

Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopeepay* pada Mahasiswa/i D4 Dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Angella Priyatna

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: angella.priyatna@gmail.com

Atika Siti Hajar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: atikaasitii1@gmail.com

Gemah Putri Djaelani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: gemahptrd@gmail.com

Nabila Ramadhanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: nabilardht20@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the influence of financial literacy and ease of use on the decision to use ShopeePay among D4 and S1 students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. The study adopts a quantitative methodology utilizing a survey approach, with 151 respondents carefully selected through purposive sampling. Data were collected via an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The findings indicate that both financial literacy and ease of use exert a positive and statistically significant influence on the decision to utilize ShopeePay, both independently and together. Financial literacy improves students' capacity to manage finances effectively and make informed decisions, while ease of use improves comfort and efficiency in adopting financial technologies. The independent variables account for 35.6% of the variance in the decision to use ShopeePay, with the remaining variance determined by other factors that are excluded from the model. This study contributes to the literature on the adoption of financial technologies and offers practical insights for digital wallet service providers. Further studies are essential to explore additional factors affecting the decision to adopt digital financial services.

Keyword: Financial Literacy, Ease of Use, Decision to Use

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay* di kalangan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Penelitian mengaplikasikan pendekatan kuantitatif melalui pendekatan survei yang melibatkan 151 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*. Literasi keuangan meningkatkan kemampuan mahasiswa/i dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan finansial yang

bijak, sedangkan kemudahan penggunaan meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam adopsi teknologi finansial. Variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan 35,6% dari variabilitas keputusan penggunaan *ShopeePay*, adapun sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan mendukung literatur terkait adopsi teknologi finansial dan manfaat praktis dalam pengembangan strategi pemasaran serta edukasi keuangan bagi penyedia layanan dompet digital. Studi lebih lanjut dianjurkan untuk menggali faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan keuangan digital.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Penggunaan

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami kemajuan signifikan dalam literasi dan inklusi keuangan, didorong oleh transformasi digital di sektor finansial. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menyatakan indeks literasi keuangan nasional mengalami kenaikan dari 38,03% menjadi 49,68% pada 2019. Hal serupa terjadi pada indeks inklusi keuangan yang ikut mengalami kenaikan menjadi 85,10% dari sebelumnya 76,19% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Peningkatan ini menunjukkan bahwa adopsi layanan keuangan, termasuk teknologi finansial seperti *e-wallet*, semakin merata di seluruh wilayah dan strata masyarakat. Namun, meskipun literasi keuangan telah terbukti memiliki hubungan positif dengan perilaku keuangan yang bijaksana, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan inkonsistensi dalam pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan layanan digital.

Literasi keuangan, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola sumber daya finansial, merupakan faktor penting dalam memahami manfaat dan risiko produk keuangan seperti *e-wallet*. Penelitian mengungkapkan bahwa individu dengan pemahaman literasi keuangan yang kuat cenderung mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat (Handayani *et al.*, 2023). Namun, penelitian lain menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* (Fadhilah & Rianto, 2023). Di sisi lain, kemudahan penggunaan, yang didefinisikan sebagai keyakinan pengguna terhadap kemudahan teknologi dengan sedikit usaha (Purwanto, 2020), juga telah diidentifikasi sebagai faktor signifikan. Beberapa penelitian menunjukkan dampaknya yang positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* (Bangsa & Khumaeroh, 2023), meskipun penelitian lainnya menyatakan sebaliknya (Arfiansyah *et al.*, 2023).

Adanya inkonsistensi hasil ini mendorong perlunya penelitian lanjutan pemahaman mendalam mengenai peran kedua faktor tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*, baik secara parsial maupun simultan, oleh mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis, seperti menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa depan, serta manfaat praktis, seperti membantu perusahaan FinTech dalam menyusun strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif. Secara sosial, penelitian ini juga bertujuan meningkatkan pemahaman mahasiswa dan masyarakat umum tentang pentingnya literasi keuangan dan efisiensi penggunaan layanan digital untuk mendukung pengambilan keputusan keuangan yang bijaksana.

