G. P., & Julianto, I. P. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 10(01), 27–35.
- Putri, H. R. N., & Yennisa. (2023). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan e-wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta). *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 2(2), 30–39.
<https://doi.org/10.31316/ubmj.v2i2.5075>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng*. 2(2), 157–168.
- Ramadya Sari, L., Anggraini, R., Sri Kencanawati, M., & Sularto, L. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik Shopeepay. *Metik Jurnal*, 6(1), 59–69.
<https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.335>

- Robbins, P. S., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behaviour* (13th ed.). Salemba Empat.
- Sari, I. (2023). *Mengenal Hacking Sebagai Salah Satu Kejahatan Di Dunia Maya*. 169–186.
- Sayekti, S. (2022). *Kolaborasi Dengan Dana Indonesia Kementrian Investasi Dorong Pelaku UMKM Naik Kelas*.
- Setiawan, W., Sunaryo, D., & AR, K. (2022). Analisis Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Dompot Digital (Shopee Pay). *Digital Business Journal*, 1(1), 52. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6602>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). *Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan , Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat*. 62–68.
- Sulastri, Suwiyanti, R., & S.Tiwi, A. (2022). The Influence Of Promotion, Price Perception, Security And Convenience On The Decision To Use The Gojek Application In Jabodetabek. *Judicious*, 3(2), 164–174.
- Sulkarnain, R., Dirwan, D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Nobel Management Review*, 3(4), 608–621.
- Tajaudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhdap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 8(1), 19–46.
- Umah, U. N., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329–339.
- Wardani, D., Primastiwi, A., & Hermalia, H. (2022). Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan pada Minat Membayar PBB Menggunakan Go-Pay dengan Sikap

Penggunaan sebagai Variabel Intervening. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 3(1), 128–146.

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>