

Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millennial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay)

Erin Soleha^{*}, Zulfa Zakiatul Hidayah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi

Jl. Inspeksi Kalimalang Tegal Danas Arah Deltamas Cikarang Pusat Kab. Bekasi, Indonesia

Email: ^{1,*}Erinsoleha@pelitabangsa.ac.id, ²Zulfazakiatul23@pelitabangsa.ac.id

Email Penulis Korespondensi: erinsoleha@pelitabangsa.ac.id

Abstrak—Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, masyarakat harus mampu menerima dan beradaptasi dengan cepat. Salah satunya adalah hadirnya teknologi keuangan, dalam kehidupan sehari-hari perkembangan teknologi juga terjadi di sektor keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan kemudahan bertransaksi terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan dompet digital (ShopeePay). Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas generasi milenial di provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Analisis data menggunakan Smart PLS software. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat pakai sebesar 79,84% dan kemudahan bertransaksi berpengaruh positif signifikan terhadap minat pakai sebesar 60,26%.

Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan; Kemudahan Bertransaksi; Minat; Teknologi Keuangan

Abstract—Along with the development of increasingly advanced times, society must be able to accept and adapt quickly. One of them is the presence of financial technology, in everyday life technological developments also occur in the financial sector. This study aims to determine the influence of financial literacy and ease of transactions on the millennial generation's interest in using digital wallets (Shopee Pay). The population in this study is the millennial generation community in West Java province. The sampling technique uses accidental sampling. Data analysis using Smart PLS software. The results showed that financial literacy had a significant positive effect on interest in use by 79.84% and ease of transaction had a significant positive effect on interest in use by 60.26%.

Keywords: Financial Literacy; Ease of Transactions; Interest; Financial Technology

1. PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 saat ini telah melihat berbagai macam perkembangan teknologi salah satunya adalah perkembangan internet yang sangat pesat. Kemajuan teknologi pada saat ini membawa perubahan yang signifikan di berbagai kehidupan manusia, salah satu bidang yang terdampak dan terjadi perubahan adalah sektor ekonomi dan bisnis. Di Indonesia, kehadiran financial technology memberikan dampak yang signifikan kepada masyarakat diberbagai kalangan. Financial technology merupakan inovasi di sektor keuangan yang fokusnya pada teknologi modern (Permana, 2021). Dengan berkembangnya teknologi di bidang keuangan ini juga membuat transformasi dalam bidang pembayaran, baik pembayaran untuk transaksi secara online maupun offline (Huwaydi & Persada, 2018). Pembayaran tersebut menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai yang banyak digunakan oleh masyarakat luas dalam kehidupan sehari-hari, salahsatunya adalah ShoopeePay. Fungsi dari program shopee yang disebut Shoopeepay adalah dompet digital yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di toko-toko tertentu yang memiliki signage unik atau melalui aplikasi shopee itu sendiri. Shopee menjalankan berbagai macam promosi untuk menarik pelanggan agar membeli dan memanfaatkan barang-barang mereka. Menawarkan insentif eksklusif kepada pengguna fungsi pembayaran shoopeepay sebagai alat untuk transaksi belanja merupakan salah satu kampanye yang dijalankan. Pengguna fungsi Shoopeepay akan tertarik dan nyaman dengan kemudahan yang diberikan dengan memberikan diskon unik kepada mereka (McElroy & van Engelen, 2012). Semua sektor bisnis harus mampu beradaptasi dengan fenomena kemajuan di bidang financial technology ini karena didasarkan pada kebutuhan konsumen dan merchant. Namun, keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai hal ini menjadi penghambat untuk melaksanakan harapan agar Indonesia bisa menjadi negara yang mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini. Maka dari itu pemerintah terus mengupayakan untuk memberikan sosialisasi dan memperluas jaringan didaerah terpelosok agar masyarakat secara merata mendapatkan pembelajaran pengetahuan keuangan dengan baik.

