

# Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Platform Digital Payment untuk Layanan Tel-U Carwash

(Student Preferences in the Use of Digital Payment Platforms for Tel-U Carwash Services)

Gigano Nehemia Agra Saragih<sup>1\*)</sup>, Raswyshnoe Boing Kotjoprayudi<sup>2)</sup>, Tora Fahrudin<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia

Koresponden: [gigano@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:gigano@student.telkomuniversity.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.32939/dhb.v6i2.5714>

## ABSTRACT

**Purpose:** This study aims to identify the most suitable digital payment platform for Tel-U Carwash based on students' preferences and to analyze the factors influencing their platform selection.

**Design/methodology/approach:** This research employs a quantitative approach. Primary data were collected through questionnaires, with a sample size of 100 respondents. The data were analyzed using descriptive statistics and multinomial logistic regression with the assistance of Google Colab.

**Findings:** Bank transfers via QRIS emerged as the most preferred payment platform. Gender was found to have a significant effect on platform choice, while ease of use, security, and transaction speed did not show a significant effect.

**Research implications:** Further exploration of additional factors beyond the indicators examined in this study is necessary to enable service providers to offer payment options that better align with students' preferences.

**Keywords:** Digital Payment; E-wallet; QRIS; Tel-U Carwash

## ABSTRAK

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menentukan platform digital payment yang paling sesuai untuk pembayaran Tel-U Carwash berdasarkan pilihan mahasiswa serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan platform tersebut.

**Desain/Metodologi/Pendekatan:** Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data penelitian ini yaitu data primer yang dikumpulkan dengan kuesioner. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Data dianalisis dengan analisis deskriptif dan regresi logistik multinomial dengan bantuan Google Colab.

**Temuan:** Bank QRIS atau transfer merupakan platform yang paling banyak dipilih. Jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan platform. Kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform.

**Implikasi:** Perlu dieksplorasi faktor lain di luar indikator penelitian agar pengelola layanan dapat menyediakan opsi pembayaran yang lebih sesuai dengan preferensi mahasiswa.

**Kata Kunci:** Digital Payment; E-wallet; QRIS; Tel-U Carwash

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan besar dalam sistem transaksi keuangan di Indonesia. Berdasarkan riset yang melibatkan 1.300 responden di tujuh kota besar Indonesia (Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru) pada September 2022, penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), dan lain-lain (Wulandari, 2023). Survei DailySocial dan OVO juga mengungkapkan bahwa 87% mahasiswa di Indonesia telah menggunakan dompet digital untuk berbagai kebutuhan sehari-hari, dan 72% di antaranya lebih memilih pembayaran digital dibandingkan dengan uang tunai saat bertransaksi di kampus (Pahlevi, 2022). Fakta ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Indonesia telah memanfaatkan kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh pembayaran digital,

E-Journal Al-Dzahab  
Vol. 06, No. 02  
Sept. 2025  
Hal. 136-149

p-ISSN: 2808-7631  
e-ISSN: 2808-758

yang mendorong banyak institusi, termasuk Tel-U Carwash, untuk mengadopsi platform pembayaran digital sebagai solusi transaksi.

Adopsi pembayaran digital tidak hanya memberikan keuntungan bagi pengguna, tetapi juga bagi perusahaan penyedia layanan. Digitalisasi pembayaran dapat meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi biaya operasional, dan meminimalisir kesalahan manusia. Sistem pembayaran digital memungkinkan perusahaan untuk memperoleh data transaksi yang lebih akurat, yang dapat digunakan untuk personalisasi layanan dan strategi pemasaran yang lebih efektif (Kraus et al., 2021). Keuntungan seperti kemudahan akses, kecepatan proses, tingkat keamanan yang tinggi, serta berbagai promo dan cashback, telah membuat mahasiswa semakin nyaman menggunakan layanan ini. Meskipun banyak platform pembayaran digital yang tersedia, penting bagi penyedia layanan untuk memastikan bahwa platform yang dipilih sesuai dengan preferensi mahasiswa sebagai pengguna utama.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya membahas penggunaan platform digital payment secara umum, masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji secara spesifik preferensi mahasiswa dalam memilih platform digital payment untuk layanan kampus, khususnya untuk layanan seperti Tel-U Carwash. Sebelumnya beberapa penelitian lebih fokus pada penggunaan platform digital secara umum. Misalnya, penelitian yang membahas tentang penggunaan digital payment pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Suryanto et al., 2022). Sementara penelitian yang meneliti pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumen pada pengguna platform digital payment OVO (Rizkiyah et al., 2021). Meskipun kedua penelitian tersebut memberikan wawasan penting terkait penggunaan digital payment, keduanya tidak secara spesifik mengkaji preferensi mahasiswa dalam konteks layanan kampus. Alasan tersebut menjadi dasar pentingnya penelitian ini dilakukan. Penelitian berfokus pada identifikasi platform pembayaran digital yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa Telkom University untuk pembayaran Tel-U Carwash dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemilihan platform tersebut.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada upaya untuk menggali secara spesifik preferensi mahasiswa terhadap platform pembayaran digital di lingkungan kampus, yang mana hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih platform pembayaran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi layanan pembayaran digital yang lebih optimal, serta memberi dasar bagi pengelola Tel-U Carwash dan pihak kampus dalam menentukan platform pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Technology Acceptance Model*

Penelitian ini didasari oleh beberapa teori utama yang menjelaskan bagaimana individu memilih produk atau layanan, termasuk dalam hal pemilihan platform *digital payment*. Salah satunya adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama: *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama: *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, sedangkan *perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana teknologi tersebut dianggap memberikan manfaat praktis dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan model TAM, mahasiswa umumnya cenderung memilih platform yang dianggap mudah digunakan dan memberi manfaat praktis dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti kemudahan akses dan integrasi dengan layanan kampus.

