

**PENGARUH PEMBAYARAN NON TUNAI (E-WALLET) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU SOSIAL FKIP UNIVERSITAS MULAWARMAN**

**Patrisia<sup>1</sup>, Noor Ellyawati<sup>2</sup>, Christie Stephanie Piar<sup>3</sup>, Reza<sup>4</sup>,  
Ratna Fitri Astuti<sup>5</sup>**

Universitas Mulawarman, Samarinda <sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>  
patrisiamenneng@gmail.com<sup>1</sup>, noor.ellyawati@fkip.ac.id<sup>2</sup>,  
christstephiepiar@polnes.ac.id<sup>3</sup>, reza@fkip.unmul.ac.id<sup>4</sup>,  
ratna.fitri@fkip.unmul.ac.id<sup>5</sup>

***Abstract***

The purpose of this research is to find out: 1) the usage of e-wallet for students majoring in PIPS and FKIP at Mulawarman University. 2) Consumptive behavior of students majoring in PIPS/FKIP at Mulawarman University 3) the effect of e-wallet on the consumption behavior of students majoring in PIPS FKIP at Mulawarman University. This study uses a quantitative approach. The population in this study is a Social Science Education student at Mulawarman University, Class of 2018, with a sample of 65 respondents. Researchers gathered information by distributing questionnaires with Likert scale measurements and conducting interviews with Mulawarman University's 2018 Social Science Class. The results of this study show that an e-wallet produces a regression coefficient of 3.808, meaning that e-wallets have an effect on consumptive behavior. In conclusion, this study reveals: 1) The most widely used type of e-wallet is ShopeePay. 2) The level of consumption among students is still reasonable because students consider the benefits and uses of the product. 3) The use of e-wallets that influence consumptive behaviour i.e. discount. 4) Some indicators have no effect on behavior because students still see the benefits of these products. Besides that, not all products make students consume directly excessive amounts of them.

**Keywords:** *Consumptive Behaviour, Distributing Questionnaires, E-Wallet, Regression, Student, Quantitative Approach*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era digital yang semakin memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini juga termasuk dalam sistem pembayaran yang banyak mengalami perubahan sejak awal munculnya transaksi. Saat ini dalam bertransaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja, tetapi pembayaran nontunai berbasis aplikasi atau yang biasa disebut e-wallet (dompet digital) sudah bisa

digunakan. Penggunaan dompet digital dapat dilakukan dengan menggunakan gadget dan nomor telepon sebagai nomor rekening. Dompet digital memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai, hanya cara penggunaannya yang berbeda, dalam dompet digital nilai uang yang disimpan disimpan di server.

Mahasiswa merupakan generasi yang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini memungkinkan pengguna transaksi pembayaran nontunai dilakukan oleh mahasiswa. Mahasiswa memiliki

keinginan untuk hidup mengikuti trend, tidak menutup kemungkinan terjadi kehidupan konsumtif dikalangan mahasiswa. Rachmawati dan Maulani (2020) menyatakan bahwa mahasiswa lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Siswa memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi. Pada saat ini berbelanja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan kegiatan untuk mencari kepuasan dan memenuhi keinginan. Kegiatan konsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi dipertukarkan untuk mendapatkan sensasi, tantangan, kegairahan, dan menghilangkan stress. Semakin mudahnya transaksi jual beli seperti saat ini membuat siswa rentan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang akan dilakukan juga didukung berdasarkan penelitian yang dilakukan (Insana dan Johan, 2020) yang menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan (Dewi et al., 2021) yang menyatakan bahwa penggunaan e-money berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Framework adalah kerangka konseptual mengenai bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting untuk masalah penelitian. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembayaran nontunai terhadap perilaku konsumtif (Noor, 2012). Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan topik "Pengaruh Pembayaran Nontunai Terhadap Perilaku Konsumtif".

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial FKIP Universitas Mulawarman."

Berbagai kemudahan bertransaksi yang disediakan bagi pengguna aplikasi e-wallet dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif. Pengguna pembayaran nontunai akan kesulitan mengontrol pengeluaran konsumsinya karena konsumen tidak merasa rugi saat membayar. Kusnawan dkk. (2019) menyatakan bahwa pada saat bertransaksi, konsumen tidak menyadari bahwa mereka semakin konsumtif karena tidak terlalu berat mengeluarkan uang dalam jumlah besar dalam bentuk digital dibandingkan transaksi menggunakan uang tunai. Menurut Nugroho (2016) E-wallet adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara elektronik dengan menggunakan smartphone atau gadget yang menggantikan dompet fisik.