TINJAUAN LITERATUR

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pemahaman tentang pengelolaan keuangan, terutama dalam hal pengambilan keputusan keuangan (Sibuea *et al.*, 2023), sedangkan menurut (Fatah, 2023), literasi keuangan diartikan sebagai pengetahuan tentang kecerdasan dan tekad yang

dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam membuat keputusan yang lebih baik dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan finansial. Literasi keuangan memiliki sudut pandang dan pemahaman mengenai perencanaan dan risiko keuangan, serta kemampuan, motivasi, dan keyakinan diri untuk menggunakan pemahaman tersebut dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana, meningkatkan kesejahteraan keuangan diri sendiri dan masyarakat, serta terlibat dalam dunia keuangan (Fatah, 2023). Dengan adanya literasi keuangan yang baik dalam diri seseorang membuat seseorang memiliki rasa aman dan nyaman dalam mengelola keuangannya (Sada, 2022). Oleh karena itu, pemahaman literasi yang baik dapat membantu seseorang mengidentifikasi dan mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sebagai lembaga keuangan terkait mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat dengan manfaat sebagai berikut.

1. Dapat memilih dan memanfaatkan produk serta layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan;
2. Memiliki kemampuan untuk melakukan perencanaan keuangan dengan lebih efektif;
3. Dapat bertanggung jawab pada keputusan keuangan yang diambil; dan
4. Terhindar dari kegiatan investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki parameter untuk mengetahui sejauh mana tingkat literasi keuangan seseorang, sebagai berikut.

1. *Well Literate*, situasi ketika individu memiliki pengetahuan, informasi dan keyakinan tentang produk dan lembaga keuangan, meliputi dari fitur, layanan, manfaat, risiko, hak dan kewajiban, serta keterampilan dalam memakai produk dan jasa keuangan.
2. *Sufficient Literate*, situasi ketika individu memiliki pengetahuan dan kepercayaan terkait produk dan lembaga jasa keuangan dari seluruh aspek, tetapi masih kurang dalam menggunakannya.
3. *Less Literate*, situasi ketika individu hanya memiliki pengetahuan terkait produk dan lembaga jasa keuangan, tetapi belum memiliki kepercayaan terhadap produk dan jasa keuangan yang tersedia.
4. *Not Literate*, situasi ketika individu tidak memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap produk dan lembaga keuangan.

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai kemudahan yang diperoleh ketika seseorang melakukan transaksi melalui suatu sistem atau teknologi (Nainggolan *et al.*, 2023). Menurut Maskuri *et al.*, (2019) dalam (Nainggolan *et al.*, 2023), kemudahan penggunaan diartikan semacam tingkatan sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan usaha yang minim dengan karakteristik teknologi yang mudah diakses, dipahami, dan dioperasikan Robaniyah dan Kurnianingsih (2021) dalam (Nainggolan *et al.*, 2023).

Kemudahan penggunaan merupakan determinan kunci dalam adopsi teknologi (MIT, 2020). Hal ini serupa dengan pandangan (Darmawan & Gatheru, 2021) yang menyatakan bahwa pengoperasian situs web akan lebih mudah jika situs web tertata dengan baik. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan dapat mendorong peningkatan adopsi teknologi dalam jangka panjang dan juga memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap teknologi tersebut mudah digunakan.

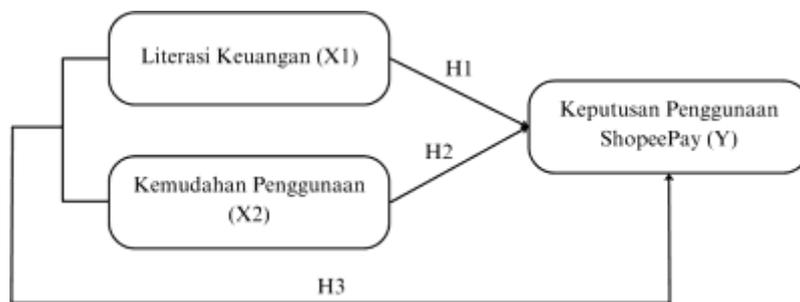
Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan mengacu pada proses integratif yang menggabungkan pengetahuan untuk mempertimbangkan berbagai opsi dan memilih salah satunya (Nainggolan