### **Platform Digital Payment**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong adopsi pembayaran digital di berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi. Kampus-kampus kini makin aktif mengadopsi sistem pembayaran digital untuk berbagai layanan, mulai dari pembayaran SPP, kantin, hingga layanan seperti carwash. Mahasiswa generasi Z dan milenial sangat terbuka terhadap penggunaan dompet digital, QRIS, dan aplikasi pembayaran lainnya. Studi terbaru menunjukkan 90% mahasiswa tertarik menggunakan smartphone untuk pembayaran kampus, dan 84% sudah rutin memanfaatkan aplikasi pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari (Tripathi, 2024). Hal ini didorong oleh keinginan mahasiswa akan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi, serta gaya hidup *cashless* yang makin populer di lingkungan kampus.

Pilihan platform digital payment merupakan variabel kategorik yang diukur berdasarkan preferensi mahasiswa terhadap aplikasi seperti Mobile Banking, GoPay, OVO, ShopeePay, DANA, dan lain-lain. Studi di India dan Malaysia menunjukkan bahwa Google Pay, PhonePe, dan Paytm menjadi aplikasi paling populer di kalangan mahasiswa, dengan frekuensi penggunaan mingguan hingga harian (Joy, 2024). Preferensi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh fitur promo, cashback, kemudahan integrasi dengan layanan kampus, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan. Penelitian juga menemukan bahwa mahasiswa cenderung loyal pada satu aplikasi jika platform tersebut konsisten memberikan kemudahan, keamanan, dan kecepatan transaksi. Variabel Platform Digital Payment diukur menggunakan variabel kategorik pilihan platform digital payment mahasiswa untuk pembayaran Tel-U Carwash. Dengan indikator yaitu Bank Qris / Transfer, GoPay, Dana, ShopeePay, OVO dan lain-lain.

### **Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan diperkirakan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih platform digital payment. Platform yang user-friendly, mudah diakses, dan proses transaksinya tidak praktis pasti lebih diminati. Fitur seperti integrasi dengan aplikasi kampus, kemudahan top-up, dan tampilan antarmuka yang simpel jadi nilai tambah tersendiri (Listiyono et al., 2023).

Indikator kemudahan penggunaan merujuk pada (Davis, 1989) yang mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan indikator yaitu antarmuka platform digital payment, proses pembayaran mudah dilakukan dan lancar, kemudahan navigasi aplikasi.

### **Keamanan Transaksi**

Mahasiswa cenderung memilih platform yang menawarkan perlindungan data, enkripsi transaksi, serta fitur keamanan tambahan seperti OTP atau verifikasi biometrik (Kumar & Ramesh, 2023). Studi di Malaysia dan India menegaskan bahwa tingkat kepercayaan (trust) terhadap platform digital payment sangat memengaruhi sikap dan niat mahasiswa untuk menggunakannya. Keamanan juga berkaitan dengan minimnya risiko kehilangan uang atau data pribadi saat bertransaksi, dan fitur seperti *fraud detection*, tokenisasi, serta enkripsi menjadi standar baru dalam sistem pembayaran digital modern.

Indikator keamanan merujuk pada (Davis, 1989) dalam TAM yang menyatakan bahwa *perceived trustworthiness* atau kepercayaan menjadi kunci dalam adopsi teknologi. Dengan indikator yaitu rasa aman pengguna, perlindungan data pribadi, perlindungan dari penipuan.

### **Kecepatan Transaksi**

Kecepatan transaksi juga jadi alasan utama mahasiswa beralih ke pembayaran digital. Platform yang mampu memproses pembayaran secara instan dan minim gangguan teknis jelas lebih disukai. Studi di India dan Indonesia menunjukkan mahasiswa memilih e-wallet atau aplikasi pembayaran yang menawarkan transaksi cepat, terutama untuk kebutuhan sehari-hari

di lingkungan kampus, seperti pembayaran carwash, kantin, dan event kampus. Kecepatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tapi juga mendorong adopsi lebih luas di kalangan mahasiswa (Kaur & Gupta, 2023).

Indikator kecepatan transaksi mengacu pada kecepatan pemrosesan transaksi dan efisiensi waktu. Indikator-indikator ini merujuk pada penelitian oleh (Davis, 1989) dalam TAM, yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* mencakup elemen kecepatan dalam penggunaan teknologi. Indikatornya yaitu kecepatan transaksi, efisiensi waktu.

### **Jenis Kelamin**

Jenis kelamin juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku mahasiswa dalam memilih platform digital payment. Penelitian oleh Menezes dan Srinivas (Menezes, 2024) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi, pola penggunaan, dan sikap antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan layanan pembayaran digital, di mana laki-laki cenderung lebih aktif mencoba fitur baru dan cepat beradaptasi dengan teknologi, sedangkan perempuan sering menghadapi tantangan tambahan seperti keterbatasan akses teknologi dan tingkat literasi digital yang lebih rendah.

Indikator jenis kelamin mengacu pada penelitian (Menezes, 2024) yang menunjukkan adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam penggunaan layanan digital. Indikatornya yaitu jenis kelamin mahasiswa (laki-laki atau perempuan).