Semua orang menginginkan transaksi yang mudah, aman dan praktis menggunakan dompet digital. Hal ini didukung oleh (Soraya, 2020) yang menyatakan bahwa bertransaksi menggunakan e-wallet memiliki kelebihan seperti transaksi yang lebih aman, mudah dan praktis, selain menawarkan banyak promo. Dinyatakan bahwa siswa lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan (Rachmawati dan Maulani, 2020). Siswa memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi. Saat ini berbelanja tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk mencari kepuasan dan memenuhi keinginan. Kegiatan konsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk merasakan sensasi, tantangan,

kegairahan, atau untuk menghilangkan stress. Semakin mudahnya transaksi jual beli saat ini membuat mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif.

Hal ini sejalan dengan pendapat Syifa (2019) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang dengan tidak mengutamakan kegunaan dan kebutuhan tetapi memenuhi keinginan untuk mencoba hal baru yang lebih baik untuk meningkatkan status, gengsi, gaya hidup, selain untuk mendapatkan kepuasan sehingga pembelian barang yang berlebihan tidak sesuai dengan kebutuhan utama. Selain itu pendapat menurut Ningcahya (2020), menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumsi yang dilakukan secara tidak terencana, berlebihan, lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi berlebihan seseorang yang tidak mementingkan kebutuhan dan kegunaan melainkan keinginan untuk mendapatkan kepuasan selain meningkatkan gaya hidup dan status, hal ini dapat menimbulkan pemborosan.

#### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut (Ningcahya, 2020) digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian dengan menggunakan data yang dapat dihitung, bertujuan untuk mengetahui sampel yang digunakan dari populasi penelitian, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian instrumen dan

teknik analisis data yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Mulawarman Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial, tepatnya di Jalan Banggeris No. 89, Desa Karang Anyar, Kecamatan Sungai Kunjang, Kota Samarinda. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Juni 2022. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mulawarman Jurusan Pendidikan IPS angkatan 2018 yang terdiri dari tiga program studi dengan jumlah mahasiswa sebanyak 192 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 65 mahasiswa yang terdiri dari 25 mahasiswa program studi Ilmu Ekonomi, 26 mahasiswa program studi PPKN, dan 14 mahasiswa program studi Sejarah. Dalam penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah angket atau angket. Alat analisis dalam penelitian ini meliputi (1) uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas instrumen dan uji reliabilitas; (2) Uji asumsi klasik, terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dianalisis dengan Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Signifikansi Parsial (Uji-t), Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan terakhir menggunakan wawancara untuk mendukung hasil.

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **Analisis Deskriptif E-Wallet Pembayaran Non Tunai.**

Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa alasan mahasiswa Departemen Pendidikan IPS menggunakan pembayaran nontunai (e-wallet) diukur melalui 3 item. Indikator kepercayaan memperoleh nilai rata-rata 4,03 dengan kategori tinggi terlihat dari respon yang diberikan didominasi oleh respon setuju yang diberikan oleh responden. Pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan “Saya percaya E-Wallet membantu dalam transaksi saya” mendapatkan nilai rata-rata 4,15. Berdasarkan pengolahan data terlihat bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi yang memberikan keuntungan menciptakan kepercayaan dari konsumen. (Pratiwi, 2021) menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan e-wallet. (Wijayanti, 2021) juga menyatakan hal yang sama, bahwa kepercayaan sangat mempengaruhi penggunaan e-wallet untuk infaq. Kepercayaan dalam penggunaan e-wallet didasarkan pada jaminan keamanan dan kerahasiaan dari operator e-wallet, perhatian konsumen, pemenuhan, dan keandalan yang dibuat oleh operator e-wallet untuk pengguna.