et al., 2023). Pendapat lain dari (Argitama, 2020), menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah seleksi dari berbagai pemilihan yang dilakukan dalam melaksanakan keputusan yang optimal bagi kebutuhan konsumen, sedangkan (Syaiqoni *et al.*, 2023), mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai bentuk transformasi dari keputusan pembelian. Pendapat ini sepakat dengan (Rinaldi *et al.*, 2020) yang menyatakan keputusan penggunaan adalah tahap pengambilan keputusan yang telah ditetapkan dari pilihan untuk membeli atau tidak dan didapat setelah melaksanakan kegiatan. Kajian lebih lanjut oleh (Arta & Azizah, 2020) menyoroiti keputusan dalam memakai suatu teknologi merupakan tindakan yang dilakukan seseorang mengenai sesuatu yang ingin dipakai, yang mana akan dijalankan, kapan akan dijalankan, dan bagaimana pemakaian dilakukan.

Kerangka Penelitian

Berdasarkan pendahuluan dan landasan teori yang dijelaskan, maka dapat disusun kerangka konsep seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Peneliti (2024)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. H1: Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.
2. H2: Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.
3. H3: Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel mencakup 151 responden yang menggunakan pendekatan mekanisme *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan (X1), kemudahan pengguna (X2), dan keputusan penggunaan *ShopeePay* (Y). Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Kriteria yang digunakan dalam penarikan sampel, meliputi: (1) termasuk mahasiswa/i aktif dengan program studi D4 dan S1 yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta; (2) memiliki usia minimal 17 tahun; (3) memiliki tingkat pendapatan minimal Rp1.000.000 hingga > Rp2.000.000; (4) memiliki tingkat pendapatan, dari Rp1.000.000 hingga > Rp2.000.000; dan (5) telah menggunakan *ShopeePay* minimal < 3 tahun hingga > 6 bulan. Dengan demikian, sampel penelitian ini merupakan cerminan dari populasi yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala *likert* 1-6. Dalam melakukan pengujian, telah dilakukan dengan pengujian instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan

uji heteroskedastisitas. Selanjutnya adalah melakukan uji regresi linear berganda dan uji hipotesis yang mencakup pengujian hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Dalam melakukan analisis data, seluruh pengujian pada penelitian ini menggunakan *software SPSS*.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Jenis Variabel	Nama	Indikator	Sumber
Dependen	Keputusan Penggunaan <i>ShopeePay</i> (Y)	Kemantapan produk; Kebiasaan dalam memakai produk; Memberikan saran kepada orang lain; dan Melakukan penggunaan ulang.	(Putri & Karim, 2024), (Ginting <i>et al.</i> , 2024), dan (Hijir, 2022).
	Literasi Keuangan (X1)	Kemampuan dasar mengelola keuangan; Menabung dan merencanakan keuangan; dan Memahami produk-produk keuangan.	(Banjarnahor <i>et al.</i> , 2023) dan (Aryo & Jelang, 2023)
Independen	Kemudahan Pengguna (X2)	<i>User interface</i> ; Efisiensi interaksi; dan Fleksibel.	(Nursal <i>et al.</i> , 2022)

Sumber: Peneliti (2024)

Penyebaran kuesioner dilaksanakan secara daring menggunakan Google Form dengan mahasiswa/i S1 dan D4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden. Pendapat responden diukur menggunakan skala *likert* 6 poin dengan keterangan pada tabel dibawah.

Tabel 2. Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: Peneliti (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	151	28.00	36.00	32.2649	2.07108
Kemudahan Penggunaan	151	29.00	36.00	32.4172	2.09558
Keputusan Penggunaan	151	29.00	36.00	31.8212	2.31829
Valid N (<i>listwise</i>)	151				

