

PENGARUH DISKON BELANJA DAN KEAMANAN DALAM MENGGUNAKAN SHOPEEPAY SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DI KALANGAN MAHASISWA UNITRI

Sri Andika Putri^{1*}, Kria Agusnia²

^{1,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggal

ABSTRAC

In this fast-growing digital era, payments for goods and services can now be made via e-wallets, one of which is ShopeePay on the Shopee application, which offers discounts and shopping security. This can influence consumer behavior, especially among students. Using ShopeePay, this research aims to determine if Unitri students' consumption patterns are impacted by sales and payment system security. Multiple linear regression analysis was used as the purposive sampling technique in this study. When processing data, SPSS Version 25 is utilized. The results show that shopping discounts have little impact on student consumption. Statistics $t_{count} = -1.121$, $t_{table} = 1.675$, which has a significance value of $0.232 > 0.05$, making H_1 invalid. Hypothesis 2 is supported because the relationship between safety (X_2) and consumption behavior (Y) is positive and only slenderly significant in Unitri pupils, and the $t_{count} = 4.124 > t_{table} 1.675$ has a significant value of $0.000 (p < 0.05)$. The hypothesis is supported by the f test findings, which reveal that $f_{count} (9.039) > f_{table} (3.180)$ has a significance value of 0.000 . (H_3) demonstrates the consumption behavior (Y) amongst student units is positively and significantly affected simultaneously by the variables X_1 and X_2 , either alone or in combination.

Keywords: *Shopping Discounts, Safety, and Consumption Behavior*

ABSTRAK

Pembayaran produk dan layanan kini dapat dilakukan menggunakan *e-wallet*, salah satunya *ShopeePay* di aplikasi *Shopee* yang memberikan keamanan dalam berhemat dan berbelanja. Hal ini dimungkinkan di era digital yang berkembang pesat. Hal ini, khususnya di kalangan pelajar, dapat berdampak pada kebiasaan konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keamanan sistem pembayaran *ShopeePay* dan diskon belanja berdampak pada perilaku konsumsi mahasiswa Unitri. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dikombinasikan dengan *purposeful sampling*. SPSS Versi 25 digunakan saat memproses data. Hasilnya menunjukkan bahwa diskon belanja berdampak kecil pada konsumsi siswa. Statistik $t_{hitung} = -1,121$ $t_{tabel} 1,675$ yang memiliki nilai signifikansi $0,232 > 0,05$ membuat H_1 tidak valid. Hipotesis 2 didukung karena hubungan antara keamanan (X_2) dan perilaku konsumsi (Y) pada mahasiswa Unitri adalah positif dan hanya signifikan secara marjinal, dan karena nilai $t_{hitung} = 4,124 > t_{tabel} 1,675$ memiliki nilai signifikan $0,000 (p < 0,05)$. Hasil uji f menunjukkan bahwa $f_{hitung} (9,039) > f_{tabel} (3,180)$ memiliki nilai signifikansi $0,000$, mendukung hipotesis (H_3) menunjukkan bahwa perilaku konsumsi (Y) antar unit mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan secara simultan oleh variabel X_1 dan X_2 , baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama.

Kata kunci: *Diskon Belanja, Keamanan, dan Perilaku Konsumsi*

Article history:

Received: 10 Februari 2023

Revised: 25 Februari 2023

Accepted: 30 Maret 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.4640>

E-mail corresponding author :
sriandika66@gmail.com

PENERBIT:

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500

PENDAHULUAN

Era digital saat ini yang begitu sangat berkembang pesat dengan pertumbuhan teknologinya, telah banyak membantu peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa. Adanya pembayaran secara non-tunai sudah banyak digunakan masyarakat sebagai alternatif pembayaran secara tunai (Sari, 2022). Sistem pembayaran tersebut kini transaksi pembayaran lebih efektif dan efisien dilakukan oleh masyarakat. Akibatnya, sistem pembayaran berkembang seiring dengan teknologi, termasuk yang menggunakan uang elektronik atau nontunai yang ditawarkan dalam bentuk ATM, cek, giro, uang elektronik, dan lain sebagainya. Tidak diragukan lagi, cukup nyaman bagi pelanggan untuk tidak perlu membawa uang tunai berkat hadirnya sistem pembayaran dengan Android (Rohman & N.T, 2021). Ketersediaan beberapa pilihan pembayaran nontunai secara online termasuk uang elektronik, yang menawarkan penghematan dan keamanan yang signifikan. Karena kemampuan Shopee, siswa sering menggunakannya untuk membeli pakaian dan makanan.