### **Keterkaitan Antar Kemudahan Penggunaan dengan Pilihan Platform Digital Payment**

Kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor utama dalam memilih platform digital payment. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Platform yang mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha besar dalam proses pembelajaran akan lebih dipilih oleh pengguna. Oleh karena itu, mahasiswa Telkom University cenderung memilih platform pembayaran digital yang dianggap mudah diakses dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari mereka, termasuk kemudahan akses dan integrasi dengan layanan kampus.

*H<sub>1</sub> : Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment mahasiswa Telkom University untuk pembayaran Tel-U Carwash*

### **Keterkaitan Antar Keamanan dengan Pilihan Platform Digital Payment**

Keamanan adalah faktor penting dalam keputusan pemilihan platform pembayaran digital. Penelitian oleh (Kumar & Ramesh, 2023) menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih platform yang menawarkan perlindungan data, enkripsi transaksi, serta fitur keamanan tambahan seperti OTP atau verifikasi biometrik. Keamanan yang tinggi mengurangi kekhawatiran pengguna tentang kehilangan uang atau data pribadi mereka. Oleh karena itu, mahasiswa Telkom University lebih memilih platform yang memberikan rasa aman terkait transaksi digital mereka.

*H<sub>2</sub> : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment mahasiswa Telkom University untuk pembayaran Tel-U Carwash*

### **Keterkaitan Antar Kecepatan Transaksi dengan Pilihan Platform Digital Payment**

Kecepatan transaksi adalah salah satu pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih platform pembayaran digital, terutama dalam lingkungan kampus yang serba cepat. Penelitian oleh (Kaur & Gupta, 2023) menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih aplikasi pembayaran yang menawarkan transaksi cepat, terutama untuk kebutuhan sehari-hari seperti pembayaran carwash, kantin, dan acara kampus. (Davis, 1989) dalam TAM juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan termasuk kecepatan dalam proses transaksi dapat

meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong adopsi yang lebih luas. Oleh karena itu, mahasiswa Telkom University cenderung memilih platform yang dapat memproses pembayaran dengan cepat dan tanpa gangguan teknis.

*H<sub>3</sub> : Kecepatan transaksi berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment mahasiswa Telkom University untuk pembayaran Tel-U Carwash*

### **Keterkaitan Antar Jenis Kelamin dengan Pilihan Platform Digital Payment**

Jenis kelamin dapat memengaruhi preferensi terhadap platform digital payment. Penelitian oleh (Menezes, 2024) menunjukkan bahwa laki-laki cenderung lebih aktif mencoba fitur baru dan beradaptasi cepat dengan teknologi baru, sementara perempuan mungkin lebih berhati-hati dan menghadapi tantangan terkait keterbatasan akses teknologi atau literasi digital. Perbedaan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat mempengaruhi platform pembayaran yang dipilih, dengan platform tertentu mungkin lebih disukai oleh laki-laki atau perempuan. Oleh karena itu, dalam konteks mahasiswa Telkom University, jenis kelamin kemungkinan memiliki pengaruh dalam pemilihan platform pembayaran digital.

*H<sub>4</sub> : Jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment mahasiswa Telkom University untuk pembayaran Tel-U Carwash*

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis variabel alasan penggunaan seperti kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi dan jenis kelamin terhadap pilihan platform digital payment pada Tel-U Carwash berdasarkan preferensi mahasiswa Telkom University. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Telkom University yang berjumlah 34.000 orang. Sampel penelitian ditentukan sebanyak 100 mahasiswa dengan menggunakan metode *purposive sampling* (Soesana et al., 2023) dan kriterianya adalah mahasiswa yang telah menggunakan layanan Tel-U Carwash, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 5% (Amelia et al., 2023). Penentuan *margin of error* sebesar 5% dikarenakan penelitian bersifat deskriptif dan eksploratif sehingga toleransi kesalahan dapat diperbesar demi efisiensi pengumpulan data (Israel, 1992).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dan secara langsung melalui platform WhatsApp dan interaksi dengan mahasiswa Telkom University. Kuesioner terdiri dari pertanyaan terkait pilihan platform digital payment untuk mengukur variabel dependen dan faktor-faktor pemilihan platform (kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi dan jenis kelamin) untuk mengukur variabel independen. Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data yang diperoleh merupakan data primer. Analisis data dilakukan melalui Analisis Deskriptif untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesetujuan mahasiswa terhadap alasan pemilihan *platform digital payment*, serta Analisis Regresi Logistik Multinomial untuk mengetahui hubungan antara alasan pemilihan *platform* dengan pilihan *platform digital payment* mahasiswa.

Regresi logistik multinomial menurut (Hosmer & Lemeshow, 2000) adalah teknik statistik yang digunakan ketika variabel dependen merupakan variabel kategorik dengan lebih dari dua kategori yang tidak memiliki urutan atau ranking, seperti dalam kasus pilihan platform digital payment yang terdiri dari Bank Transfer / QRIS, GoPay, Dana, ShopeePay, OVO, dan lainnya. Oleh karena itu, regresi logistik multinomial adalah teknik yang tepat untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan platform digital payment di antara lebih dari dua kategori, tanpa mengasumsikan adanya urutan pada kategori-kategori tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