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap tiga variabel, yaitu literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan keputusan penggunaan. Untuk variabel literasi keuangan, rata-rata skor yang diperoleh responden adalah 32,2649, dengan standar deviasi sebesar 2,07108, yang memperlihatkan bahwa sebagian besar responden mempunyai nilai literasi keuangan yang seragam dan tidak terlalu bervariasi. Untuk variabel kemudahan penggunaan, rata-rata skor adalah 32,42172 dengan standar deviasi 2,09558, menunjukkan adanya konsistensi dalam persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan. Pada variabel keputusan penggunaan, rata-rata skor yang diperoleh adalah 31,8212 dengan standar deviasi 2,31829 yang sedikit lebih tinggi, artinya menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden memiliki keputusan yang serupa, ada sedikit lebih banyak variasi dalam keputusan penggunaan. Secara keseluruhan, ketiga variabel menunjukkan kecenderungan yang positif dengan variasi yang relatif kecil, artinya sebagian besar responden memiliki persepsi yang seragam mengenai literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan keputusan penggunaan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Laki-laki	53	35.1	35.1	35.1
	Perempuan	98	64.9	64.9	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Terdapat 151 responden dalam penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 53 responden adalah laki-laki, yang mewakili 35,1% dari total responden. Sementara itu, 98 responden adalah perempuan, yang mencakup 64,9% dari total responden. Proporsi ini memberikan representasi jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, dengan perbedaan sebesar 29,8% dari total keseluruhan. Hal ini menyatakan bahwa perempuan menjadi kelompok mayoritas pada penelitian ini.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	17-20	126	83.4	83.4	83.4
	21-23	25	16.6	16.6	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 151 responden dalam penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 126 responden berada dalam rentang usia 17-20 tahun, yang mewakili 83,4% dari total responden. Sementara itu, 25 responden berada dalam rentang usia 21-23 tahun, yang mencakup 16,6% dari total responden. Proporsi ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-20 tahun jauh lebih banyak apabila dibandingkan dengan rentang usia responden 21-23 tahun dan perbedaan tersebut sebesar 66,8% dari total keseluruhan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	D4 Administrasi Perkantoran Digital	7	4.6	4.6	4.6
	D4 Akuntansi Sektor Publik	9	6.0	6.0	10.6
	D4 Pemasaran Digital	11	7.3	7.3	17.9
	S1 Akuntansi	9	6.0	6.0	23.8
	S1 Bisnis Digital	14	9.3	9.3	33.1
	S1 Manajemen	65	43.0	43.0	76.2
	S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran	10	6.6	6.6	82.8
	S1 Pendidikan Akuntansi	9	6.0	6.0	88.7
	S1 Pendidikan Bisnis	7	4.6	4.6	93.4
	S1 Pendidikan Ekonomi	10	6.6	6.6	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden berasal dari program studi S1 Manajemen, dengan jumlah sebanyak 65 orang (43,0%). Program studi lainnya memiliki jumlah responden yang lebih kecil, seperti D4 Pemasaran Digital dengan 11 orang (7,3%), S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran dan S1 Pendidikan Ekonomi masing-masing 10 orang (6,6%), serta D4 Akuntansi Sektor Publik, S1 Akuntansi, dan S1 Pendidikan Akuntansi masing-masing 9 orang (6,0%). Program studi dengan jumlah responden paling sedikit adalah D4 Administrasi Perkantoran Digital dan S1 Pendidikan Bisnis, yang masing-masing hanya memiliki 7 responden (4,6%). Proporsi ini menunjukkan dominasi responden dari program studi S1 Manajemen, dengan selisih yang cukup signifikan dibandingkan program studi lainnya, yaitu sebesar 43% dari total keseluruhan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	2021	3	2.0	2.0	2.0
	2022	90	59.6	59.6	61.6
	2023	29	19.2	19.2	80.8
	2024	29	19.2	19.2	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Dari 151 responden, mayoritas responden berasal dari angkatan 2022, yaitu sebanyak 90 orang (59,6%). Sementara itu, masing-masing 29 responden (19,2%) berasal dari angkatan