Belanja diskon adalah praktik yang dalam jangka waktu tertentu secara langsung menurunkan harga awal suatu barang. Dalam menyediakan layanan untuk pengguna *ShopeePay* selalu memberikan banyak potongan harga dan promosi diberbagai produk yang ditawarkan hal ini menjadikan *ShopeePay* banyak digunakan di kalangan mahasiswa. Belanja *online* sudah menjadi kebiasaan baru yang dilakukan oleh masyarakat karena banyak diskon dan kemudahan yang ditawarkan terutama pada Aplikasi *Shopee*. Karena menggunakan fungsi *ShopeePay* untuk melakukan pembayaran sangat sederhana, pengguna dan pengagum *Shopee* pasti akan bertambah sebagai hasil dari pembuatannya. *Shopee* menawarkan beberapa penawaran dengan pengaturan pembayaran *ShopeePay*, tarif diskon, dan pengiriman gratis (Sari R. F., 2022). Oleh karena itu, *Shopee* membuat sebuah fitur *ShopeePay* dengan adanya *E-Wallet*. *E-Wallet* sendiri merupakan sebuah bentuk aplikasi atau akun prabayar yang dapat memberikan perlindungan berupa kata sandi, yang dimana pengunanya dapat menyimpan uang secara elektronik sehingga apabila hendak melakukan pembayaran pada *platform* belanja online dapat dilakukan secara digital. Selain banyak penghematan, penggunaan dompet elektronik ini juga menawarkan langkah-langkah keamanan menggunakan sidik jari dan pin *ShopeePay* yang menyertakan kode *one-time password* (OTP) dan peringatan eksklusif sejak pengguna membuka akun. Untuk mencegah informasi sensitif pelanggan dibobol dan digunakan secara tidak tepat oleh pihak lain, penting juga untuk memperhatikan aspek keamanan sistem manajemen toko online seperti *ShopeePay*. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap *ShopeePay* dipengaruhi oleh hal ini. Hasilnya, *ShopeePay* adalah *E-Wallet* inovatif yang memudahkan pembelian barang. Diskon adalah potongan harga yang disediakan untuk pelanggan oleh bisnis sebagai imbalan atas tindakan tertentu yang menurut bisnis menguntungkan (Sabda Dian Nurani Siahaan, Aurora Elisa P, dan Lenti Susanna S, 2022). Untuk mempromosikan penjualan suatu produk atau layanan, diskon juga dapat digambarkan sebagai taktik pemasaran yang menurunkan harga dari tingkat tertentu; pengurangan ini dapat datang dalam bentuk diskon tunai atau kuantitas. Menurut Sabaruddin, el.at (2022), potongan harga adalah penurunan harga suatu produk dari harga standarnya yang terjadi dalam jangka waktu tertentu.

Agussalim Burhanuddin (2017) menyoroti bahwa masyarakat memiliki kerinduan yang kuat akan keamanan, baik secara keseluruhan maupun sebagai anggota individu. Sedangkan keamanan dalam transaksi digital merupakan sarana bagi sebuah server untuk dapat menjaga data agar tidak rusak dan untuk mengidentifikasi penipuan pada server berbasis teknologi, menurut Saputri (2015) dalam Umaningsih (2020). Keamanan dan privasi dianggap sebagai dua hambatan utama untuk adopsi teknologi informasi, dan keduanya sangat penting untuk kepuasan konsumen dalam layanan *E-Money*. Sehubungan dengan hal tersebut, Romney & Steinbart (2018) menjelaskan sistem informasi akuntansi sebagai sistem yang dapat mengumpulkan, mendokumentasikan, menyimpan, dan menganalisis data untuk memberikan informasi kepada pengambil keputusan.

