

Peranan Faktor Kebiasaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat untuk Terus Menggunakan Produk *Fintech E-Wallet*

*Tri Agusnia Wati & Nurhadi

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*21042010165@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kebiasaan konsumen terhadap niat untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet. Layanan e-wallet telah menjadi salah satu inovasi penting dalam bidang teknologi keuangan, yang menawarkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan, mengumpulkan data dari berbagai literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, yang mencakup persepsi keamanan dan kualitas layanan, berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali e-wallet. Selain itu, kebiasaan yang terbentuk dari penggunaan rutin e-wallet juga memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Kedua faktor ini, kepercayaan dan kebiasaan, merupakan elemen kunci yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet dalam jangka panjang. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan fintech untuk meningkatkan keamanan, privasi, dan pengalaman pengguna guna mempertahankan retensi konsumen di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kebiasaan, Niat Menggunakan Ulang, *E-Wallet*, *Fintech*.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of consumer beliefs and habits on their intention to continue using fintech e-wallet products. E-wallet services have become one of the important innovations in the field of financial technology, which offers convenience and security in digital transactions. This research uses a qualitative approach with a literature study method, collecting data from various relevant literature. The research results show that consumer trust, which includes perceptions of security and service quality, has a significant effect on the intention to reuse ewallets. Apart from that, habits formed from regular use of e-wallets also make a big contribution to increasing user loyalty. This second factor, trust and habit, is a key element that encourages consumers to continue using fintech ewallet products in the long term. These findings provide practical implications for fintech service providers to improve security, privacy and user experience to maintain consumer retention in an increasingly competitive market.

Keywords: Trust, Habits, Intention To Reuse, E-Wallet, Fintech



PENDAHULUAN

Transformasi digital memainkan peran penting dan membuat banyak perubahan, mulai dari teknologi komunikasi, perdagangan, dan perbankan hingga secara tidak langsung mempengaruhi kebiasaan di masyarakat (Stella, 2024). Salah satu perubahan signifikan pada masyarakat terlihat dengan cara seseorang berbelanja dan membayar produk menggunakan E-wallet. Transformasi ini menciptakan revolusi besar untuk pembayaran elektronik, beralih dari pembayaran menggunakan uang tunai ke pembayaran elektronik atau dompet elektronik (E-wallet).



Gambar 1. Data Platform Fintech Favorit.

Sumber: data.goodstats.id (2024)

Dari data survey yang telah dilakukan Jakpat, sebanyak 96% masyarakat telah menggunakan E-Wallet. Menurut (Abrilia & Tri, 2020) E-wallet, atau dompet digital, adalah sebuah aplikasi atau layanan berbasis elektronik yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi keuangan antar pengguna dengan cara yang lebih praktis dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Dalam beberapa tahun terakhir, pembayaran melalui e-wallet serta transfer bank telah menjadi pilihan utama bagi banyak orang, berkat keunggulannya yang menawarkan kenyamanan, kemudahan, dan popularitas yang kian meningkat, terutama jika dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional seperti kartu kredit. Salah satu daya tarik utama dari ewallet adalah kemampuannya untuk menghilangkan kebutuhan memasukkan nomor kartu kredit secara manual atau mencari kartu fisik saat melakukan transaksi. Proses pembayaran menjadi jauh lebih sederhana, cukup dengan membuka kunci ponsel dan melakukan pembayaran secara digital, baik ketika berbelanja online maupun langsung di toko fisik. Ini menjadikan e-wallet solusi yang sangat praktis bagi mereka yang mencari cara cepat dan efisien dalam menyelesaikan transaksi sehari-hari. (Abrilia & Tri, 2020).

Saat ini ada berbagai macam e-wallet yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dilansir dari wankitnas.go.id, menyebutkan bahwa berdasarkan sebuah survei yang

dilakukan oleh Populix menunjukkan, saat ini terdapat 5 uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni Gopay, OVO, Dana, Shopee Pay, dan LinkAja. Survei yang bertajuk "Consumer Preference Towards Banking and e-Wallet Apps" itu dilakukan secara daring terhadap 1.000 responden berusia 18-55 di sejumlah kota besar di Indonesia. Hasilnya, GoPay menjadi jawara uang elektronik paling banyak digunakan dengan nilai 88 persen, kemudian disusul Dana 83 persen, OVO 79 persen, Shopee Pay 76 persen, dan LinkAja 30 persen.