#### Distribusi Pemilihan Platform Digital Payment

Berdasarkan hasil analisis, mayoritas dari 100 sampel mahasiswa Telkom University yang menggunakan layanan Tel-U Carwash lebih memilih platform digital payment tertentu sebagai metode pembayaran. Pemilihan platform ini menunjukkan adanya preferensi yang cukup jelas di kalangan mahasiswa terhadap platform-platform tertentu. Distribusi pemilihan platform digital payment dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Distribusi Pemilihan Platform

| Platform             | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|----------------------|------------------|----------------|
| Bank QRIS / Transfer | 62               | 62%            |
| Gopay                | 14               | 14%            |
| Dana                 | 13               | 13%            |
| ShopeePay            | 6                | 6%             |
| OVO                  | 5                | 5%             |

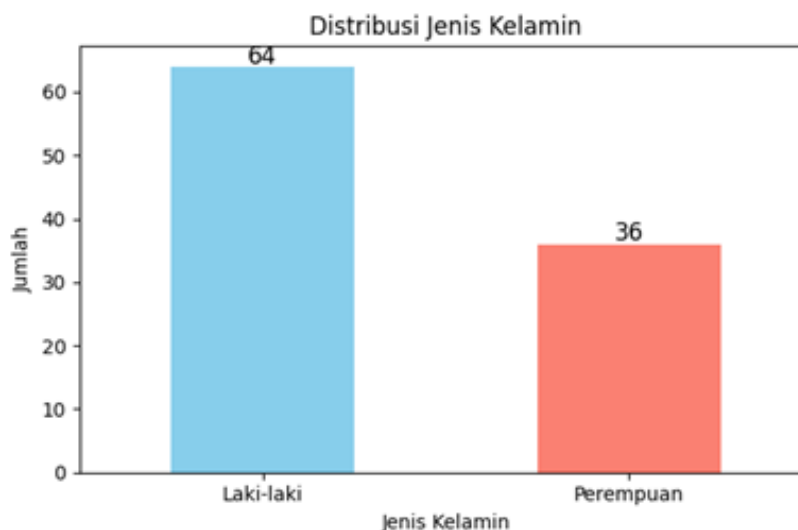
Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa Bank QRIS / Transfer merupakan platform yang paling banyak dipilih, dengan lebih dari setengah responden (62%) memilihnya. GoPay dan Dana juga menunjukkan preferensi yang cukup signifikan, masing-masing dengan persentase 14% dan 13%. Namun, ShopeePay dan OVO memiliki pangsa pasar yang lebih kecil, masing-masing dengan persentase 6% dan 5%. Temuan ini memberikan gambaran bahwa meskipun ada beberapa opsi platform digital payment, Bank QRIS / Transfer tetap menjadi pilihan utama mahasiswa Telkom University dalam melakukan pembayaran untuk layanan *carwash*.

#### Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Analisis distribusi frekuensi jenis kelamin responden menunjukkan mayoritas responden adalah laki-laki dengan persentase 64% dan 36% untuk responden perempuan. Hasil ini menunjukkan bahwa lebih banyak mahasiswa berjenis kelamin laki-laki yang menggunakan layanan Tel-U Carwash.

**Gambar 1.** Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin



Sumber: Grafik dibuat menggunakan Google Colab

#### Skor dan Indeks Skala Likert per Item

Hasil perhitungan skor dan indeks pada setiap item indikator menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat persetujuan yang tinggi terhadap kemudahan

penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi dari platform digital payment yang mereka pilih. Penentuan nilai indeks menggunakan rumus (Mela Sofianti et al., 2019):

$$\text{Indeks (\%)} = (\text{Total Skor} / (\text{Skor max} * \text{Jumlah Responden})) * 10$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

Total Skor = jumlah seluruh skor jawaban responden pada satu indikator

Skor Maksimal = nilai tertinggi pada skala likert (5)

Jumlah Responden = banyaknya responden yang menjawab

**Tabel 2.** Skor dan Indeks Skala Likert per Item

| Item                   | Total Skor | Indeks |
|------------------------|------------|--------|
| Kemudahan Penggunaan 1 | 460        | 92.0   |
| Kemudahan Penggunaan 2 | 471        | 94.2   |
| Kemudahan Penggunaan 3 | 443        | 88.6   |
| Keamanan 1             | 453        | 90.6   |
| Keamanan 2             | 443        | 88.6   |
| Keamanan 3             | 437        | 87.4   |
| Kecepatan Transaksi 1  | 458        | 91.6   |
| Kecepatan Transaksi 2  | 454        | 90.8   |
| Kecepatan Transaksi 3  | 459        | 91.8   |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa kemudahan penggunaan mendapat indeks skor yang sangat tinggi, dengan Kemudahan Penggunaan memperoleh skor tertinggi yaitu 94,2%. Keamanan juga mendapatkan skor yang tinggi, terutama pada Keamanan yang memperoleh indeks 90,6%. Kecepatan transaksi menunjukkan hasil yang serupa, dengan Kecepatan Transaksi memperoleh indeks 91,8%, yang menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan faktor-faktor tersebut pada platform *digital payment* yang mereka pilih.