#### **Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif.**

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif diukur melalui lima item indikator. Pada indikator ini terdapat satu pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata tinggi sebesar 4,02 yaitu. Indikator membeli produk karena tampilannya yang menarik mendapatkan nilai rata-rata 3,97 dalam kategori tinggi, pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi 4,22

merupakan pernyataan tentang memilih produk dengan kemasan yang baik sebelum membelinya. Indikator pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah pernyataan membeli produk karena kemasan menarik dengan nilai rata-rata 3,72. Pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah pernyataan membeli produk dengan model/output terbaru mendapatkan nilai rata-rata 3,58. Indikator terakhir adalah mencoba lebih dari dua produk sejenis yang mendapatkan skor rata-rata 3,70 dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa siswa tertarik untuk membeli barang serupa yang memiliki warna berbeda. Berdasarkan hasil analisis deskriptif perilaku konsumtif diketahui bahwa indikator membeli suatu produk karena tampilannya yang menarik merupakan indikator yang dominan dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,97 dibandingkan dengan indikator lain yang digunakan dalam penelitian ini. Fitriyani (2013) menyatakan bahwa siswa fokus pada penampilan baik penampilan fisik, pakaian, rambut dan wajah. Siswa terus menerus membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan mereka meskipun barang-barang yang ada masih berguna.

#### **Penggunaan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet) untuk Mahasiswa.**

Mahasiswa paling mempertimbangkan kenyamanan dalam memilih aplikasi e-wallet untuk digunakan, hal ini terlihat dari indikator convenience yang mendapatkan skor rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya (Ulva, 2017). yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan

berpengaruh terhadap minat. dalam menggunakan e-wallet. Hasil tersebut didukung oleh (Farahdiba, 2019) yang menunjukkan bahwa indikator convenience mempengaruhi minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor terpenting yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi informasi oleh pengguna. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa banyak kemudahan dan keuntungan yang diberikan kepada pengguna e-wallet sehingga dalam bertransaksi lebih tertarik menggunakan pembayaran non tunai (e-wallet). Berdasarkan hasil penelitian, indikator kepercayaan diperoleh nilai rata-rata 4,03, artinya indikator kepercayaan menjadi salah satu alasan responden menggunakan e-wallet. (Kumala & Mutia, 2020) menyatakan bahwa dengan banyaknya promo diskon yang diberikan oleh penyedia dompet digital secara rutin, mahasiswa mengaku sangat bergantung dengan promo yang diberikan dalam melakukan pemesanan.

### **Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Tingkat konsumsi siswa masih dalam tahap wajar, namun terdapat beberapa siswa yang tingkat konsumsinya berlebihan terlihat dari hasil analisis deskriptif sebanyak 33 atau 50,8% siswa memiliki tingkat konsumsi sedang atau tidak berlebihan. Sedangkan terdapat 30 atau 46,1% mahasiswa yang memiliki tingkat konsumsi berlebihan.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator membeli produk karena penawaran khusus memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,77. Hal ini menunjukkan bahwa siswa mempertimbangkan penawaran

khusus sebelum membeli produk. Pernyataan mengenai pemberian diskon memiliki rata-rata paling tinggi jika dibandingkan dengan pernyataan lainnya, pemberian diskon memiliki nilai rata-rata 4,02. Hasil ini menunjukkan bahwa pemberian diskon sangat mempengaruhi perilaku konsumtif. Eranti (2017) menyatakan bahwa pemberian diskon berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penetapan pemberian diskon dapat menimbulkan polemik tersendiri bagi pola konsumsi masyarakat, seperti pola konsumsi masyarakat yang berlebihan yang berujung pada munculnya perilaku konsumtif pada sebagian kelompok. Hal senada disampaikan oleh Kusumawati (2018) menjelaskan bahwa semakin banyak produk yang ditawarkan dengan potongan harga maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen. Semakin banyak potongan harga yang ditawarkan maka daya beli konsumen akan semakin meningkat. Dari temuan peneliti terlihat bahwa beberapa indikator tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang masih melihat manfaat dari produk tersebut, selain itu tidak semua produk membuat siswa mengkonsumsi secara berlebihan. Kristiani (2017) menyatakan bahwa iklan di media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan dengan melihat iklan di media sosial, baik sengaja maupun tidak sengaja dilihat oleh mahasiswa sebagai pengguna media sosial menimbulkan rasa penasaran terlebih dahulu sehingga memiliki keinginan untuk membeli produk yang diiklankan tersebut sehingga tanpa sadar mahasiswa membeli barang yang diiklankan tersebut. tidak terlalu

dibutuhkan. Salah satu isinya yaitu review, berfokus untuk memberikan pendapat yang jujur tentang produk/barang yang telah dibeli dan digunakan. Konten review memudahkan konsumen dalam memberikan informasi tentang produk/barang yang direview (Ayu et al., 2022).

