

ANALISIS DETERMINAN KEPUTUSAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN QRIS

¹Evina Clara Aprilia, ²Ary Natalina, ³Agustina Nicke Kakiay

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : January 28th 2026
Revised : January 30th 2026
Accepted : February 1st 2026
Available Online: February 2nd 2026

Corresponding author*:

evinaclaral@gmail.com

Cite This Article:

Evina Clara Aprilia, Ary Natalina, & Agustina Nicke Kakiay. (2026). ANALISIS DETERMINAN KEPUTUSAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN QRIS. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 48–63.
<https://doi.org/10.56127/jekma.v5i1.2557>

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jekma.v5i1.2557>

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan keputusan bertransaksi menggunakan QRIS, yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar melalui *g-form* kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Sedangkan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Persepsi keamanan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan bertransaksi menggunakan QRIS.

Kata Kunci: Keputusan bertransaksi, literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan

PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia menjadi serba modern, salah satunya adalah sektor finansial. Transaksi yang semula dilakukan secara *offline* kini banyak dilakukan secara *online*.

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) membuktikan adanya inovasi sistem modern, untuk mempermudah transaksi uang elektronik. QRIS ini merupakan standar Kode Nasional yang diciptakan oleh Regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) (Saputri, 2020).

Dalam implementasinya, setiap penyelenggara sistem pembayaran melalui uang elektronik wajib menyertakan *barcode* yang berbasis dari QRIS. Di Indonesia penggunaan QRIS sebagai standar pembayaran uang elektronik telah diatur dalam ketentuan BI dalam PADG N.21/18/2019 Tentang Implementasi pembayaran melalui QRIS sebagai standar Internasional (bi.go.id2019).

Berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Maret 2024 ada sekitar 48 juta konsumen (*user*) yang menggunakan QRIS. Jumlahnya

meningkat 50% sekaligus menjadi rekor tertinggi baru. Kenaikan pengguna ini beriringan dengan makin banyaknya pedagang (*merchant*) yang melayani pembayaran dengan QRIS. Pertumbuhan konsumen dan pedagang ini juga mendorong naiknya transaksi. QRIS adalah fasilitas pembayaran digital dari Bank Indonesia (BI). Bahkan, kini semua perbankan wajib menyediakan layanan alat pembayaran tersebut. Sejak Bank Indonesia pertama kali meluncurkan QRIS pada 17 Agustus 2019, proses transaksi dengan alat pembayaran jenis semakin meluas, mudah dan efektif.

Bank Central Asia (BCA) merupakan bank swasta nasional terbesar di Indonesia yang memiliki fitur dan layanan perbankan modern serta memiliki jaringan pelayanan yang canggih dan terpercaya di kalangan masyarakat. Bank Central Asia (BCA) menghadirkan layanan kepada para nasabah berupa *BCA mobile banking*. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat kini lebih memilih melakukan pembayaran secara digital dengan menggunakan QRIS pada aplikasi *mobile banking* karena lebih praktis dan efisien. Salah satu metode pembayaran yang semakin populer

adalah BCA *Mobile Banking* yang menyediakan fitur pembayaran non tunai melalui QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) payment.

Menurut Goodstats (2022) aplikasi m-BCA menjadi aplikasi paling populer di Indonesia dengan skor mencapai 47,4%. Di urutan kedua diisi oleh aplikasi BRI *Mobile* dengan skor mencapai 19,4%. Urutan selanjutnya ditempati oleh aplikasi m-Banking Mandiri dengan skor 12,9%. Urutan keempat diisi oleh aplikasi BNI *Mobile* yang menempati posisi kelima dengan skor 3,8%.