2023 dan 2024. Hanya 3 responden (2,0%) yang berasal dari angkatan 2021. Proporsi ini menunjukkan bahwa angkatan 2022 mendominasi jumlah responden dengan persentase yang jauh lebih besar dibandingkan angkatan lainnya. Sebanyak 80,8% responden berasal dari angkatan 2022, 2023, dan 2024, sementara angkatan 2021 memiliki jumlah responden yang paling sedikit, dengan selisih sebesar 59,6% dibandingkan angkatan 2022.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	< Rp1.000.000	110	72.8	72.8	72.8
	Rp1.000.000 - Rp2.000.000	28	18.5	18.5	91.4
	> Rp2.000.000	13	8.6	8.6	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Mayoritas responden, yaitu 110 orang (72,8%), memiliki tingkat pendapatan kurang dari Rp1.000.000. Sebanyak 28 responden (18,5%) mempunyai pendapatan berkisar Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000, sedangkan 13 responden (8,6%) memiliki pendapatan lebih dari Rp2.000.000. Proporsi ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berpendapatan di bawah Rp1.000.000, dengan perbedaan yang signifikan dibandingkan kelompok lainnya. Jika dilihat dari kumulatifnya, sebanyak 91,4% responden memiliki pendapatan hingga Rp2.000.000. Hal ini menegaskan bahwa hanya sebagian kecil responden, yaitu 8,6%, memiliki pendapatan di atas Rp2.000.000.

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	< 3 bulan	16	10.6	10.6	10.6
	3 - 6 bulan	16	10.6	10.6	21.2
	> 6 bulan	119	78.8	78.8	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Tabel di atas memperlihatkan bahwa mayoritas responden memiliki lama penggunaan di atas 6 bulan, dengan jumlah sebanyak 119 orang (78,8%). Sementara itu, responden yang menggunakan dalam periode kurang dari 3 bulan dan 3 – 6 bulan masing-masing berjumlah 16 orang (10,6%). Proporsi ini menunjukkan dominasi responden dengan lama penggunaan lebih dari 6 bulan, dengan selisih yang signifikan dibandingkan kategori lainnya, yaitu sebesar 68,2% dari jumlah keseluruhan responden.

Uji Validitas

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	.577	.1598	Valid
	X1.2	.583	.1598	Valid
	X1.3	.565	.1598	Valid
	X1.4	.593	.1598	Valid
	X1.5	.628	.1598	Valid
	X1.6	.578	.1598	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.1	.610	.1598	Valid
	X2.2	.679	.1598	Valid
	X2.3	.624	.1598	Valid
	X2.4	.662	.1598	Valid
	X2.5	.599	.1598	Valid
	X2.6	.643	.1598	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	.643	.1598	Valid
	Y.2	.659	.1598	Valid
	Y.3	.670	.1598	Valid
	Y.4	.752	.1598	Valid
	Y.5	.706	.1598	Valid
	Y.6	.660	.1598	Valid

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, nilai r-tabel diperoleh sebesar 0,1598 yang lebih kecil dari masing-masing nilai r-hitung setiap item pernyataan. Hal ini memperlihatkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dianggap valid dan memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam pengukuran.

Uji Reliabilitas

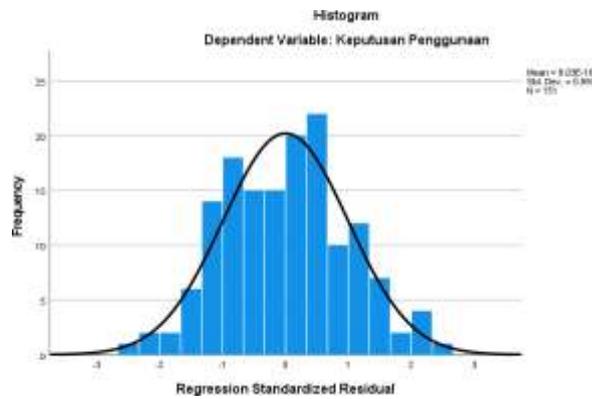
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	.617	.60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	.705	.60	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	.768	.60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Hal ini memperlihatkan bahwa semua variabel pada penelitian ini dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Histogram

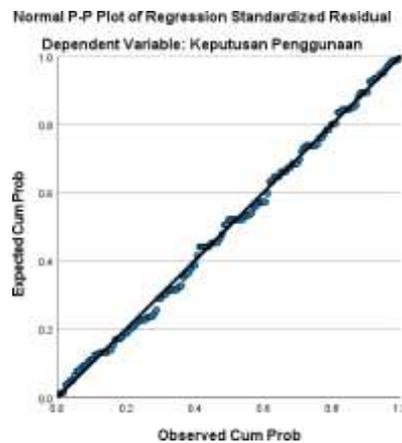


Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Pada grafik normal P-plot di atas memperlihatkan pola data dalam residual berdistribusi normal karena grafik tidak condong ke kiri maupun ke kanan.