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan potensi besar dalam era ekonomi digital yang terus berkembang, secara alami memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor industri, terutama di bidang keuangan dan pemasaran. (Wulandari & Idayanti, 2023). Ketika virus Covid-19 mulai merebak di Indonesia dan membawa dampak signifikan terhadap perekonomian nasional, pemerintah berupaya keras untuk memulihkan kondisi ekonomi negara secara bertahap. Salah satu langkah yang diambil adalah melalui pemberian stimulus ekonomi yang berfokus pada peningkatan konsumsi, dengan tujuan melindungi kesejahteraan masyarakat selama masa pandemi. (Azzahra & Supriyadi, 2022). Kehadiran virus Covid-19 menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk beralih ke transaksi digital guna mengurangi kontak langsung dengan orang lain. Namun, sebelum pandemi, sebagian masyarakat sudah mulai menggunakan transaksi elektronik karena dinilai lebih praktis dan bermanfaat. Hal ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang membahas topik dompet digital dan manfaatnya. (Immanuel & Dewi, 2020). Salah satu cara untuk mencegah kontak langsung dengan orang lain adalah dengan melakukan transaksi digital, yang dapat diakses melalui smartphone atau laptop. Transaksi ini memungkinkan kita untuk tidak bersentuhan dengan uang tunai dan mendukung gaya hidup nontunai (cashless) (Munthe et al., 2021). Bank Indonesia mencatat adanya peningkatan penggunaan uang elektronik di tengah era pandemi Covid-19 yang mencapai 64,48% per April 2020. Tercatat juga pada tahun 2023 telah terjadi peningkatan sebesar 23,9%, yang membuktikan bahwa masyarakat memiliki tindakan yang berulang dalam penggunaan uang elektronik contohnya adalah penggunaan dompet digital (Auralia et al., 2022).

Perubahan kebiasaan dan perilaku masyarakat yang semakin mengadopsi digitalisasi, termasuk dalam hal transaksi, mencerminkan pergeseran menuju pemanfaatan teknologi digital, seperti penggunaan aplikasi ewallet. Kebiasaan ini menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan teknologi, dengan pertimbangan utama pada kemudahan dan fungsionalitas yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. (Della Angelina Simanjuntak, 2023).

Selain faktor perubahan kebiasaan dan perilaku masyarakat, kepercayaan juga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan ulang produk ewallet. Kepercayaan merujuk pada keyakinan subjektif pengguna bahwa penyedia layanan akan menjalankan tanggung jawabnya dengan baik. (Utama et al., 2022). Kepercayaan merujuk pada keyakinan subjektif pengguna bahwa penyedia Kepercayaan memainkan peran krusial dalam menjalankan bisnis, menjadi faktor penting yang mendorong penerimaan dan penggunaan layanan. Kepercayaan membantu mengurangi ketidakpastian yang seringkali melekat pada teknologi, sekaligus meningkatkan kredibilitas layanan yang ditawarkan oleh penyedia. akan menjalankan tanggung jawabnya dengan baik.

Tingginya angka peningkatan penggunaan E-Wallet ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menurut (Della Angelina Simanjuntak, 2023), kemudahan, kepercayaan dan kebiasaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk terus menggunakan produk e-wallet. Penelitian yang dilakukan oleh (Harseno, 2021) juga menyatakan bahwa yang menentukan niat untuk terus menggunakan e-wallet salah satunya yaitu faktor kebiasaan, kepercayaan dan keamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Utama et al., 2022) menyatakan bahwa variable kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan produk e-wallet dibuktikan dengan nilai p-value 0.005 dan dengan selang kepercayaan 90%. Sedangkan dalam penelitian (Gustiana & Agustina, 2023) variable kepercayaan mendapat pengaruh signifikan hal ini dikarenakan pengguna merasa puas menggunakan Aplikasi DANA karena pelayanan yang diberikan sangat baik, mahasiswa merasa Aplikasi DANA memberikan jaminan keamanan dan dapat menjaga kerahasiaan data penggunanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya mengenai variabel persepsi kepercayaan, kebiasaan, dan keamanan, peneliti bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan dan kebiasaan konsumen terhadap niat untuk terus menggunakan produk fintech ewallet. Hasil dari kajian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sumber referensi bagi pihak-pihak yang memiliki minat pada topik serupa.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kepustakaan (library research). Penelitian kepustakaan merupakan metode yang dilakukan dengan memanfaatkan data sekunder, yang diperoleh dari buku-buku dan dokumen terkait yang