### Analisis Pilihan Platform Berdasarkan Jenis Kelamin

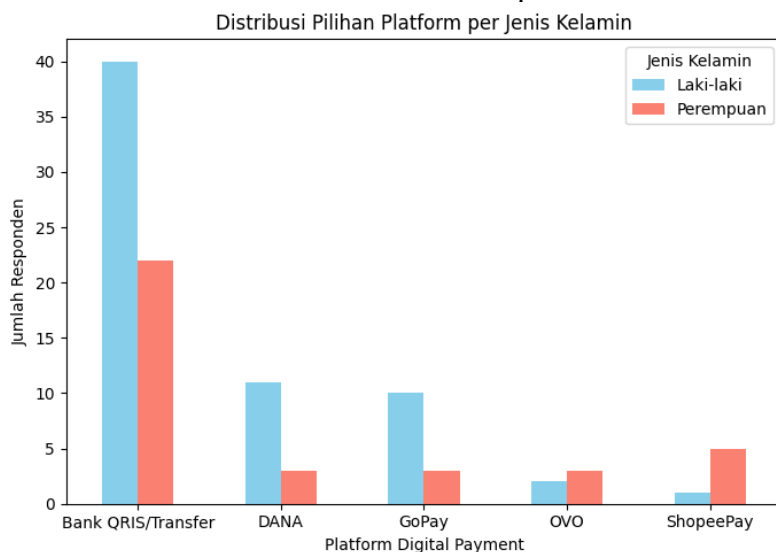
Tujuan dilakukannya analisis ini adalah untuk melihat apakah terdapat perbedaan pola atau kecenderungan penilaian antara responden laki-laki dan perempuan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan platform digital payment, seperti kemudahan penggunaan (X1), keamanan (X2), dan kecepatan (X3).

**Tabel 3.** Analisis Pilihan Platform berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | count |    |    | max |    |    | mean |     |     | min |     |    | std |     |     |
|---------------|-------|----|----|-----|----|----|------|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|
|               | X1    | X2 | X3 | X1  | X2 | X3 | X1   | X2  | X3  | X1  | X2  | X3 | X1  | X2  | X3  |
| Laki-laki     | 64    | 64 | 64 | 5   | 5  | 5  | 4.7  | 4.5 | 4.6 | 3   | 3   | 3  | 0.5 | 0.6 | 0.5 |
| Perempuan     | 36    | 36 | 36 | 5   | 5  | 5  | 4.4  | 4.3 | 4.5 | 2.7 | 2.7 | 2  | 0.6 | 0.6 | 0.6 |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Dari tabel terlihat bahwa mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa perempuan pada semua indikator: kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi. Meskipun begitu, perbedaan ini tidak terlalu besar karena variasi skor antar kelompok relatif kecil. Temuan ini sejalan dengan penelitian Menezes (Menezes, 2024) yang menyebutkan bahwa laki-laki umumnya lebih percaya diri dan cepat beradaptasi dengan teknologi pembayaran digital. Namun, baik laki-laki maupun perempuan pada dasarnya sudah cukup familiar dan nyaman menggunakan platform digital payment di lingkungan kampus.

**Gambar 2.** Distribusi Pilihan Platform per Jenis Kelamin

Sumber: Gambar dibuat menggunakan Google Colab

Visualisasi menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki dan perempuan Telkom University sama-sama paling banyak memilih Bank QRIS/Transfer dengan jumlah total pemilih 62 mahasiswa/i untuk pembayaran Tel-U Carwash. Laki-laki lebih memilih DANA (11 mahasiswa) dan GoPay (10 mahasiswa), sementara perempuan lebih memilih ShopeePay (5 mahasiswi) dan OVO (3 mahasiswi). Perbedaan ini mencerminkan pola preferensi gender dalam penggunaan platform *digital payment*.

### Regresi Logistik Multinomial

#### Korelasi Antar Variabel Independen

Korelasi antar variabel independen dilakukan untuk memastikan tidak terjadi masalah multikolinearitas, yaitu hubungan yang terlalu kuat antar variabel bebas, yang dapat mengganggu hasil analisis regresi logistik multinomial. Salah satu cara untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas adalah dengan menghitung nilai Variance Inflation Factor (VIF).

**Tabel 4.** Korelasi Antar Variabel Independen

| Variabel             | VIF   |
|----------------------|-------|
| Kemudahan Penggunaan | 1.909 |
| Keamanan             | 1.766 |
| Kecepatan Transaksi  | 1.555 |
| Jenis Kelamin        | 1.056 |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai VIF untuk variabel-variabel independen berada jauh di bawah nilai ambang batas kritis (10). Nilai VIF <10 menandakan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel independen dalam model. Dengan demikian, variabel-variabel ini tidak saling mengganggu satu sama lain dan dapat digunakan untuk analisis regresi logistik multinomial.

#### Estimasi Parameter

Proses estimasi parameter pada regresi logistik multinomial dilakukan menggunakan metode *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) untuk menemukan nilai koefisien terbaik dari setiap variabel prediktor (X) terhadap peluang memilih platform digital payment tertentu dibandingkan kategori referensi (Bank QRIS/Transfer). Koefisien positif menunjukkan peningkatan peluang pemilihan platform, sedangkan koefisien negatif menunjukkan penurunan peluang, dengan signifikansi ditentukan oleh p-value (< 0,05).