Nofa Safitri, Erna Retna R, dan Chalimatuz S (2022) mengklaim bahwa *ShopeePay* adalah layanan dompet dan uang digital yang dapat digunakan untuk mengirim uang, menyimpan uang, dan mendapatkan pengembalian uang. Aplikasi Shopee dapat digunakan untuk melakukan pembayaran secara online menggunakan *ShopeePay*, offline pada bisnis yang telah bermitra dengan *ShopeePay*, dan untuk menahan refund yang dapat digunakan untuk melakukan pembelian lebih banyak. *ShopeePay* adalah layanan dompet elektronik. Orang dapat menggunakannya dalam berbagai cara sebagai mekanisme pembayaran digital. Selain itu, *ShopeePay*, menurut Azka Fikri (2021), merupakan fitur layanan dompet dan teknik yang dapat digunakan untuk menukarkan uang elektronik.

Hal tersebut di atas diyakini dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Terbentuknya pembelajaran baik pada orang maupun kelompok menghasilkan perilaku (Budanti, 2017). Yusnita (2019) mendefinisikan konsumsi sebagai tindakan memanfaatkan produk dan jasa oleh orang-orang untuk memenuhi kebutuhannya. Tindakan terus menggunakan produk dan jasa dapat dipahami sebagai perilaku konsumsi. Itu harus dianggarkan dari pendapatan seseorang untuk diperoleh.

Asumsi berikut dapat dibuat berdasarkan informasi latar belakang dan deskripsi teoritis yang disajikan di atas: H1: Dihipotesiskan bahwa ketika menggunakan *ShopeePay* sebagai metode pembayaran, pola konsumsi siswa Unitri mungkin agak dipengaruhi oleh diskon belanja; H2: Dihipotesiskan bahwa keamanan dalam menggunakan *ShopeePay* sebagai sistem pembayaran berdampak pada pola konsumsi mahasiswa Unitri; dan H3: Dihipotesiskan bahwa diskon belanja dan keamanan saat menggunakan *ShopeePay* sebagai sistem pembayaran berdampak pada pola konsumsi mahasiswa Unitri secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif karena menganalisis hubungan antar variabel untuk menilai hipotesis tertentu. Jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden menjadi sumber informasi penelitian primer, sedangkan data sekunder berasal dari sumber yang berkaitan dengan penyelidikan.

Pada analisis regresi linier berganda, alat uji asumsi tradisional diuji. Agar analisis regresi memberikan persamaan regresi yang dapat digunakan untuk membuat prediksi, sejumlah kondisi harus dipenuhi.

PEMBAHASAN

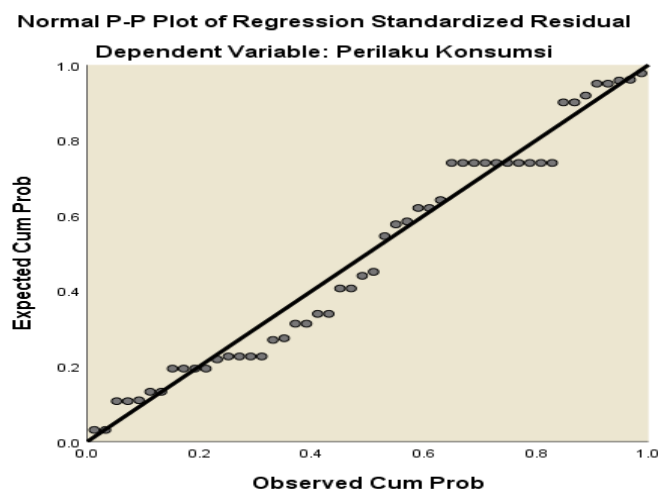
Data hasil penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dengan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dengan menggunakan uji ini, layak untuk mengetahui apakah variabel perancu atau residual model regresi memiliki distribusi normal. Dengan menggunakan deskripsi plot probabilitas normal, dimungkinkan untuk menentukan apakah bentuk datanya normal atau tidak. Distribusi data dianggap normal jika mengikuti garis lurus diagonal. *P-Plot* normal dari uji normalitas Residu Standar Regresi ditunjukkan pada gambar berikut.

Gambar 1. Uji Normalitas



Sebaran data (titik-titik) pada diagonal sumber grafik normal *P-Plot Of Regression Standardized Residual* berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang menunjukkan bahwa data tersebut memenuhi uji normalitas (bersifat normal).