membahas pengaruh kebiasaan serta kepercayaan konsumen terhadap niat untuk terus menggunakan produk fintech ewallet (Amirudin & Asikin, 2018).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena sumber data dan hasil penelitian dalam penelitian kepustakaan (library research) disajikan dalam bentuk deskripsi kata-kata. Moleong mengemukakan sebelas karakteristik dari penelitian kualitatif, yaitu: berlatar belakang alamiah, menggunakan manusia sebagai alat (instrumen), menerapkan metode kualitatif, analisis data dilakukan secara induktif, teori yang dihasilkan bersifat grounded theory (berorientasi pada penyusunan teori berdasarkan data), data bersifat deskriptif (kumpulan data yang berupa kata-kata, gambar, bukan angka), lebih menekankan pada proses dibandingkan hasil, adanya batasan yang ditentukan oleh fokus penelitian, terdapat kriteria khusus untuk memastikan keabsahan data, desain penelitian bersifat sementara (berkembang sesuai dengan realitas di lapangan), dan hasil penelitian dirundingkan serta disepakati bersama antara peneliti dan sumber data (Adlini et al., 2022).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan jurnal ini adalah studi kepustakaan, dengan mencari literatur literatur yang relevan terkait dengan topik yang dibahas (Hamzani, 2020). Selain itu, penulis juga mengumpulkan informasi tambahan dari berbagai sumber, termasuk jurnal, dokumen, informasi daring (online), serta laporan dari akun resmi media sosial berbagai platform EWallet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi berlangsung dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan, terutama di era modern saat ini. Kemajuan teknologi ini membuat segalanya menjadi lebih efisien dan efektif, sehingga mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari (Nuraeni, 2021). Masyarakat akan terbantu untuk mendapatkan layanan dengan menggunakan teknologi ini (Lestari et al., 2023).

Salah satu bidang yang tengah berkembang pesat saat ini yaitu bidang financial technology. E-Wallet, menjadi top pertama produk fintech yang mempunyai pengguna paling banyak di Indonesia di tahun 2024. EWallet sebagai layanan pembayaran berbasis elektronik telah diatur pada peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial berguna untuk mengatur penyelenggaraan dari teknologi finansial agar mendorong inovasi di bidang keuangan serta menerapkan suatu prinsip perlindungan konsumen guna menjaga stabilitas moneter, sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar. Diatur dan diawasi pula oleh peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital

disektor Jasa Keuangan yang bertujuan agar penyelenggaraan inovasi keuangan digital terlaksana dengan tanggung jawab. Teknologi dan keuangan saling terkait dan mengalami perkembangan signifikan dalam industri ini. Teknologi keuangan, yang lebih dikenal sebagai financial technology (fintech), telah memberikan kemudahan dan menjadi terobosan yang berdampak besar pada aktivitas bisnis, terutama bagi konsumen. Dalam penelitian yang membahas pengaruh kepercayaan dan kebiasaan konsumen terhadap niat untuk terus menggunakan produk fintech ewallet, terdapat beberapa temuan penting yang memberikan wawasan mengenai perilaku konsumen di era digital saat ini (Ninggar & Anggraini, 2022). Hasil dari penelitian studi literatur ini yaitu jurnal-jurnal yang sesuai dengan kajian penulis yaitu 20 jurnal nasional. Dari 20 jurnal nasional, penulis akan membahas secara intensif dengan 6 jurnal nasional yang sesuai dengan kategori kebutuhan studi literatur penulis yang mengacu pada peranan yang ada dari hubungan pola perilaku kebiasaan dan kepercayaan konsumen terhadap niat mereka untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet.