Normal P-Plot



Gambar 3. Grafik Normal P-Plot

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Grafik normal P-plot di atas menunjukkan bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 12. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Unstandardized
Residual

N			151
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.86101788
	Absolute		.043
Most Extreme Differences	Positive		.043
	Negative		-.030
Test Statistic			.043
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.733
	99% Confidence	Lower Bound	.722
	Interval	Upper Bound	.744

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* di atas, diperoleh nilai p-value sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansinya sebesar 0,05. Oleh karena itu, data pada penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas

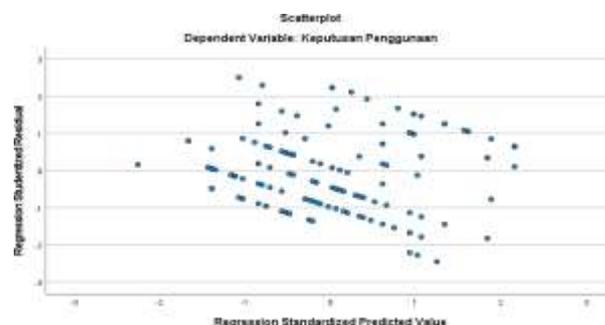
Model		Standardized	Sig.	Collinearity Statistics	
		Coefficients Beta		Tolerance	VIF
1	(Constant)		.070		
	Literasi Keuangan	.338	.000	.903	1.107
	Kemudahan Penggunaan	.398	.000	.903	1.107

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat korelasi antara variabel yang ditunjukkan Hasil uji multikolinearitas di atas, menunjukkan nilai toleransi yang ditunjukkan oleh *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti penelitian ini tidak memiliki permasalahan multikolinearitas antar variabel.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Gambar di atas menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas atau teratur dan tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, model regresi ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.366	2.937		1.827	.070
	Literasi Keuangan	.378	.078	.338	4.863	.000
	Kemudahan Penggunaan	.440	.077	.398	5.729	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disusun persamaan dari model penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 5,366 + 0,378X_1 + 0,440X_2 + e$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa semua variabel X (Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan) memiliki koefisien yang positif. Hal ini menandakan bahwa semua variabel X memiliki pengaruh yang searah terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan *ShopeePay*).

Model penelitian dalam bentuk persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar 5,366 menunjukkan bahwa jika literasi keuangan dan kemudahan penggunaan bernilai nol, maka keputusan penggunaan *ShopeePay* adalah sebesar 53,66%.
2. Koefisien literasi keuangan sebesar 0,378 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan keputusan penggunaan *ShopeePay* sebesar 0,378 atau sebesar 37,8%.
3. Koefisien Kemudahan Penggunaan sebesar 0,440 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan Kemudahan Penggunaan akan meningkatkan keputusan penggunaan *ShopeePay* sebesar 0,440 atau sebesar 44%.

Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan melihat nilai signifikansinya (Sig.) dan nilai t. Berdasarkan hasil yang disajikan pada table 14, dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel literasi keuangan memiliki nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $4,863 > t\text{-tabel} (1,976)$ yang berarti hipotesis diterima bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.
2. Variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $5,729 > t\text{-tabel} (1,976)$ yang berarti hipotesis diterima bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 15. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.664	2	143.332	40.833	.000 ^b
	Residual	519.508	148	3.510		
	Total	806.172	150			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Untuk menguji signifikansi model secara keseluruhan, dilakukan Uji F untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil Uji F di atas diperoleh nilai F sebesar 40,833 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel independen, yaitu literasi keuangan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yakni keputusan penggunaan *ShopeePay*.