2. Uji Multikonlinearitas

Masalah korelasi merupakan tanda *multikolinearitas* antara beberapa variabel. Hubungan substansial antara variabel independen menunjukkan gejala ini. Nilai toleransi dan VIF adalah dua metrik yang digunakan untuk menentukan apakah ada multikolinieritas dalam kumpulan data. Jika salah satu metrik ini lebih besar dari 0,1 atau lebih rendah dari 10, multikolinearitas dianggap tidak ada dalam kumpulan data. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel.1 Uji Multikonlinearitas

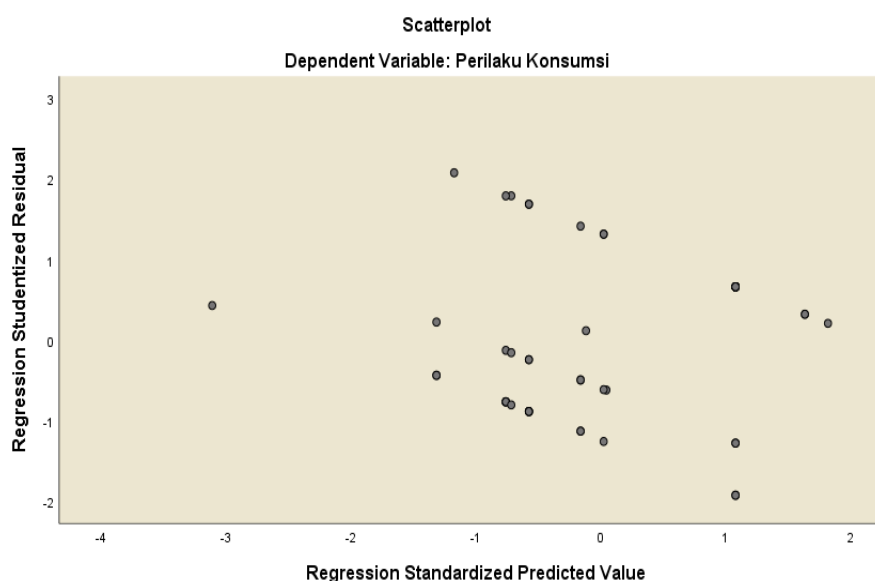
VARIABEL	TOLERANCE	NILAI VIF	KETERANGAN
X1	0.740	1.351	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0.740	1.351	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel tidak terdapat tanda-tanda multikolinieritas untuk variabel keamanan (X2) dan variabel diskon belanja (X1) dengan nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.000.

3. Uji Heteroskedastisitas

Adanya variasi residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya disebut heteroskedastisitas, namun kondisi ini tidak menimbulkan gejala. Grafik plot digunakan dalam pekerjaan ini untuk membandingkan nilai prediksi dari variabel independen dan residunya, karena data yang baik seharusnya tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Gambar.2 Uji Heterokedastisitas



Distribusi data pada diagram berada di antara nilai 0 sumbu X dan sumbu Y, dan tidak ada pola yang jelas dalam distribusi data, menurut gambar tersebut, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh keamanan (X2) dan diskon belanja (X1) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Unitri (Y). Tabel berikut mencantumkan hasil dari banyak pengujian menggunakan regresi linier.

Tabel.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta		Tolerance		VIF	
1	(Constant)	15.953		3.696	4.316	.000	
Diskon Belanja	-.179	.148	-.175	-1.212	.232	.740	1.351
Keamanan	.579	.140	.594	4.124	.000	.740	1.351

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 15,953 + -0,179X_1 + 0,579X_2$$