Pola Perilaku Kepercayaan terhadap Niat Untuk Terus Menggunakan EWallet

Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan bahwa suatu pihak akan mendapatkan perlindungan dan tidak akan dirugikan oleh pihak yang dipercayai, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan kepada penyedia layanan. Semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap penyedia E-Wallet, maka semakin besar pula minat untuk menggunakannya. Selain itu, keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai-nilai inti serta sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku mereka. Nilai-nilai inti ini memiliki pengaruh yang lebih mendalam dibandingkan dengan sikap atau perilaku, dan menjadi dasar bagi konsumen dalam membuat pilihan serta menentukan keinginan jangka panjang mereka (Lalu Agustino, 2021).

Penelitian menurut (Rodiah & Melati, 2020), menjelaskan sehingga dapat ditarik simpulan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial menggunakan e-wallet. Hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan pada minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan e-wallet menggambarkan rata-rata dari kepercayaan adalah sebesar 25,08 atau dalam kategori tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan generasi milenial berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan e-wallet.

Penelitian menurut (Damanik et al., 2022) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap continuance intention. Kepercayaan memudahkan seseorang untuk terus menggunakan satu layanan dibandingkan beralih ke layanan lain, dan telah teridentifikasi bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan (continuance intention).

Kepercayaan konsumen berperan penting dalam keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan e-wallet. Analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan penggunaan ulang (repurchase intention). Hal ini disebabkan oleh persepsi konsumen bahwa penyedia layanan e-wallet mampu menjaga keamanan data pribadi mereka serta menyediakan layanan yang andal dan berkualitas. Seperti yang dinyatakan oleh Utama et al. (2022), Kepercayaan adalah salah satu pendorong utama yang dapat mengurangi ketidakpastian terkait penggunaan teknologi baru dan sekaligus meningkatkan kredibilitas penyedia layanan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet.

Pola Perilaku Kebiasaan terhadap Niat Untuk Terus Menggunakan E-Wallet

Kebiasaan atau habit, mengacu pada seberapa besar individu cenderung melakukan perilaku secara otomatis akibat proses pembelajaran. Kebiasaan ini dapat diartikan sebagai peluang untuk memanfaatkan teknologi dalam jangka waktu tertentu (Saragih & Rikumahu, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fatoni et al., 2020) menjelaskan bahwa Saat ini, penggunaan e-wallet meningkat seiring dengan berkembangnya penggunaan internet sebagai sarana transaksi. Perubahan perilaku konsumen dari belanja secara langsung menjadi belanja online telah menyebabkan lonjakan penjualan di sektor daring. Transformasi pola perilaku konsumen ini dikenal sebagai "The Adaptive Shopper," di mana setiap individu merespons dengan cara yang berbeda terhadap situasi baru yang muncul selama pandemi Covid-19. Hal ini terlihat dari beragam aplikasi yang mereka gunakan serta berbagai reaksi yang muncul sebagai respons terhadap krisis pandemi ini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Novianti & Luh, 2024) menyatakan bahwa pengaruh kebiasaan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan ulang e-wallet. Hal ini menunjukkan ketika mahasiswa akuntansi dalam penggunaan e-wallet mendapatkan kebiasaan yang positif maka minat untuk menggunakan e-wallet akan semakin tinggi. Indikator kebiasaan yang paling berpengaruh adalah (KN7.2) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi (3,87) dengan pernyataan "saya ketagihan menggunakan sistem

ewallet” hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi percaya bahwa dirinya sudah terbiasa menggunakan e-wallet ketika melakukan transaksi pembayaran.

Kebiasaan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi niat konsumen untuk terus menggunakan ewallet. Pengalaman positif yang didapatkan dari layanan e-wallet dapat memperkuat kecenderungan konsumen untuk tetap loyal terhadap penggunaan layanan tersebut. Simanjuntak (2023) menunjukkan bahwa kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan konsumen saat menggunakan e-wallet secara rutin berperan signifikan dalam pembentukan kebiasaan. Konsumen yang telah akrab dengan transaksi digital melalui e-wallet cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa depan. Kebiasaan ini menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen, terutama dalam lingkungan digital yang semakin kompetitif.