Selain itu, signifikansi juga dapat ditentukan melalui perbandingan antara nilai F-hitung dengan nilai F-tabel. Nilai F-tabel yang dihitung dengan rumus ($df_1 : df_2$), dalam penelitian ini adalah 3,06. Hasil analisis ANOVA menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 40,833, yang mana lebih besar dari nilai F-tabel (3,06), maka hipotesis diterima. Dengan demikian, baik melalui tingkat signifikansi maupun perbandingan nilai F-hitung dengan F-tabel, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*.

Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.356	.347	1.87355

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) secara bersamaan memengaruhi variabel dependen, keputusan penggunaan *ShopeePay* (Y). Merujuk pada hasil uji koefisien determinasi di atas, nilai R square diperoleh sebesar 0,356 yang menjelaskan 35,6% dari pengaruh keputusan penggunaan *ShopeePay* (Y) bahwa dapat dijelaskan secara bersamaan oleh kedua variabel independen, yakni literasi keuangan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2). Sedangkan sisanya yang sebesar 64,4% dapat dipastikan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePay*

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS, diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 4,863, yang lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 1,976. Temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*, dapat diterima. Artinya, literasi keuangan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan mereka dalam menggunakan *ShopeePay*.

Dengan kata lain, semakin baik tingkat literasi keuangan mahasiswa/i, semakin baik pula kemampuan mereka dalam membuat keputusan finansial yang bijak, termasuk dalam memilih dan menggunakan layanan dompet digital seperti *ShopeePay*. Untuk mengetahui tingkatan literasi keuangan yang baik pada mahasiswa/i, beberapa indikator telah digunakan dalam pengumpulan data, seperti kemampuan dasar mengelola keuangan, menabung dan merencanakan keuangan, serta memahami produk-produk keuangan. Temuan ini serupa dengan hasil temuan sebelumnya oleh (Handayani *et al.*, 2023), yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan berdampak positif terhadap perilaku keuangan yang bijaksana. Dengan literasi keuangan yang lebih baik, mahasiswa/i lebih mampu memanfaatkan layanan *ShopeePay* secara optimal, mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif, serta berpartisipasi dalam ekosistem keuangan formal. Peningkatan literasi keuangan memberikan manfaat yang komprehensif, seperti membantu mahasiswa/i dalam pengelolaan finansial pribadi serta menentukan langkah keuangan yang lebih baik di masa depan. Adapun penelitian terdahulu lainnya dari (Maulana & Zoraya, 2024) menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Shopeepay*. Serta dari (Sibuea *et al.*, 2023) juga menjelaskan bahwa Literasi Keuangan memberikan pengaruh yang positif terhadap penggunaan uang digital.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil dari data yang telah diolah pada bagian sebelumnya, didapatkan nilai Sig. 0,000 yang jauh dibawah nilai probabilitas 0,05 serta t-hitung dengan nilai sebesar 5,729 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel sebesar 1,976. Hasil ini mampu memberikan penjelasan bahwa hipotesis kedua, yang menguji pengaruh kemudahan penggunaan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, menyajikan penjelasan yang valid dan relevan dengan situasi mahasiswa/i bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dalam menggunakan layanan keuangan *ShopeePay*, maka makin besar pula kemungkinan mereka memutuskan untuk memanfaatkan layanan *ShopeePay*. Untuk memahami tingkat kemudahan penggunaan yang baik bagi mahasiswa/i, beberapa indikator telah digunakan dalam pengumpulan data, yakni user interface, efisiensi interaksi, dan fleksibel. Penelitian sebelumnya, seperti oleh (Purwanto & Budiman, 2020), juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa teknologi yang mudah dioperasikan cenderung memiliki tingkat adopsi yang lebih tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika mahasiswa/i merasakan kemudahan penggunaan layanan keuangan, maka mereka akan memutuskan untuk menggunakan alat pembayaran digital seperti *ShopeePay* guna mendukung kendali finansial mereka melalui fitur-fitur yang tersedia di *ShopeePay*. Adapun hasil penelitian lainnya dari (Iliyin & Widiartanto, 2019) menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital lainnya. Serta dari penelitian (Papayungan *et al.*, 2024) yang juga menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan sangat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan produk keuangan digital.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil analisis data, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05, sementara nilai F-hitung sebesar 40,833 melebihi nilai F-tabel sebesar 3,06. Oleh karena itu, hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*, dapat diterima. Hasil ini memberikan gambaran yang valid dan relevan, terutama bagi mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman literasi keuangan dan kemudahan