Di era ini pembayaran parkir, makan, transportasi sudah dapat menggunakan uang electronic namun akses untuk itu masih sangat terbatas. Karena kemudahan system, masyarakat yang menjadi targetnya adalah masyarakat yang mengetahui adanya kemjuan teknologi tersebut. Artinya kemudahan system ini belum merata dapat diketahui dan digunakan masyarakat. Kemudahan dalam bertransaksi juga membuat perubahan gaya hidup dalam masyarakat sehingga menjadi lebih konsumtif karena transaksi jual beli dapat dilakukan secara online, barang yang ditawarkan juga lebih banyak dan bervariasi kemudian proses pengiriman barangpun relatif cepat. Hal ini memberikan dampak yang positif bagi pihak produsen dalam mempromosikan dan melakukan penjualan produknya sedangkan dipihak konsumen telah memberikan kemudahan dan efisiensi waktu. Dilansir melalui Kompas.com (Hagiworo, 2021) Data Bank Indonesia (BI) pada Agustus 2021 memperlihatkan bahwa nilai transaksi keuangan elektronik meningkat sebesar 43,66 persen secara tahunan atau year-on-year (YoY) menjadi Rp24,8 triliun. Nilai transaksi perbankan digital pada bulan sebelumnya juga meningkat sebesar 39,39 persen YoY, yaitu mencapai Rp17.901,76 triliun. Berdasarkan hasil survei Populix 1.000 orang Indonesia menggunakan panel daring untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendapat, kebiasaan, dan preferensi

masyarakat terhadap layanan keuangan digital, terutama aplikasi perbankan dan e-wallet. Salah satu hasil resetnya, Populix membahas mengenai perkembangan e-wallet di Indonesia yang di dalamnya merilis 10 besar e-wallet yang paling sering dipakai masyarakat Indonesia.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran, masyarakat tentu terlebih dahulu perlu memahami sedikit banyak mengenai literasi keuangan. Karena literasi keuangan sendiri merupakan pengetahuan atas pengelolaan keuangan dalam hal pengambilan keputusan terkait dengan keuangan. Pentingnya menerapkan literasi keuangan dalam penggunaan financial technology itu adalah fungsi teknologi dan inovasi baru untuk bersaing (Kusumawardhany et al., n.d.). Selain itu pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik dapat mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan secara tepat dan bijak dalam memilih investasi mana yang menguntungkan, juga mampu mencegah masyarakat terjerumus investasi bodong yang sering muncul di tengah masyarakat. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, semakin tinggi juga minat seseorang untuk menggunakan aplikasi keuangan yang berbasis teknologi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian (Yuhelmi et al., 2022) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat dosen dalam menggunakan Mobil Banking. Sedangkan menurut (Seputri & Yafiz, 2022) Variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan QRIS. Selain literasi keuangan, kemudahan penggunaan aplikasi dompet digital ini juga mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital. Menurut (Trimulyaningsih, 2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan dimana seseorang yakin bahwa dalam menggunakan atau menjalankan suatu sistem tertentu akan jauh lebih mudah dan pada saat melakukannya tidak perlunya usaha yang keras. Pada hasil penelitian (Issn et al., 2022) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan teridentifikasi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet digital shopeepay pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018. Dan menurut hasil penelitian (Hanif, 2022) bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat penggunaan dompet digital gopay melalui kepercayaan konsumen. Hal tersebut memperkuat kemungkinan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dompet digital dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakannya. Karena kemudahan yang banyak ditawarkan dari penggunaan dompet digital inilah yang kemudian menarik minat masyarakat untuk menggunakan dompet digital. Definisi minat sendiri merupakan perilaku individu yang bersifat dinamis dalam melakukan segala keinginannya terhadap suatu hal. Keinginan yang berasal dari individu itu sendiri, seperti menginginkan sesuatu hal atau sebuah keinginan masa depan yang ingin dicapai (Ardianto & Azizah, 2021).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Financial Technology

Financial Technology merupakan suatu inovasi yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana yang praktis untuk meningkatkan layanan jasa perbankan dan keuangan. Teknologi yang digunakan dalam Financial Technology antara lain software, internet, komunikasi, dan komputasi terkini.

2.2 Literasi Keuangan

Kapasitas untuk menggunakan pengetahuan ekonomi untuk membuat keputusan mengenai rencana keuangan, pembangunan kekayaan, hutang, dan pensiun dikenal sebagai literasi keuangan. Untuk penilaian keuangan yang stabil, seseorang harus memiliki keahlian manajemen keuangan dan literasi keuangan. Seseorang harus mampu dan percaya diri dengan kemampuan mereka untuk membuat keputusan keuangan yang baik agar dapat melek finansial (Annamaria & Olivia S. Mitchell, n.d.)