Implikasi Temuan

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kebiasaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet. Hal ini memiliki implikasi praktis bagi penyedia layanan fintech. Pertama, perusahaan harus fokus pada peningkatan aspek keamanan dan privasi guna menjaga kepercayaan konsumen. Kedua, penting bagi perusahaan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang konsisten dan memuaskan, sehingga dapat membangun kebiasaan positif di kalangan konsumen. Kedua aspek ini sangat penting untuk memastikan loyalitas pengguna dalam jangka panjang serta meningkatkan retensi pengguna di pasar fintech yang semakin kompetitif.

Diskusi

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya yang juga menekankan betapa pentingnya kepercayaan dan kebiasaan dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan teknologi fintech. Sebagaimana diungkapkan oleh Harseno (2021), faktor-faktor seperti kepercayaan, kebiasaan, dan keamanan merupakan variabel kunci yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan fintech secara berulang. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan bagi literatur yang membahas perilaku konsumen dalam konteks fintech e-wallet, serta memperkuat temuan bahwa kepercayaan dan kebiasaan adalah faktor utama dalam mempertahankan penggunaan teknologi finansial. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi yang berfokus pada peningkatan kepercayaan konsumen dan penguatan kebiasaan penggunaan sebagai kunci keberhasilan dalam mempertahankan pengguna e-wallet di era digital.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kebiasaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mereka untuk terus menggunakan produk fintech e-wallet. Kepercayaan konsumen, yang mencakup keyakinan terhadap keamanan data pribadi dan kualitas layanan, memainkan peran penting dalam mendorong loyalitas dan keputusan penggunaan ulang ewallet. Selain itu, kebiasaan yang terbentuk dari pengalaman positif dalam penggunaan rutin ewallet juga menjadi faktor penentu yang kuat dalam mempertahankan penggunaan jangka panjang. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa perusahaan fintech harus terus berupaya meningkatkan aspek keamanan, privasi, dan pengalaman pengguna yang memuaskan untuk membentuk kebiasaan positif dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Penelitian ini mendukung literatur yang ada tentang pentingnya kepercayaan dan kebiasaan dalam perilaku konsumen terhadap teknologi finansial, serta memberikan wawasan praktis bagi pengembang fintech dalam menciptakan strategi yang efektif untuk retensi pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974– 980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Auralia, Y., Manggabarani, A. S., & Wahyudi, W. (2022). Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompot Digital ShopeePay di Masa Pandemi Covid-19. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(2), 137– 152. <https://doi.org/10.35912/simo.v1i2.916>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>

- Della Angelina Simanjuntak, P. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kebiasaan Terhadap Pengguna E-wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa Di UPN “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6970–6980. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020). Dampak COVID-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gustiana, R., & Agustina, R. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Stie Nasional Banjarmasin. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 72–89.
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>
- Immanuel, D. M., & Dewi, Y. K. (2020). Mobile Payment Adoption Intention During Pandemic Covid-19 in Indonesia. *Journal of Information System and Technology Management*, 5(19), 60–76. <https://doi.org/10.35631/jistm.519006>
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Lestari, Depi, Herianti, & Eva. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi, Ketidakpastian Lingkungan dan Kompetensi Manajer Terhadap Kinerja Manajerial Dimediasi Oleh Sistem Akuntansi Manajemen (Studi Empiris pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(Mei), 2477–1783.
- Munthe, I. rasyid, Nasution, A. P., & Rambe, B. H. (2021). Transaksi Uang dan Dompet Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(1), 1–6. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v12i1.223>
- Ninggar, A. D., & Anggraini, I. K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi E-Wallet Saat Pandemi Covid19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.498>

- Novianti, W., & Luh, N. (2024). Interest In Using E-Wallets With The Utaut2 Model For Accounting Students In Bali. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 266–278. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 98–121. <https://doi.org/10.21831/nominal.v11i1.43075>
- Stella, M. (2024). *Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Layanan E-Wallet ShopeePay*. 13(2), 170–180.
- Utama, M. A., Priharsari, D., & Rokhmawati, R. I. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness & Kepercayaan terhadap Intensitas Penggunaan Teknologi E-Wallet sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Pengembangan Teknologi*, 6(7), 3362–3371.
- Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023). Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat melakukan Pembayaran Digital. *Islamic Banking and Finance*, 3(2), 429–441. <https://doi.org/10.30863/ibf.v3i2.5438>