Tjiptono (2002) menyatakan bahwa keputusan bertransaksi merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal apa masalahnya, mencari informasi mengenai produk tertentu dan untuk mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut untuk dapat memecahkan masalahnya, yang nantinya mengarah kepada keputusan untuk menggunakannya. Faktor pertama yang memengaruhi keputusan bertransaksi pada penggunaan dalam mengadopsi dan menggunakan aplikasi *mobile banking* adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan atau skill seseorang yang melibatkan pengalaman dan pengetahuan untuk mengatur keuangan pribadinya sehingga terjadi kesejahteraan (Latifiana, 2017). Menurut Otoritas Jasa Keuangan OJK (2014), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik (Safira & Susanti, 2020).

Faktor kedua yaitu kemudahan, kemudahan juga memengaruhi keputusan bertransaksi. Kemudahan bertransaksi didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Selamet, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta (Ilyin & Widiartanto, 2020).

Faktor ketiga yang dapat mengurangi kekhawatiran terkait ketidakpastian atau risiko yang timbul akibat penggunaan teknologi keuangan adalah kepercayaan. Menurut (Setiawan, 2020) kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Tingginya kepercayaan yang dimiliki pengguna QRIS dapat menjadi faktor pendorong mereka untuk berminat menggunakan QRIS ketika bertransaksi selanjutnya yang mudah dipahami dan dipelajari serta mitra layanan pembayaran mudah di temui oleh pengguna. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ilmiyah & Krishnawan, 2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan pada keputusan pembelian. Namun berdasarkan penelitian (Baskara dan Hariyadi, 2014), kepercayaan memengaruhi secara positif namun tidak signifikan pada keputusan pembelian.

Adapun faktor yang terakhir yaitu keamanan. Risiko keamanan yang dialami oleh seseorang, dapat memengaruhi keputusan orang tersebut untuk menggunakan layanan *fintech*. Menurut Nasri dan Zarai (2014) risiko keamanan merupakan perlindungan atas ancaman keamanan serta kontrol atas informasi pribadi pelanggan dalam bertransaksi secara *online*. Penelitian yang dilakukan (William dan Aripadono, 2020) menunjukkan hasil dimana jaminan keamanan atau yang disebut integritas *online* dan alternatif pembayaran yang beragam memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian secara *online*. Namun berbeda dengan penelitian (Sukma, 2012) yang menunjukkan hasil *security* atau keamanan tidak berpengaruh signifikan.

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, literasi keuangan, terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Dan juga untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan bertransaksi menggunakan QRIS.

Financial Technology (Fintech)

Menurut (Dewi, 2020) menyatakan bahwa kehadiran dan pelaksanaan pengguna *financial technology* di Indonesia juga perlu selalu dikembangkan, baik pada segi pemerintah ataupun masyarakat agar dapat memantau, serta mengawasi segala kegiatan keuangan baik pada level negara perusahaan maupun penggunaan pribadi.

Literasi Keuangan

Menurut Roestanto (2018) "Literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik". Menurut Oseifuah (2010), ada 3 indikator *financial literacy*, antara lain:

1. *Financial Knowledge*
2. *Financial Attitudes*
3. *Financial Behavior*

PersepsiKemudahan

Menurut (Jogiyanto, 2019) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Venkatesh dan Davis (2016) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. *Easyness*
2. *Clearandunderstandable*
3. *Easy tolearn*
4. *Overalleasiness*

PersepsiKepercayaan

Menurut (Kotler dan Keller, 2012) kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Menurut (Ridwan, Militina, & Achmad, 2020) indikator kepercayaan ada 4 komponen, yaitu:

1. PersepsiIntegritas(*Integrity*)
2. PersepsiKebaikan(*Benevolence*)
3. PersepsiKompetensi(*Competence*)
4. KonsistensiPerilakuOlehPenjual (*Predictability*)

PersepsiKeamanan

Keamanan dapat ditingkatkanmelalui enkripsi, verifikasi, otentikasi, dan perlindungan dari situs yang terlibat dan ketika pengguna dirasakan bahwa situs mereka menjelajahi sepatutnya dilindungi dari ketidakamanan mereka akan kognitif terpasang dan serta senang dengan situs (Chellapa & Pavlou, 2002) dalam Salimonet al (2017). Terdapat beberapa indikator keamanan menurut Fransiska Vania Sudjtmika(2017),diantaranyaadalah:

1. Integritas(*integrity*)
2. Pencegahan penyangkalan (*non repudation*)
3. Keaslian(*authentication*)
4. Kerahasiaan(*confidentiality*)
5. Privasi(*privacy*)

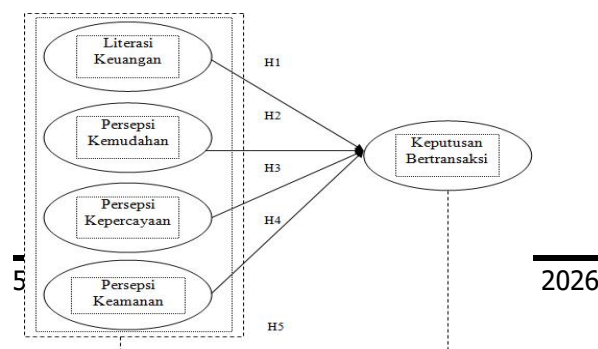
KeputusanBertransaksi

Schiffman dan Kanuk (2004) menyatakan keputusan bertransaksi merupakan opsi dari dua atau lebih opsi dalam keputusan pembelian yang berbeda (alternatif), yang menunjukkan bahwa harus ada berbagai pilihan yang tersedia sebelum keputusan dapat dibuat. Menurut Kotler dan Keller(2016)keputusanpembelianmemiliki indikator yaitu :

1. PemilihanProduk
2. PilihanBrand(Merek)
3. PemilihanPenyalur
4. JumlahPembelian
5. PenentuanWaktuKunjungan
6. MetodePembayaran.

2. Model Penelitian

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu model penelitian yang dapat menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

- H1 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi
H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi
H3 : Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi
H4 : Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi

Metode Penelitian

Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pengguna QRIS pada aplikasi Bank BCA.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian kepada responden melalui *Google Form*.

Populasi dan Sampel Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS.

Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan kriteria atau karakteristik tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Cara untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat pada tampilan output *Cronbach's Alpha* pada kolom *Corrected Item Correlation*. Nilai yang terdapat pada kolom tersebut dibandingkan dengan nilai *r* tabel pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 dengan uji dua arah serta sampel responden sebanyak 30 orang. Pengujian ini dilakukan dengan melihat perhitungan *degree of freedom* ($df = n - 2$). Maka didapat $30 - 2 = 28$, dan diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,196. Uji validitas dapat dilakukan dengan persyaratan sebagai berikut:

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ atau $r \text{ hitung} > 0,196$ maka kuesioner tersebut valid
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ atau $r \text{ hitung} < 0,196$ maka kuesioner tersebut tidak valid

Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas terhadap pernyataan kuesioner pada penelitian ini.

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas				
Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0.744	0,361	Valid
	X1.2	0.609		Valid
	X1.3	0.660		Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0.485	0,361	Valid
	X2.2	0.648		Valid
	X2.3	0.691		Valid
	X2.4	0.685		Valid
	X3.1	0.65		Valid

Persepsi Keamanan	X4.1	0.626	0,361	Valid
	X4.2	0.654		Valid
	X4.3	0.768		Valid
	X4.4	0.766		Valid
	X4.5	0.722		Valid
Keputusan Bertransaksi	Y.1	0.772	0,361	Valid
	Y.2	0.645		Valid
	Y.3	0.778		Valid
	Y.4	0.743		Valid
	Y.5	0.765		Valid
	Y.6	0.642		Valid

Sumber: DatadiolahSPSS2024

UjiReliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan reliabel atau tidak. Syarat reliabel suatu instrumen adalah jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