2.3 Kemudahan Bertransaksi

Kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan teknologi merupakan sebuah keyakinan dalam membebaskan seseorang dari permasalahan-permasalahan yang ada. Semakin mudah seseorang menerapkan dan mengaplikasikan suatu teknologi maka akan semakin besar manfaat yang akan diperoleh (Abrar, 2021).

2.4 Minat Penggunaan

Minat penggunaan (intention to use) merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya (Ardianto & Azizah, 2021). Minat berarti kecenderungan serta kegairahan yang besar ataupun kemauan yang besar terhadap sesuatu. Timbulnya keinginan atau minat dalam menggunakan dapat mempengaruhi seorang konsumen untuk mencari informasi, menceritakan pengalamannya kepada orang lain tentang sebuah produk atau jasa dan berbagi tentang bagaimana mereka membeli, menggunakan, ataupun membuangnya. Jadi dapat disimpulkan minat menggunakan ulang dapat diartikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu.

2.5 Metode Penelitian

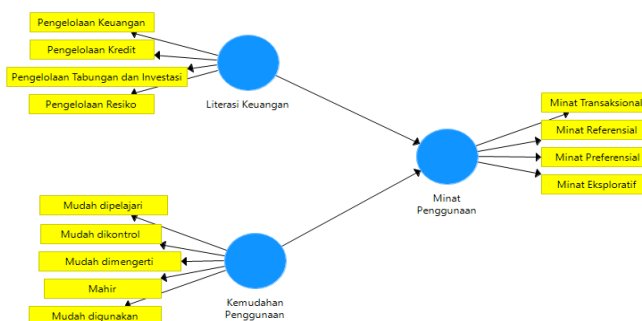
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional terhadap subjek. Dalam pengumpulan data antara variabel bebas yaitu literasi keuangan dan kemudahan penggunaan dan variabel terikat yaitu minat penggunaan dompet digital secara bersamaan dalam satu waktu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner baik secara langsung maupun tidak langsung kepada responden

penelitian kemudian data diolah dan hasilnya dilakukan analisis dan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah masyarakat generasi milenial yang berada di Kawasan Provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan Teknik Accidental Sampling. Penentuan sampel dengan teknik ini dilakukan karena jumlah populasi yang sangat besar sehingga ada keterbatasan untuk melakukan penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi milenial yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Sampel ditentukan menggunakan rumus lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang didapat adalah 94,06 dan peneliti membulatkan menjadi 100 sampel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisis pada data-data angka yang diolah dengan metode statistik. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart Partial Least Square (SmartPLS). SmartPLS menggunakan metode bootstrapping atau penggandaan secara acak. Oleh karena itu, asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain itu, dengan dilakukannya bootstrapping maka SmartPLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dapat diterapkan untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil. Analisis Smart PLS ini terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (measurement model) atau outer model dan model struktural (structural model) atau inner model.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Path Model Analisis Jalur

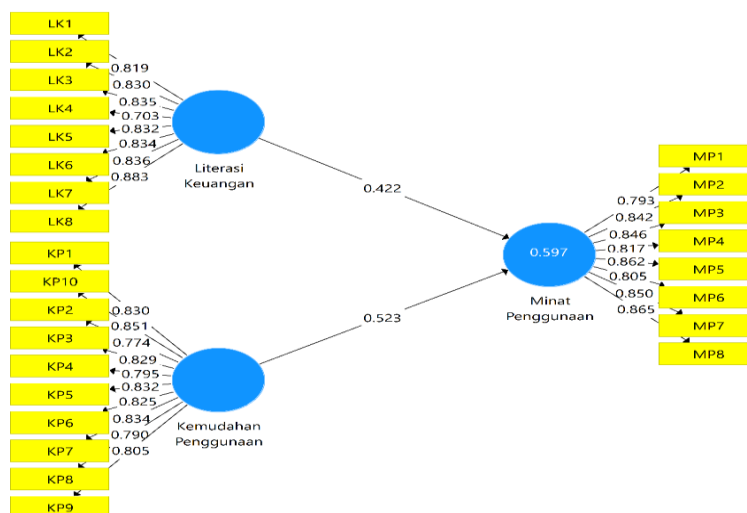
Berdasarkan ciri-ciri yang ada indikator-indikator pada penelitian ini merupakan model indikator reflektif yang mana masing-masing indikator dipengaruhi oleh konstruk, penghapusan satu atau lebih indikator tidak merubah makna dari konstruk, dan antar indikator memiliki hubungan korelasi yang kuat. Berikut adalah gambar path model dari penelitian ini:



Gambar 1. Path Model Analisis Jalur

3.2 Measurement Model (Outer Model)

Measurement Model (Outer Model) menjadi salah satu bagian dari SEM-PLS yaitu pengujian yang terdiri dari variabel konstruk dan indikator yang menjelaskan variabel tersebut. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat indikator-indikator tersebut dapat menjelaskan variabel konstruk tersebut (Aisyah & Djuanda, 2022). Uji Measurement Model (Outer Model) dilakukan melalui dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.



Gambar 2. Measurement Model

3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keakuratan suatu indikator dapat mengukur apa yang hendak di ukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan melalui dua tahap yaitu uji validitas konvergen (convergent validity) dan uji validitas diskriminan (discriminant validity). Uji validitas konvergen menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan nilai lebih dari 0,5 yang berarti semua variabel valid secara konvergen. Artinya variabel tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang tepat untuk mengukur literasi keuangan dan kemudahan transaksi terhadap minat penggunaan shopeepay. Sehingga tidak ada variabel indikator yang perlu dikeluarkan dan tidak perlu dilakukan analisis kembali atau disebut juga dengan dilakukan variabel kontrol. Sedangkan uji validitas diskriminan menggunakan nilai formell larcker criteria matriks diagonal dari semua indikator lebih dari 0,5 yaitu Minat Penggunaan sebesar 0.835, Literasi keuangan sebesar 0.823 dan Kemudahan transaksi sebesar 0.817. Artinya semua variabel valid secara diskriminan merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi terhadap minat penggunaan shopeepay di kalangan generasi millennial.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas dengan acuan menggunakan nilai cronbach alpha menunjukkan nilai cronbach alpha semua variabel berada di atas nilai cut off 0,7, Variabel literasi keuangan senilai 0.931, Kemudahan transaksi senilai 0.944 dan Minat penggunaan senilai 0.938. Disimpulkan bahwa semua variabel merupakan variabel yang sangat reliable atau merupakan alat ukur yang sangat handal. Sedangkan berdasarkan nilai composite reliability semua variabel berada di atas nilai cut off 0,7, Variabel literasi keuangan sebesar 0.944, Kemudahan transaksi sebesar 0.952 dan Minat penggunaan sebesar 0.949 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel sangat reliable dan merupakan alat ukur yang dapat dipertanggungjawabkan.

3.3 Structural Model (Inner Model)

Model struktural menghubungkan antar variabel latent melalui sistem persamaan simultan (Aisyah & Djuanda, 2022). Pengujian ini menggunakan kriteria Goodness of Fit Index (GOFI). Pengujian model struktural dibedakan menjadi dua yaitu:

3.3.1 Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 1. Bootsraping Uji hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan => Minat Penggunaan	0.422	0.421	0.070	6.026	0.000
Kemudahan Penggunaan => Minat Penggunaan	0.523	0.527	0.066	7.984	0.000

Dari tabel hasil uji hipotesis (uji t) di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

- P Values Literasi keuangan (X1) terhadap Minat penggunaan (Y) sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai original sampelnya 0.422 (positif) yang berarti bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan shopeepay. Artinya semakin naik nilai literasi keuangan maka minat penggunaan juga akan naik begitupun sebaliknya.
- P Values Kemudahan transaksi (X2) terhadap Minat penggunaan (Y) sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai original sampelnya 0.523 (positif) yang berarti bahwa kemudahan transaksi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan shopeepay. Artinya semakin naik nilai kemudahan transaksi maka minat penggunaan juga akan naik begitupun sebaliknya

3.3.2 Pembahasan

1. Literasi Keuangan (X1) Terhadap Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan Tabel.1 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePay. Hal ini dibuktikan dengan nilai T-Statistik sebesar 60,26 yang artinya literasi keuangan mempengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital ShopeePay. Diasumsikan bahwa semakin besar literasi keuangan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut terhindar dari masalah keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Awalina, 2019) mengatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka semakin bagus pengelolaan keuangannya dan terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan erat kaitannya dengan Pendidikan, baik itu Pendidikan formal maupun non formal. Masyarakat generasi millennial saat ini memiliki lebih banyak fleksibilitas untuk membuat keputusan keuangan pribadi ketika dihadapkan dengan permasalahan keuangan.