penggunaan di kalangan mahasiswa/i, semakin tinggi pula tingkat penggunaan *ShopeePay*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Negeri Jakarta, ditemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa/i, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan *ShopeePay*. Kemudahan penggunaan juga terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa/i dalam menggunakan *ShopeePay*. Hal ini berarti, semakin mudah *ShopeePay* digunakan, semakin besar kemungkinan mahasiswa/i memilih untuk menggunakannya. Selain itu, literasi keuangan dan kemudahan penggunaan bersama-sama memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePay*. Dengan kata lain, jika literasi keuangan meningkat dan *ShopeePay* dianggap semakin mudah digunakan, maka tingkat keputusan untuk menggunakannya juga akan meningkat. Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang baik dan faktor kenyamanan dalam penggunaan layanan pembayaran digital merupakan aspek penting yang mendorong preferensi mahasiswa/i terhadap *ShopeePay*.

Saran

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar penelitian selanjutnya tidak hanya terbatas pada variabel independen yang telah diteliti, yaitu literasi keuangan dan kemudahan penggunaan. Penelitian di masa depan diharapkan dapat mempertimbangkan variabel independen lain guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *ShopeePay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfiansyah, M. A., Vebriani, D., & Makarim, A. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kegunaan dan Tingkat Resiko Terhadap Keputusan Masyarakat Sukoharjo Menggunakan *Shopeepay*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 9-17.
- Anggriani, L., Diana, N., Diah Fakhriyyah, D., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Malang, U. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Argitama. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53m(9), 1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. U. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS *Shopeepay* pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 61-67.
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.2>
- Fadhilah, F., & Rianto, M. R. (2023). Determinants Influencing the Decision to Use the *ShopeePay* Digital Wallet in Generation Z in North Bekasi City. *Journal of Scientific*

- Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(1), 162-172.
- Fatah, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Penggunaan E-Wallet Pasca Covid 19. *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KIA/article/view/19471%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/KIA/article/download/19471/9494>
- Ginting, D. R., Gultom, B. T., & Simamora, B. A. (2024). The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on Consumptive Behavior in Class XI Accounting and Finance Students at SMK Negeri 1 Pematangsiantar. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(01), 88–94. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i01.3897>
- Handayani, S., Goso, G., & Halim, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan pada Layanan Pembayaran Digital Shopee Pay. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(4), 2799–2808. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i4.3411>
- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Financial Technology (Fintech) Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 147–156. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17273>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksaran.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS*. Eureka Media Aksara.
- Iliyini, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85-92.
- Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jesya*, 7(1), 640–654. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- MIT. (2020). Three models of technology adoption : A literature review in brief. *An MIT AgeLab CareHive Research Note, September*, 1–7.
- Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A.-F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1–16.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Otoritas Jasa Keuangan, November*, 10–12.
- Papayungan, S. W., Pasulu, I., & Pagi, C. (2024). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(2), 243-249.
- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use e-health: a conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(05), 2569-2580.
- PUTRI, R. S., & KARIM, N. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Mataram. *Ganec Swara*, 18(3), 1316. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1003>
- Rinaldi, T. I., Syarif, N., & Pusporini. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar. *Prosiding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 160–170.
- Sibuea, C. A., Simorangkir, H. H., Nababan, C., Nadapdap, T. I., & Sipayung, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan

- Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 696–701. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1669>
- Soleha, E., Keuangan, M., Bangsa, U. P., & Barat, J. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompot Digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Sridayanti Banjarnahor, K., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Ferizy dan Persepsi Harga Terhadap Penggunaan Ulang Layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 192–203. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Syaiqoni, I., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Food. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 56. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7582>
- Widikdo Axel Aryo, & Ramadhan Jelang. (2023). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Privasi Terhadap Niat Pemakaian Aplikasi My Pertamina Dimediasi Sikap. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1(2), 182–194. <https://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/issue/view/27>
- Yusmelia, A., Suryadi, N., & Nasrah, H. (2024). *KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT*. 7(November).