Tabel 5. Estimasi Parameter

| Platform             | Kemudahan | Keamanan | Kecepatan | Jenis Kelamin | Intercept |
|----------------------|-----------|----------|-----------|---------------|-----------|
| Bank QRIS / Transfer | -0.290    | 0.309    | -0.285    | -0.215        | 3.220     |
| Dana                 | 0.287     | -0.380   | -0.311    | -0.653        | 2.743     |
| GoPay                | 0.378     | 0.015    | 0.132     | -0.591        | -1.493    |
| OVO                  | -0.455    | -0.262   | 0.753     | 0.382         | -1.688    |
| ShopeePay            | 0.080     | 0.318    | -0.288    | 1.077         | -2.781    |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Dari tabel di atas, dapat dilihat koefisien untuk setiap variabel prediktor pada masing-masing platform *digital payment* dibandingkan dengan Bank QRIS/Transfer sebagai kategori referensi. Berikut temuannya:

1. Dana: Kemudahan penggunaan (+0,287) meningkatkan peluang pemilihan Dana; keamanan dan kecepatan transaksi menurunkan peluang pemilihan Dana.
2. GoPay: Kemudahan penggunaan (+0,378) dan keamanan (+0,015) sedikit meningkatkan peluang pemilihan GoPay; kecepatan transaksi berpengaruh kecil.
3. OVO: Kecepatan transaksi (+0,753) menjadi faktor dominan pemilihan OVO; kemudahan penggunaan dan keamanan menurunkan peluang pemilihan OVO.
4. ShopeePay: Jenis kelamin (+1,077) berpengaruh kuat (lebih cenderung digunakan perempuan); kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi menurunkan peluang.

Secara keseluruhan, hasil estimasi parameter ini memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan setiap platform digital payment, serta seberapa besar pengaruh setiap faktor terhadap keputusan mahasiswa Telkom University dalam memilih platform untuk pembayaran Tel-U Carwash.

### MNLogit Regression Results

Hasil utama dari regresi logistik multinomial (MNLogit) menampilkan koefisien, *standard error*, nilai *z*, *p-value*, *confidence interval* (95% CI), serta *odds ratio* untuk setiap variabel independen (kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi, dan jenis kelamin) pada masing-masing platform (DANA, GoPay, OVO, ShopeePay) dibandingkan dengan kategori referensi Bank QRIS/Transfer. Jika odds ratio > 1, ini menunjukkan peningkatan peluang untuk memilih platform tersebut, sedangkan odds ratio < 1 menunjukkan penurunan peluang.

Tabel 6. Hasil Regresi MNlogit

| Platform | Variabel      | koef  | std error | z     | p-value | 95% CI |      | Odds ratio |
|----------|---------------|-------|-----------|-------|---------|--------|------|------------|
|          |               |       |           |       |         | Low    | Up   |            |
| DANA     | Kemudahan     | 0.93  | 0.84      | 1.10  | 0.27    | -0.72  | 2.57 | 2.52       |
|          | Keamanan      | -0.92 | 0.64      | -1.43 | 0.15    | -2.18  | 0.34 | 0.40       |
|          | Kecepatan     | -0.21 | 0.75      | -0.28 | 0.78    | -1.69  | 1.27 | 0.81       |
|          | Jenis Kelamin | -0.75 | 0.74      | -1.01 | 0.31    | -2.20  | 0.70 | 0.47       |
| GoPay    | Kemudahan     | 0.92  | 0.93      | 1.00  | 0.32    | -0.89  | 2.74 | 2.52       |
|          | Keamanan      | -0.46 | 0.68      | -0.68 | 0.50    | -1.80  | 0.87 | 0.63       |
|          | Kecepatan     | 0.42  | 0.88      | 0.48  | 0.63    | -1.31  | 2.15 | 1.52       |
|          | Jenis Kelamin | -0.60 | 0.73      | -0.83 | 0.40    | -2.03  | 0.82 | 0.55       |
| OVO      | Kemudahan     | -0.91 | 1.05      | -0.86 | 0.39    | -2.97  | 1.15 | 0.40       |
|          | Keamanan      | -1.05 | 1.09      | -0.97 | 0.33    | -3.19  | 1.08 | 0.35       |
|          | Kecepatan     | 3.58  | 2.14      | 1.67  | 0.09    | -0.62  | 7.78 | 35.88      |
|          | Jenis Kelamin | 0.87  | 1.03      | 0.84  | 0.40    | -1.16  | 2.90 | 2.39       |

| Platform  | Variabel      | koef  | std error | z     | p-value | 95% CI |      | Odds ratio |
|-----------|---------------|-------|-----------|-------|---------|--------|------|------------|
|           |               |       |           |       |         | Low    | Up   |            |
| ShopeePay | Kemudahan     | 0.40  | 1.15      | 0.35  | 0.73    | -1.86  | 1.36 | 1.49       |
|           | Keamanan      | 0.42  | 1.07      | 0.40  | 0.69    | -1.68  | 2.52 | 1.52       |
|           | Kecepatan     | -0.20 | 0.79      | -0.26 | 0.80    | -1.75  | 1.34 | 0.81       |
|           | Jenis Kelamin | 2.35  | 1.15      | 2.04  | 0.04    | 0.10   | 4.60 | 10.49      |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Hasil regresi logistik multinomial menunjukkan bahwa dari semua variabel, hanya jenis kelamin pada ShopeePay yang berpengaruh signifikan ( $p = 0,04$ ) dengan odds ratio 10,49, artinya peluang mahasiswa perempuan memilih ShopeePay sekitar 10 kali lebih besar dibanding Bank QRIS/Transfer. Variabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi pada semua platform lainnya (DANA, GoPay, OVO) tidak menunjukkan pengaruh signifikan ( $p > 0,05$ ).

### Goodness of Fit

Model regresi logistik multinomial belum fit terhadap data, dengan Pseudo R-Squared sebesar 0,083 yang menunjukkan model hanya mampu menjelaskan 8,3% variasi data. Nilai LLR p-value sebesar 0,257 ( $>0,05$ ) menandakan model secara keseluruhan tidak signifikan. Dari hasil analisis, hanya variabel jenis kelamin yang berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment, khususnya ShopeePay (odds ratio 10,494), sedangkan kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi tidak signifikan. Faktor lain di luar variabel penelitian kemungkinan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih platform.