HasilUjiReliabilitas

Uji Reliabilitas			
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.748	0,70	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.740	0,70	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (X3)	0.748	0,70	Reliabel
Persepsi Keamanan (X4)	0.780	0,70	Reliabel
Keputusan Bertransaksi (Y)	0.782	0,70	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa pada variabel Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Keamanan, dan Keputusan Bertransaksi memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan reliabel, sehingga untuk selanjutnya item-item pernyataan tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47022102
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,052
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan diatas, menunjukkan bahwa nilai *Assymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinieritas

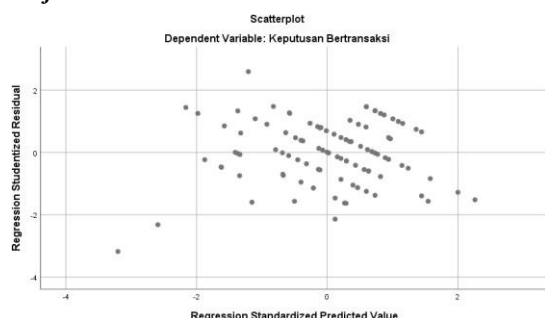
Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19,286	2,669		7,225	,000		
	Literasi Keuangan	-,599	,153	-,323	-3,924	,000	,804	1,244
	Persepsi Kemudahan	-,386	,125	-,271	-3,083	,003	,709	1,411
	Persepsi Kepercayaan	,189	,134	,123	1,408	,162	,716	1,397
	Persepsi Keamanan	,867	,106	,752	8,197	,000	,648	1,543

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel bebas (literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi keamanan) memiliki nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas (independen) dalam model regresi tersebut. Jadi model regresi yang diajukan dapat dilanjutkan untuk dianalisa.

UjiHeteroskedastisitas



UjiHeteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidakmembentuksuatupolatertentu,terlihat titik-titikjugamenyebar secaraacakbaik diatas ataupundibawahangka0padasumbuY.Maka dapat disimpulkan bahwa modelregresidalam penelitianinitidakterjadiheteroskedastisitas.

AnalisisRegresiLinierBerganda

HasilUjiRegresiLinier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	19,286	2,669		7,225	,000	
	Literasi Keuangan	-,599	,153	-,323	-3,924	,000	,804 1,244
	Persepsi Kemudahan	-,386	,125	-,271	-3,083	,003	,709 1,411
	Persepsi Kepercayaan	,189	,134	,123	1,408	,162	,716 1,397
	Persepsi Keamanan	,867	,106	,752	8,197	,000	,648 1,543

a. Dependent Variable: Keputusan Bertransaksi

Berdasarkanpadatabel diatasdari hasilujiregresilinearbergandamenunjukkan bahwapersamaanregresilinearbergandauntuk penelitianiniyaituLiterasiKeuangan,Persepsi Kemudahan,Persepsi Kepercayaan, Persepsi KeamananterhadapKeputusanBertransaksi, sebagaiberikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 19,286 - 0,599 \text{ Literasi Keuangan} - 0,386 \text{ Persepsi Kemudahan} + 0,189 \text{ Persepsi Kepercayaan} + 0,867 \text{ Persepsi Keamanan} + e$$

Darihasilpersamaanregresilinear berganda diatas dapat dijelaskan yaitu :

1. Nilaikonstanta(α)bernilaipositifyaitu sebesar 19,286 artinya jika variabel bebasyaituLiterasiKeuangan,Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Keamanan dianggap tetap maka dapat diperkirakan variabel terikat yaitu Keputusan Bertransaksi menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 19,286.
2. Nilai koefisien regresivariabel bebas LiterasiKeuangan bernilai negatif yaitu sebesar -0,599. Hal ini menunjukkanbahwavariabelLiterasi Keuangan memiliki hubungan yang tidak searah apabila variabel Literasi Keuangan meningkat satu satuan, maka diperkirakan tingkat pengambilanKeputusanBertransaksi menggunakan QRIS juga akan menurunsebesar-0.599(59%)dengan asumsivariabellainnyabernilaitetap.
3. Nilai koefisien regresivariabel bebas Persepsi Kemudahan bernilai negatifyaitusebesar-0,386.Halini menunjukkanbahwavariabelPersepsi Kemudahanmemilikihubungan yang tidaksearahapabilavariabelPersepsi Kemudahan meningkat satu satuan, makadiperkirakan tingkatpengambilan Keputusan Bertransaksi menggunakan QRISjugaakanmenurunsebesar-0.386(38,6%)denganasumsivariabel lainnya bernilai tetap.