Persamaan regresi dapat dibaca memiliki nilai konstanta sebesar 15,953 untuk nilai variabel perilaku konsumsi berdasarkan tabel tersebut di atas. Nilai pengaruh keseluruhan adalah 16,353 jika nilai kedua variabel naik sebesar 0,4, maka signifikansi nilai regresi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Y= Variabel terikatnya adalah perilaku konsumsi yang nilainya diprediksi oleh variabel diskon belanja (X1) dan keamanan (X2).
- 2) X1= Jika terjadi kenaikan atau penurunan diskon belanja sebesar 1 satuan dan nilai variabel lainnya tetap, koefisien regresi diskon belanja (X1) sebesar -0,179 menunjukkan hal tersebut. Pola konsumsi selanjutnya akan berubah sebesar -0,179.
- 3) X2= koefisien regresi keselamatan (X2) 0,579 dengan demikian menyatakan bahwa terlepas dari apakah kenyamanan satu unit meningkat atau menurun, nilai variabel lainnya akan tetap sama. Setelah itu akan terjadi kenaikan atau penurunan sebesar 0,579 pada variabel perilaku konsumsi.

Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,579.

Pengujian Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh keamanan (X2) dan diskon belanja (X1) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Y). Tabel berikut menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel.3 Hasil Uji T

Variabel	T _{Hitung}	T _{Tabel}	SIG T
X1	-1.121	1.675	0.232
X2	4.124		0.000

Perhitungan uji T dari efek masing-masing variabel menghasilkan hasil sebagai berikut:

- 1) Variabel Diskon belanja (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel perilaku konsumsi (Y). Fakta bahwa H1 tidak terbukti ditunjukkan oleh statistik thitung = -1,121 ttabel 1,675 dengan nilai signifikansi 0,232 > 0,05. Ini membutuhkan bukti bahwa diskon pembelian ShopeePay tidak berdampak pada kebiasaan konsumsi pelanggan.
- 2) Variabel keamanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi (Y) di kalangan mahasiswa Unitri. H2 diterima karena thitung = 4,124 > ttabel 1,675 dan memiliki nilai signifikan 0,000 (p 0,05). Oleh karena itu, permintaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya tingkat keamanan.

2. Uji F (Simultan)

Berdasarkan temuan analisis yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis ditunjukkan pada tabel berikut. Uji F secara simultan merupakan uji statistik untuk mengetahui pengaruh

diskon belanja (X1) dan keamanan (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) di kalangan mahasiswa secara bersama-sama atau gabungan.

Tabel.4 Hasil Uji F

Variabel	F _{Hitung}	F _{Tabel}	SIG F
X1	9.039	3.180	0.000
X2			

Berdasarkan hasil uji F diperoleh Fhitung (9,039) > Ftabel (3,180) dengan nilai signifikansi (0,000) menunjukkan bahwa diskon dan keamanan berpengaruh positif dan simultan terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Unitri. Hal ini mendukung hipotesis bahwa kenyamanan dan keamanan memiliki hubungan dengan perilaku konsumsi mahasiswa Unitri.

3. Koefisien Determinasi (R2)

Hasil penentuan koefisien determinasi (R2) ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel.5 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R square
1	0.278

Penelitian ini menghasilkan nilai r squared sebesar 0,278 yang menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi diskon belanja dan keamanan konsumen masing-masing hanya memiliki pengaruh sebesar 27,8% dan 72,1% terhadap perilaku pembelian.

1. Pengaruh Diskon Belanja Terhadap Perilaku Konsumsi di Kalangan Mahasiswa Unitri.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh thitung = -1,121 ttabel 1,675 dengan nilai signifikansi 0,232 > 0,05 berarti H1 tidak terdukung. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa diskon belanja berdampak kecil pada perilaku konsumen. Ini termasuk membeli produk dengan diskon yang hanya berlaku untuk satu pembelian, kemampuan membeli produk dengan diskon besar karena diperlukan, membeli produk karena ShopeePay menawarkan pengiriman gratis, membeli produk yang Anda sukai dengan diskon selama periode tertentu, periode waktu tertentu, pembelian semua varian produk yang memiliki harga diskon, dan pembelian produk tertentu yang memiliki harga diskon. Namun dalam penelitian ini responden tidak merasakan manfaat dari diskon belanja yang ditawarkan oleh pihak *ShopeePay* dan lebih memilih voucher maupun diskon dengan metode pembayaran lain seperti pembayaran melalui transfer bank, COD, dan memiliki pembayaran elektronik lainnya.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Perilaku Konsumsi di Kalangan Mahasiswa Unitri.