**Tabel 7. Goodness of Fit**

| Statistik                   | Nilai    |
|-----------------------------|----------|
| Log-Likelihood              | -105.932 |
| Pseudo R-Squared (McFadden) | 0.083    |
| LLR p-value                 | 0.257    |

Sumber: Data diolah menggunakan Google Colab

Berdasarkan *Goodness of Fit* dan hasil regresi logistik multinomial, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan pilihan platform digital payment mahasiswa Telkom University, terutama untuk ShopeePay, dengan odds ratio yang sangat tinggi (10.494). Sementara itu, faktor kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam memengaruhi pemilihan platform digital payment, meskipun faktor-faktor ini secara teori dan praktis seharusnya mempengaruhi keputusan tersebut. Faktor lain, yang tidak terukur dalam penelitian ini, kemungkinan juga berperan dalam keputusan mahasiswa dalam memilih platform pembayaran.

Karena nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis H1d yang menyatakan bahwa jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap pilihan platform digital payment diterima, sementara hipotesis lainnya ditolak.

### PEMBAHASAN

Kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan platform pembayaran digital, sementara jenis kelamin berpengaruh signifikan, khususnya pada pemilihan ShopeePay. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) kemudahan penggunaan dan keamanan idealnya berpengaruh signifikan, namun pada konteks ini kemungkinan dianggap sebagai standar pada semua platform, sehingga tidak menjadi faktor pembeda. Sejalan dengan temuan (Kumar & Ramesh, 2023), mahasiswa yang telah terbiasa menggunakan platform digital cenderung tidak lagi

mengevaluasi aspek teknis secara mendalam. Faktor demografis seperti jenis kelamin dan gaya hidup lebih dominan, sebagaimana juga ditemukan oleh (Menezes, 2024). Kecepatan transaksi dianggap memadai di platform populer, sehingga tidak memengaruhi perbedaan pilihan.

Dalam konteks penggunaan teknologi keuangan, beberapa penelitian terdahulu menemukan adanya perbedaan preferensi dan persepsi berdasarkan gender. Laki-laki cenderung lebih fokus pada aspek kegunaan praktis (*perceived usefulness*), efisiensi, dan rasionalitas dalam penggunaan platform pembayaran digital. Sebaliknya, perempuan seringkali lebih menekankan aspek kenyamanan, kepraktisan, dan kepercayaan terhadap suatu layanan. Perbedaan pola pikir dan orientasi inilah yang membuat jenis kelamin menjadi variabel signifikan dalam memengaruhi preferensi platform. Selain itu, kecenderungan perempuan yang lebih responsif terhadap promosi, diskon, dan cashback juga dapat memengaruhi pilihan platform pembayaran digital. Sebaliknya, laki-laki lebih mungkin memilih platform yang dianggap stabil, efisien, dan mudah digunakan dalam jangka panjang. Dengan demikian, meskipun faktor teknis seperti kemudahan, keamanan, dan kecepatan tidak signifikan, perbedaan gender tetap mampu memunculkan variasi preferensi antarindividu. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Gefen & Straub (1997) yang menyatakan bahwa gender dapat memengaruhi persepsi terhadap teknologi, terutama dalam hal *trust* dan *risk perception*. Penelitian lain oleh Zhou et al. (2021) juga menunjukkan bahwa perbedaan gender berperan penting dalam menentukan sikap dan niat adopsi teknologi keuangan digital, di mana perempuan lebih sensitif terhadap aspek emosional dan pengalaman pengguna, sementara laki-laki lebih berorientasi pada performa dan fungsi.

Dalam perspektif TAM, *Perceived Ease of Use* seharusnya memengaruhi niat penggunaan karena semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan karena sebagian besar mahasiswa telah terbiasa menggunakan berbagai platform digital payment seperti QRIS, OVO, GoPay, DANA, atau ShopeePay. Akibatnya, perbedaan persepsi terkait kemudahan sudah tidak lagi menjadi faktor pembeda. Dengan kata lain, kemudahan telah menjadi standar minimum (*basic requirement*) yang relatif sama pada semua platform. Penemuan ini sejalan dengan penelitian Venkatesh & Davis (2000) yang menegaskan bahwa seiring meningkatnya pengalaman pengguna, pengaruh *ease of use* terhadap niat penggunaan akan menurun.

Keamanan umumnya dianggap sebagai aspek penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Akan tetapi, dalam konteks transaksi dengan nominal kecil seperti pembayaran jasa carwash, mahasiswa tidak menempatkan faktor keamanan sebagai pertimbangan utama. Tingginya tingkat kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital yang telah diawasi oleh OJK dan Bank Indonesia membuat mahasiswa tidak merasakan perbedaan berarti antarplatform. Oleh karena itu, variabel keamanan tidak signifikan dalam menentukan preferensi. Hasil ini konsisten dengan penelitian Chawla & Joshi (2019) yang menemukan bahwa persepsi keamanan tidak memengaruhi intensi penggunaan ketika pengguna sudah memiliki tingkat kepercayaan dasar yang tinggi terhadap penyedia layanan.