4. Nilai koefisien regresi variabel bebas Persepsi Kepercayaan bernilai positif yaitu sebesar 0,189. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan memiliki hubungan yang searah dengan Keputusan Bertransaksi menggunakan QRIS. Jika variabel Persepsi Kepercayaan mengalami kenaikan maka Keputusan Bertransaksi menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 0,189 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel bebas Persepsi Keamanan bernilai positif yaitu sebesar 0,867. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Keamanan memiliki hubungan yang searah dengan Keputusan Bertransaksi menggunakan QRIS. Jika variabel Persepsi Keamanan mengalami kenaikan maka Keputusan Bertransaksi menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 0,867 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memperoleh nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $-3,924 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa variabel literasi keuangan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap menurunnya keputusan bertransaksi (Y) menggunakan QRIS.

Pengaruh literasi keuangan dalam menggunakan QRIS menjadi salah satu faktor yang dapat menarik keputusan bertransaksi tersebut. Literasi keuangan merupakan suatu ilmu untuk memberikan pengaruh pada seseorang guna melakukan pengelolaan pendapatan agar menuju hidup sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan bertransaksi dengan QRIS tidak untuk perilaku konsumtif tetapi untuk memenuhi kebutuhan yang memiliki prioritas lebih penting dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmat, Suarman, dan R. M. Riadi (2022), mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dimana jika literasi keuangan mahasiswa semakin meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa akan otomatis mengalami penurunan. Semakin tinggi kemampuan mahasiswa pendidikan ekonomi dalam hal literasi keuangannya maka dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi dalam kegiatan konsumsi. Temuan penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen oleh Kotler & Keller (2016), yang mana bahwa unsur psikologis berupa proses pembelajaran memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Selain itu, faktor literasi keuangan penting diterapkan dalam penggunaan pembayaran non tunai. Hal ini dapat memengaruhi orang untuk membuat literasi keuangan yang bijak di masa depan, jika dibekali hal itu maka mereka dapat mendiskusikan masalah keuangan dan menetapkan prioritas. Menggunakan uang elektronik sesuai kebutuhan, meningkatkan kesejahteraan, membuat rencana keuangan, dan menghindari potensi masalah keuangan di masa depan (Girani & Susanti, 2020).

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $-3,083 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa variabel persepsi kemudahan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap menurunnya keputusan bertransaksi (Y) menggunakan QRIS.

Pengaruh kemudahan dalam bertransaksi menggunakan QRIS menjadi suatu daya tarik tersendiri, karena kemudahan itu yang membuat konsumen tidak perlu berfikir secara rumit. Kemudahan bertransaksi dalam penggunaannya harus mudah digunakan, mudah dipahami, memiliki banyak pilihan metode pembayaran dan pengiriman barang serta memberikan rasa nyaman dan aman pada konsumen.

Berbagai kemudahan ditawarkan dalam melakukan transaksi online, namun di balik itu terdapat risiko yang juga dapat terjadi dalam bertransaksi secara online. Semakin canggih teknologi informasi semakin tinggi pula tingkat kejahatan melalui dunia maya (*cyber crime*) yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari sebuah penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan dalam penelitian ini menjadi komponen terpenting ketika transaksi menggunakan QRIS. Rata-rata pengguna QRIS menunjukkan bahwa persepsi kemudahan yang diperoleh saat menggunakan sesuai dengan fitur-fitur yang disediakan, tidak sedikit dari masyarakat tetap menggunakan QRIS sebagai alat transaksi digital.