Nilai Thitung = 4,124 > Ttabel 1,675 dengan nilai signifikansi 0,000 (p 0,05), menunjukkan bahwa H2 diterima, menunjukkan bahwa keamanan (X2) berpengaruh positif dan hanya signifikan secara marginal terhadap perilaku konsumsi (Y) pada mahasiswa Unitri. Informasi pribadi aman saat membayar menggunakan *ShopeePay*, *ShopeePay* menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna, yang dikelola *ShopeePay* memiliki kerahasiaan berupa

password data pribadi kita dibocorkan oleh pihak *ShopeePay*. Mengenai saya memberikan kepercayaan kepada *ShopeePay* mengenai transaksi yang saya lakukan. Dalam pembayaran berbasis elektronik tentunya keamanan faktor utama yang harus terjaga agar tidak jadi kasus kejahatan di dalamnya. Untuk melindungi akun penggunanya, *ShopeePay* menawarkan berbagai langkah keamanan. Akibatnya, keamanan yang ketat diperlukan untuk semua sistem informasi terkait keuangan dan pembayaran. Ada berbagai langkah keamanan di *E-wallet ShopeePay*, termasuk pin, pengenalan wajah, dan sidik jari. Sejak pengguna mengaktifkan akun dengan sistem keamanan ini, *ShopeePay* memiliki fitur tambahan seperti *one-time password* (OTP) dan peringatan khusus yang membuat pengguna, khususnya pelajar, tertarik untuk menggunakan *ShopeePay* dibandingkan dengan program pembayaran lainnya.

3. Pengaruh Diskon Belanja Dan Keamanan Terhadap Perilaku Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Unitri.

Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (9,039) > F_{tabel} (3,180)$ memiliki nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) dan diskon belanja (X1) secara bersama-sama atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) di kalangan mahasiswa Unitri. Mengenai saya menggunakan *ShopeePay* karena faktor budaya yang berkembang, saya sangat nyaman menggunakan *ShopeePay* untuk transaksi pembayaran online, pembayaran menggunakan *ShopeePay* banyak diskon harga produk yang dibeli dengan *ShopeePay* lebih murah, saya menggunakan *ShopeePay* karena lebih ekonomis waktu dan biaya, dan saya menggunakan *ShopeePay* karena termotivasi pemenuhan kebutuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diperoleh $t_{hitung} = -1,121$ $t_{tabel} 1,675$ dengan nilai signifikansi $0,232 > 0,05$ berarti H1 tidak terdukung. Karena responden tidak melihat keuntungan dari diskon belanja yang diberikan oleh *ShopeePay* dan lebih memilih metode pembayaran alternatif, maka dapat disimpulkan bahwa diskon belanja tidak berdampak pada perilaku konsumen mahasiswa.

Karena nilai $t_{hitung} = 4,124 > t_{tabel} 1,675$ dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan pengaruh keamanan (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) pada mahasiswa Unitri adalah positif dan hanya signifikansi marginal, maka H2 diterima.

Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (9,039) > F_{tabel} (3,180)$ dengan nilai signifikansi sebesar (0,000) menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) dan diskon belanja (X1) secara bersama-sama atau kombinasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap konsumsi. perilaku (Y) di kalangan mahasiswa Unitri, sehingga hipotesis H3 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan lainnya

Hanum, Zubaidah, & S.H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), Pp. 37–43.

- Joan, L., & T.S. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen Vol. 8 (2)*, 27-39.
- Mjahidin, A., & R.P.F. (2020). Pengaruh Fintech E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Jurnal Inovasi Binsu. Jurnal Inovasi Bisnis Vol. 8 (3)*, 143-150.
- Prasetya, H. & S.E.P. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis, Vol.17(2)*, Pp. 151–158.
- Rohman, Y., & N.T. (2021). Pengaruh Sisten Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Pajak Vol 22 (1)*, 3-11.
- Saputri, C. N., & R.R, A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumefn dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 5 (1)*, 153-163.
- Sari, Laila.R. Reni.A., Mella S.K., dan Lana S. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompset Elektronik ShopeePay. *Jurnal Akuntansi. Vol. 6 (1)*. Pp. 59-69.
- Sari, R. F., P.S, E., & S, A. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompset Digital ShopeePay. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 9(2)*, 480-485.