2. Kemudahan Transaksi (X2) Terhadap Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan Tabel.1 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital shopeepay. Hal ini dibuktikan dengan nilai T-Statistik sebesar 79.84 yang artinya kemudahan transaksi

mempengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital shopeepay. Diasumsikan bahwa semakin mudah seseorang menerapkan dan mengaplikasikan suatu teknologi maka akan semakin besar manfaat yang akan diperoleh (Abrar, 2021). Pengguna teknologi akan menggunakan uang elektronik yang ditawarkan oleh penyedia jasa, khususnya Aplikasi Shopee yang menyediakan fitur ShopeePay didalamnya untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi dimanapun mereka berada.

3.3.2 Uji Ketetapan Model (Koefisien Determinasi)

Uji ketetapan model digunakan untuk mengetahui proporsi atau presentase variasi total variabel eksogen menjelaskan variabel endogen dan mengukur kebaikan (goodness of fit) dari model yang dibentuk.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
Minat Penggunaan	0.597	0.589

Berdasarkan hasil di atas, nilai R square untuk variabel minat penggunaan (Y) berdasarkan variabel literasi keuangan dan kemudahan transaksi sebesar 0.597 atau 59,7%. Dalam penelitian ini variabel independent dikategorikan sedang untuk menjelaskan variabel dependen sebesar 59.7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar masyarakat generasi millennial sudah menggunakan dompet digital shopeepay sebagai salah satu alat pembayaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan transaksi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital shopeepay. Artinya, semakin besar literasi keuangan seseorang maka minat dalam menggunakan dompet digital akan semakin meningkat. Begitu pula dengan kemudahan transaksi, masyarakat generasi millennial menganggap bahwa dengan menggunakan ShopeePay mereka merasakan kemudahan dalam bertransaksi. Tingginya rasa kepercayaan menimbulkan suatu kesan ketertarikan yang kuat kemudian mempengaruhi minat dalam menggunakan ShopeePay.

REFERENCES

- Abrar, R. (2021). "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, RISIKO, KEPERCAYAAN DAN DAYA TARIK PROMO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL OVO." 6.
- Aisyah, S., & Djuanda, G. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Dengan Mediasi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Subsektor Food And Beverage 2018-2021). 3(1), 6–13. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.421>
- Annamaria, L., & Olivia S. Mitchell. (n.d.). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. American Economic Association.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wirawasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Awalina, M. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK BERBASIS SERVER DI KALANGAN MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM.
- Hagiworo, H. (2021, December). Kompas.com Fintech untuk pemulihan ekonomi. KOMPAS.Com, Fintech untuk Pemulihan Ekonomi, Tantangan, dan Pe.
- Hanif, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompet Digital Gopay. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 178. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12022>
- Huwaydi, Y., & Persada, S. F. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), 1–5. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v7i1.28827>
- Issn, P., Promosi, P., Terhadap, D. A. N. K., & Umah, U. N. (2022). KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH ANGKATAN 2018 Oleh : 10(2), 329–339.
- Kusumawardhany, S. S., Shanti, Y. K., Azzahra, K., Arianti, B. F., Romadhina, A. P., Sindur, K. G., & Selatan, T. (n.d.). FINANCIAL.
- McElroy, M. W., & van Engelen, J. M. L. (2012). Corporate Sustainability Management. In *Corporate Sustainability Management*. <https://doi.org/10.4324/9780203121818>
- Permana, R. I. (2021). Analisis Faktor Penggunaan Dompet Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 312–322. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.584>
- Septu, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z : Analisis Faktor. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(ADZKIYA), 2.
- Trimulyaningsih, N. (2017). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA, BNI, BRI. *Buletin Psikologi*, 25(2), 89–98. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.28728>
- Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. (2022). Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.201>