Hasil penelitian pada variabel persepsi kemudahan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imam Sugih Rahayu (2015) dengan judul "Minat Nasabah

Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (Tam) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)” yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh negatif pada minat perilaku untuk menggunakan *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis terbukti diterima dengan pengaruh negatif. Hal ini dikarenakan sistem perbankan yang digunakan untuk mengakses *Mobile Banking* sering mengalami *errors system*, sehingga menimbulkan kekhawatiran dan kekecewaan dalam penggunaan. Oleh karena itu timbul keraguan nasabah dalam penggunaannya, sehingga semakin tingginya tingkat *error system* akan menurunkan minat nasabah.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,408

$< 1,985$ dengan tingkat signifikan $0,162 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa variabel persepsi kepercayaan (X_3) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi (Y) menggunakan QRIS.

Variabel persepsi kepercayaan merupakan keyakinan seseorang kepada orang lain yang mendapat kejujuran serta bisa dipercayai, dan bisa dipercayai untuk mendapatkan berbagai ketentuan dalam bertransaksi yang sesuai keinginan pelanggan.

Dalam penelitian ini persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi, hal ini didukung hasil kuesioner pada tabel 4.6 hasil deskripsi tanggapan responden pada variabel Persepsi Kepercayaan (X_3) dapat dilihat uraian dari pernyataan $X_{3.1}$ menunjukkan penilaian netral (ragu-ragu) dengan item pernyataan “Saya

menyukai QRIS pada aplikasi BCA *Mobile Banking* karena bisa diandalkan” dengan total skor 4%. Skor skala bisa menjadi bias jika responden yang cenderung memilih kategori tengah, dikarenakan tidak memahami butir dan merasa tidak nyaman dengan pernyataan yang diberikan. Selanjutnya uraian pernyataan $X_{3.2}$ menunjukkan penilaian netral (ragu-ragu) dengan item pernyataan “Saya yakin bahwa tim pengembang di balik QRIS dalam aplikasi BCA *Mobile Banking* bertujuan untuk memberikan layanan yang terbaik bagi penggunaannya” dengan total skor 2%. Uraian pernyataan $X_{3.3}$ menunjukkan penilaian netral (ragu-ragu) dengan item pernyataan “Saya percaya QRIS pada aplikasi BCA *Mobile Banking* menawarkan sistem pembayaran yang aman” dengan total skor 6%. Uraian pernyataan $X_{3.4}$ menunjukkan penilaian netral (ragu-ragu) dengan item pernyataan “Saya percaya bahwa BCA *Mobile Banking* akan konsisten dalam menjaga keamanan dan kualitas layanan QRIS di aplikasinya” dengan total skor 3%.

Menurut teori perilaku konsumen pada suatu aplikasi terdapat keraguan konsumen untuk bertransaksi dalam *website* hingga saat ini masih ada. Keengganan ini disebabkan karena adanya kasus-kasus penipuan dalam aktivitas belanja online dan kondisi virtual yang menyebabkan konsumen tidak dapat mencoba produk secara langsung.

Berbagai permasalahan yang sering dijumpai oleh konsumen dalam berbelanja dengan menggunakan situs jualan online antara lain adalah tingkat kepercayaan konsumen yang kurang dalam berbelanja *online*, kepercayaan terhadap tindakan penipuan atas barang yang akan dibeli tidak sesuai seperti pada keterangan dari penjualan atau misalnya jika konsumen sudah melakukan *transfer* sejumlah uang untuk membeli barang tersebut akan tetapi barang tersebut tidak di kirimkan, serta keamanan akan barang sampai dengan selamat atau tidaknya.

Hasil penelitian pada variabel persepsi kepercayaan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ummi Khoiriyah, dan Purnama Putra (2020) dengan judul “Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui *BSIMobile*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi. Kemudian pada penelitian Anggraini (2023) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 8,197

$> 1,985$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa variabel persepsi keamanan (X_4) secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi (Y) menggunakan QRIS.