Faktor kecepatan transaksi juga tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa. Hal ini dapat dipahami karena hampir semua platform digital payment memberikan kecepatan layanan yang serupa, yakni hanya dalam hitungan detik. Dengan demikian, mahasiswa tidak merasakan adanya perbedaan nyata antarplatform dari sisi kecepatan. Mereka lebih cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti promo, cashback, integrasi dengan aplikasi lain, atau ketersediaan saldo. Hasil ini mendukung temuan Patil et al. (2020) yang menunjukkan bahwa apabila kecepatan antarplatform relatif setara, maka faktor lain di luar aspek teknis akan lebih menentukan pilihan pengguna.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks mahasiswa pengguna layanan Tel-U Carwash, faktor teknis seperti kemudahan, keamanan, dan kecepatan bukan lagi faktor

diferensiasi utama. Sesuai kerangka TAM, hal ini dapat dipahami karena teknologi digital payment sudah berada pada tahap mature adoption. Akibatnya, faktor-faktor dasar tidak lagi menjadi perhatian utama pengguna. Mahasiswa lebih dipengaruhi oleh faktor nilai tambah yang bersifat kontekstual, seperti promosi, biaya transaksi, maupun ekosistem layanan yang terintegrasi.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor teknis berupa kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan platform pembayaran digital oleh mahasiswa pengguna layanan Tel-U Carwash. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut telah menjadi standar minimum (basic requirement) yang relatif sama pada seluruh platform, sehingga tidak lagi menjadi faktor diferensiasi utama dalam pengambilan keputusan. Sebaliknya, faktor demografis, khususnya jenis kelamin, terbukti berpengaruh signifikan terhadap preferensi platform, dengan pola perbedaan orientasi antara laki-laki dan perempuan terkait aspek fungsional, kenyamanan, dan respons terhadap promosi. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengaruh perceived ease of use dan perceived security menurun seiring dengan meningkatnya pengalaman pengguna terhadap berbagai platform digital payment, sejalan dengan konsep mature adoption. Faktor nilai tambah yang bersifat kontekstual, seperti promosi, biaya transaksi, dan integrasi ekosistem layanan, menjadi pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih platform pembayaran digital. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa di era digital yang matang, preferensi pengguna lebih dipengaruhi oleh aspek kontekstual dan demografis dibandingkan aspek teknis yang sudah dianggap standar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina Luisa Peny, T., Pratama Rajagukguk, K., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Yuni Dharta, F. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In Ariawan (Ed.), *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). The moderating effect of demographic variables on mobile wallet adoption: An empirical investigation. *Global Business Review*, 20(6), 1359–1384. <https://doi.org/10.1177/0972150919847136>
- Creswel, J. W. (2017). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Davies, C. (2022). *A Quick Guide to Quantitative Research in the Social Sciences*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319–340.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (1997). Gender differences in the perception and use of e-mail: An extension to the Technology Acceptance Model. *MIS Quarterly*, 21(4), 389–400. <https://doi.org/10.2307/249720>
- Harmiyanti, Y., Sarmigi, E., & Bustami, Y. (2025). The Use Of E-Commerce As A Marketing Strategy To Sustain Muslim And Muslimah Clothing Stores. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 11(1), 35-50.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size 1 The Level Of Precision*.

- Joy, P. (2024). *A Study On Usage Of Online Payment Apps By College Students*. [www.ijert.org](http://www.ijert.org)
- Kaur, A., & Gupta, M. (2023, March 13). *A Study on Students' Perception towards Digital Financial Service*. <https://doi.org/10.4108/ea.16-12-2022.2326197>
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211047576>
- Kumar, A. M., & Ramesh, P. (2023). *Security and Vulnerability in Digital Payment Systems*. [www.ijert.org](http://www.ijert.org)
- Listiyono, H., Sunardi, S., Sugiyanto, S., & Utomo, A. P. (2023). Factors Affecting Students' Intentions to Use the University's E-Payment System. *Scientific Journal of Informatics*, 10(2), 177–186. <https://doi.org/10.15294/sji.v10i2.43825>
- Mela Sofianti, A., Murniawaty, I., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha Dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi. *Economic Education*. *Murniawaty, Indri*, 8(2), 588–604. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31490>
- Menezes, A. (2024). *Impact of Gender on the Various Aspects of Digital Payment System: A Banking Empirical Study from India*. <https://www.researchgate.net/publication/385530072>
- Pahlevi, R. (2022, January 12). *Survei DailySocial: OVO Jadi Dompet Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f8ab4439534dfec/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompet-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital payment adoption and the role of demographic characteristics: Evidence from India. *Technology in Society*, 61, 101245. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101245>
- Pratama, A., & Sarmigi, E. (2024). Analysis of Public Understanding of the Halal Products of Bank Syariah Indonesia, Sungai Penuh City Branch. *Jurnal Iqtisaduna*, 10(2), 320-333.
- Rafina, Y., Sarmigi, E., Syarif, D., & Travilo, Y. (2024). The influence of technology perception, risk, and complaint handling on customer interest in using Internet banking at Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2).
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126>
- Sarmigi, E., & Saini, M. Z. H. (2025). Public Perception of Security and Reliability: How to Build a Trust in Islamic Banking?. *BANCO*, 68-89.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Artauli Hasibuan, F., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis .
- Suryanto, S., Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH. *AdBispreneur*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.39452>

- Tripathi, P. (2024). Exploring the Adoption of Digital Payments: Key Drivers & Challenges. *International Journal of Scientific Research & Engineering Trends*, 10(5). <https://doi.org/10.5923/j.ajca.20241103.02>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wulandari, C. S. (2023, March 31). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi Research*. BI Institute. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2021). Examining gender differences in consumers' acceptance of mobile payment. *Electronic Commerce Research*, 21(1), 55–75. <https://doi.org/10.1007/s10660-018-9314-3>