### **Pengaruh Pembayaran Non Tunai (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Mulawarman**

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Insana dan Johan, 2020) yang menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan seseorang dalam membelanjakan uang akan lebih tinggi ketika memegang uang non tunai dibandingkan dengan uang tunai. Hasil penelitian menyebutkan bahwa salah satu alasan mahasiswa berperilaku konsumtif adalah karena potongan harga atau potongan harga yang diberikan, dalam e-wallet terdapat berbagai jenis diskon yang ditawarkan kepada pengguna memperoleh nilai rata-rata 4,02 dengan kategori tinggi. Dari temuan peneliti, indikator e-wallet berpengaruh sangat besar terhadap perilaku konsumtif yaitu mahasiswa membeli karena menganggap diskon yang diberikan. Beberapa indikator tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena mahasiswa masih melihat manfaat dari produk tersebut, selain itu tidak semua produk membuat mahasiswa mengkonsumsi secara berlebihan. Permintaan barang dan jasa pada aplikasi e-commerce semakin meningkat, hal ini berbanding lurus dengan peningkatan

transaksi menggunakan uang elektronik (Maida, 2019).

### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua siswa telah menggunakan e-wallet. Jenis e-wallet yang paling banyak digunakan adalah ShopeePay. Indikator kemudahan merupakan indikator yang dominan dengan nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan indikator lain yang digunakan. E-wallet menyediakan berbagai fitur pembayaran untuk memudahkan konsumen. Seseorang akan menggunakan teknologi jika ada manfaat dari penggunaannya. Jika teknologi memberikan manfaat, maka akan ada kepercayaan dari konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa konsumsi mahasiswa tidak berlebihan. Tingkat konsumsi mahasiswa masih wajar karena mahasiswa mempertimbangkan manfaat dan kegunaan dari produk tersebut. E-Wallet memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan e-wallet mempengaruhi perilaku konsumen dengan memberikan diskon.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali variabel lain yang masih cukup banyak dan bervariasi yang akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dengan menambah subjek penelitian dan dengan latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Mengenai kuesioner dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki kuesioner agar lebih baik lagi dan diperoleh hasil penelitian yang valid. Untuk memperbaiki kuesioner agar lebih baik lagi agar diperoleh hasil

penelitian yang lebih valid. Mengenai hasil jawaban responden, untuk penelitian selanjutnya perlu dipastikan pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti, agar nantinya jawaban dan hasil penelitian lebih valid.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayu, R., Dholey, L., & Jatmiko, D. (2022). Perilaku Konsumen Remaja Putri Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Tiktok di Masa Pandemi. 9(1), 54–61.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan EIMoney Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 5(1), 1–19.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Eranti, E. (2017). Pengaruh Potongan Harga pada Produk Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Fatah Palembang. 1–23.
- Farahdiba, E. S. (2019). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta). Ekonomi, 8(5), 55.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. Jurnal Psikologi Undip, 12, (1), 55–68.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Relasi : Jurnal Ekonomi, 17(2), 413–434.  
<https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta. Ekonomi, 24(2), 196–201.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. Seminar Nasional Riset Dan Teknologi, 64–69.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. Sains Manajemen, 5(2), 137–160.  
<https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Maida, S. T. (2019). Pengaruh E-Money Terhadap Budaya Belanja Individu. Ekonomi, 1, 180–189.
- Ningcahya, I. R. (2020). Pengaruh Keputusan Pembeli Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). Endocrine, 9(May), 6.

- Noor, Juliansyah. 2012. Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya 86 86 Ilmiah Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, B. A. F. (2016). Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia.
- Pratiwi, H. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Gopay Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Rachmawati, R., & Maulani, G. A. F. (2020). Influence of Marketplace Usage of Uniga Student Shopping Consumptive Behaviour. *Management and Entrepreneurship Research Review*, 1(2), 66–78.
- Syifa, L. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Soraya, S. (2020). Pola Konsumsi Pemuda Perkotaan Pada Penggunaan Transaksi Dompot Digital (E- Wallet) Di Kota Jakarta Selatan.
- Ulva, V. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan OVO pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Wijayanti, D. (2021). Pengaruh Kemanfaatan Teknologi, Kepercayaan, dan Pendapatan Terhadap Penggunaan Untuk Infaq di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.