Menurut Afghani dan Yulianti (2016), keamanan merupakan suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis dan mengurangi risiko-risiko yang terjadi. Keamanan merupakan faktor yang sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap niat bertransaksi dan keputusan pembelian secara online.

Hasil penelitian pada variabel persepsi keamanan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi dan Haryanto (2021) dengan judul "Peran Tampilan Produk, Keamanan Dan Kemudahan Pada Keputusan Bertransaksi Menggunakan Jasa Pengiriman Shopee" yang mana dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel persepsi keamanan memengaruhi keputusan bertransaksi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Sedangkan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan bertransaksi menggunakan QRIS adalah persepsi keamanan.

Berdasarkan hasil penelitian variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS, maka diharapkan perusahaan untuk mengembangkan serta mempertahankan faktor-faktor yang ada didalamnya, sehingga kedepannya dapat lebih meminimalisir risiko yang terjadi dan meningkatkan kepercayaan pada saat menggunakan QRIS dan tidak mengubah keputusan bertransaksi dari QRIS kepada aplikasi transaksi digital yang lain.

Untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperdalam lingkup topik penelitian ini dan memperluas objek penelitian serta masih banyak variabel yang belum diteliti dan diharapkan menggunakan variabel yang berbeda dari variabel penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basalamah, R., Nurdin, Haekal, A., Noval, & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Aditya, T., & Mahyuni, L. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 24, No. 2.
- Aini, F. N., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 10, No. 11.
- Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS). *Edunomika*, Vol. 8, No. 1.
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*, Vol. 4, No. 2.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Vol. 15, No. 1.
- Anggono, B. N., Istiatin, & Hadi, S. (2020). Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uniba Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol. 15, No. 1.
- Ardana, S. G., Luqyana, A. S., Antono, I. A., Rahayu, R. P., Qonita, L., Zahra, S. A., & Alsyahdat, F. (2023). Efektifitas Penggunaan QRIS bagi Kalangan Mahasiswa UNNES untuk Transaksi Pembayaran dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi pada Era Digitalisasi. *Jurnal Potensial*, Vol. 2, No. 2.
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopee Pay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 1.

- Cori, O. P., Menuk, C., & Arianto, B. (2021). Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, Vol. 2, No. 1.
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, Vol. 12, No. 1.
- Elsa, D. A., & Hayati, I. (2023). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Umsu. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol. 7, No. 3.
- Febrianti, D., Hidayah, S. A., Abdullah, & Lawita, F. N. (2021). Penerapan Basis Data pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 5, No. 2.
- Hady, A., Sudaryanti, D., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Masyarakat Kota Malang). *El- Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, Vol. 3, No. 2.
- Hidayati, N., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Merchant Di Lombok Epicentrum Mall. *Jurnal Ganec Swara*, Vol. 18, No. 1.
- Hie, B. P. (2015). *Transformasi Digital Bank Di Indonesia: Konsep dan Praktek Dalam Memimpin Transformasi Total*. Malang: Media Nusa Creative.
- Jefriansyah, & Muhajirin. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Jihan, R., & Fatah, D. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile Sebagai Digital Payment. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 3.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 1.
- Kamilah, L. K., & Haryati, D. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Untuk Transaksi Pembayaran Pada UMKM. *Jurnal Lentera BITEP*, Vol. 2, No. 1.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Laili, S. W., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Efikasi Keuangan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNARS. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 1, No. 3.
- Latief, F. (2023). Aspek Kemudahan Kegunaan Fitur Layanan dan Cashback Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 9, No. 1.
- Mahar, S.R., Kustiyah, E., & Damayanti, R. (2020). Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api secara Online (Studi Kasus pada Aplikasi KAI Access). *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol. 18, No. 3.
- Megantara, A., & Permata, W. I. (2023). Peranan Promosi dan Kemudahan Penggunaan di Dalam Keputusan Bertransaksi Menggunakan Isaku pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Cileungsi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Vol. 5, No. 6.
- Muis, Y. R., Santi, I. N., Bachri, S., & Asriadi. (2024). Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Non Tunai Menggunakan QRIS. *Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia (JIBI)*, Vol. 1, No. 4.
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*, Vol. 7, No. 1.
- Ningrum, C.I., Sujianto, A. E., & Faizin, M. A. (2023). Transformasi Digital pada Sistem Informasi Perbankan dan Keputusan Bertransaksi pada Bank Syariah: Kasus di Indonesia. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, Vol. 8, No. 2.

- Nursyahida, F. I., & Hasanuddin, M. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Pada Aplikasi Investree Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Peer To Peer Lending Syariah. *Jurnal Ekonomi Industri Halal*, Vol. 2, No. 1.
- Oktariani, F., Panorama, M., & Bayumi, M. R. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 1, No. 3.
- Palupi, A. A., Hartati, T., & Sofa, N. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem Qris terhadap keputusan bertransaksi menggunakan Qris pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE*, Vol. 10, No. 1.
- Pandak, A., & Nugroho, D. S. (2023). Pengaruh Financial Technology Dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, Vol. 1, No. 3.
- Panjaitan, L. O., & Sitorus, N. H. (2022). Analisis Pengaruh Transaksi Non Tunai Terhadap Peredaran Uang Tunai di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, Vol. 3, No. 10.
- Piarna, R., & Apandi, T. H. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Pelanggan E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*, Vol. 1, No. 1.
- Polii, D. E., Tumbel, A., & Samadi, R. (2023). Pengaruh Tampilan Web, Kepercayaan, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Bertransaksi Pada Marketplace Shopee Di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 11, No. 3.
- Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Life Style terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2023). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 6, No. 3.
- Putri, H. R., & Yennisa. (2023). Faktor- Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan e-wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta). *UBMJ: UPY Business and Management Journal*, Vol. 2, No. 2.
- Putri, N. M., Lakoni, I., & Safrianti, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada UMKMDi Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2.
- Rachmawati, F. F., Sudarno, & Sabandi, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Dimoderasi Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Qris Pada Pelaku Umkm Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 11, No. 1.
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11, No. 3.
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus Pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 38, No. 1.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 12, No. 2.
- Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millennial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay). *Journal of Economics and Accounting*, Vol. 3, No. 2.
- Subhan, Muvida, & Hidayanti, I. E. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee, Kota Ternate). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 12, No. 1.
- Sugiharto, B., Umiyati, I., & Sholihah, N. N. (2021). Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Model To the Intention To Using Mobile Banking Service. *ACCRUALS : Accounting Research Journal of Sutaatmadja*, Vol. 5, No. 2.
- Sulfina, Yuliniar, & Aziz, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 17, No. 2.

- Sumarsono, A. P., Surbakti, M. H., Huda, N., & Rini, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Keputusan Bertransaksi Nasabah Pengguna Mandiri Syariah Mobile (Msm). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 2.
- Suratno, Rosmiati, & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vo. 2, No. 1.
- Sutrisna, P. B., & Astiti, D. P. (2015). Gambaran kepercayaan konsumen dalam berbelanja online di jkb kaskus. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 2, No. 2.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal Management, Business, and Accounting*, Vol. 22, No. 1.
- Utami, A. P., Mutiah, N., & Rusi, I. (2022). Pengukuran Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Dan Usability (Studi Kasus: Bank Kalbar Cabang Utama Pontianak). *Jurnal Komputer dan Aplikasi*, Vol. 10, No. 1.
- Warsidi, & Kurniawan, S. (2024). Transaksi Keuangan Non Tunai Di UPTD Pengembangan Mutu Dan Pemasaran Hasil Perikanan Kota Probolinggo. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 1, No. 3.
- Widiyati, D., & Erliana. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perlindungan Data, Dan Cybersecurity Terhadap Penggunaan Financial Technology. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, Vol. 9, No. 1.
- Winata, V. P., Sabri, & Dewi, S. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *Jurnal Ekonomika Syariah*, Vol. 2, No. 2.