

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL LINKAJA SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA JAMBI)

Yulia Juwita Ps¹, Lucky Enggrani Fitri², Yusuf Zaini Aprizal³

Universitas Jambi^{1,2,3}

Email: yuliajps2803@gmail.com¹, lucky_fitri@unja.ac.id²

yusufaprizal@unja.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan dompet digital LinkAja Syariah pada Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik Non Probability Sampling di wilayah Kota Jambi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda (Multiple Linear Regression) dengan bantuan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel independen yaitu Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan LinkAja Syariah. Hasil uji-t secara spesifik memperlihatkan bahwa Kemudahan Penggunaan adalah variabel yang paling dominan, ditunjukkan oleh nilai t hitung tertinggi (8,511) dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan adalah faktor terkuat dalam mendorong Minat Menggunakan, diikuti oleh Promosi dengan t hitung = 8,347 dan Religiusitas dengan t hitung = 7,206 yang semuanya signifikan pada $\alpha=0,000$.

Kata Kunci: Promosi, Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Minat Menggunakan, LinkAja Syariah, Generasi Z.

Abstract

This study aims to determine the influence of Promotion, Ease of Use, and Religiosity on the Intention to Use the LinkAja Syariah digital wallet among Generation Z in Jambi City. The research employs a quantitative approach with a survey method, in which primary data was collected through the distribution of questionnaires to respondents. The sampling technique used is Non-Probability Sampling within the Jambi City area. The data analysis technique applied is Multiple Linear Regression, with the assistance of SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. The results of the study indicate that, partially, the three independent variables Promotion, Ease of Use, and Religiosity have a positive and significant influence on the Intention to Use LinkAja Syariah. The t test results specifically indicate that Ease of Use is the most dominant variable, as shown by the highest t-value (8.511) and a significance level of 0.000. This

suggests that Ease of Use is the strongest factor driving the intention to use, followed by Promotion with a t-value of 8.347 and Religiosity with a t-value of 7.206, both also significant at $\alpha = 0.000$.

Keywords: *Promotion, Perceived Ease of Use, Religiosity, Intention to Use, LinkAja Syariah, Generation Z.*

A. Pendahuluan

Dompot digital (*e-wallet*) merupakan salah satu bentuk inovasi teknologi yang kini telah digunakan secara luas oleh masyarakat global, termasuk di Indonesia. Perkembangannya telah memunculkan gaya hidup baru dalam bertransaksi. Kemajuan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor jasa keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah dompet digital (*e-wallet*), yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai¹.

Di Indonesia, penggunaan dompet digital mengalami peningkatan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan perangkat seluler. Kalangan generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital native, menjadi segmen pengguna utama layanan ini karena karakteristiknya yang adaptif terhadap teknologi dan gaya hidup digital. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi, kebutuhan akan layanan keuangan berbasis syariah juga mengalami peningkatan. Salah satu produk yang hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut adalah LinkAja Syariah, sebuah layanan dompet digital yang mengklaim beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Layanan ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi masyarakat Muslim dalam melakukan transaksi digital secara halal dan sesuai syariat².

Namun demikian, realita di lapangan menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan minat terhadap LinkAja Syariah, khususnya di kalangan Generasi Z di Kota Jambi, masih tergolong rendah. Padahal secara normatif, dengan semakin tingginya tingkat literasi digital, layanan ini seharusnya memiliki potensi besar untuk diterima secara luas oleh masyarakat. Kesenjangan antara rendahnya tingkat penggunaan dompet digital berbasis syariah dan tingginya adopsi layanan keuangan oleh Generasi Z menjadi permasalahan yang perlu dianalisis secara mendalam.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kemudahan penggunaan, dan religiusitas terhadap minat menggunakan dompet digital LinkAja Syariah, dengan fokus pada

¹ Safira, N., Hidayat, A., & Prabowo, H., "Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15(2) (2022), hlm. 123–135.

² Katadata. "Survei InsightAsia: 71% Warga Pakai Dompot Digital, GoPay Paling Laris (2022)." <https://katadata.co.id>. Diakses 21 Februari 2025 pukul 09.25 WIB.

generasi Z di Kota Jambi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi pengembangan layanan keuangan digital berbasis syariah yang mampu meningkatkan minat penggunaan LinkAja Syariah, khususnya di kalangan generasi Z.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk angka-angka statistik³. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah promosi, kemudahan penggunaan dan religiusitas mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan dompet digital LinkAja Syariah.

Karena jumlah populasi Generasi Z di Kota Jambi yang tidak bisa diketahui jumlahnya secara pasti, maka teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling⁴. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara tidak langsung, yaitu menggunakan Google Form. Kuesioner tersebut dibagikan oleh peneliti kepada generasi Z di Kota Jambi. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan keadaan atau pendapat mereka. Dalam hal ini angket tersebut dibuat secara tertutup oleh peneliti, dimana jawaban untuk responden telah disediakan dalam kuisisioner.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai koefisien yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas promosi yang dilakukan, maka semakin besar pula minat individu untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan.

Temuan ini didukung oleh penelitian Rahmawati, yang menunjukkan bahwa promosi mampu meningkatkan minat generasi z dalam menggunakan layanan keuangan digital, termasuk dompet digital berbasis syariah⁵. Di era persaingan yang kompetitif, promosi menjadi instrumen utama untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi Z yang dikenal responsif terhadap berbagai penawaran menarik seperti cashback, potongan harga, dan program loyalitas. Program loyalitas merupakan salah

³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2021.

⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2021.

⁵ Rahmawati, Indri Mustika. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)." *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 (September 2023). Hlm. 535–547.

satu bentuk strategi promosi yang bertujuan untuk mempertahankan pengguna sekaligus mendorong mereka agar terus menggunakan layanan secara berkelanjutan⁶.

Dalam konteks dompet digital seperti LinkAja Syariah, program loyalitas umumnya diwujudkan dalam bentuk pemberian insentif kepada pengguna yang aktif bertransaksi. Bentuk insentif tersebut antara lain berupa cashback, poin reward, promo eksklusif, maupun sistem referral yang memberikan keuntungan baik bagi pengguna lama maupun pengguna baru yang diajak. Selain itu, pengguna juga dapat memperoleh manfaat tambahan seperti potongan harga, saldo bonus, atau akses terhadap program-program tertentu yang tidak tersedia bagi pengguna biasa⁷. Lebih lanjut, sistem loyalitas ini sering kali dilengkapi dengan tingkatan keanggotaan, seperti kategori Silver, Gold, dan Platinum, yang ditentukan berdasarkan frekuensi serta nilai transaksi pengguna. Semakin tinggi tingkat keanggotaan, maka semakin besar pula manfaat yang diperoleh⁸. Strategi seperti ini dinilai efektif dalam meningkatkan minat dan loyalitas pengguna, khususnya di kalangan generasi Z yang cenderung menghargai pengalaman pengguna yang memberikan keuntungan langsung serta nilai tambah secara berkelanjutan. Strategi ini dinilai efektif karena generasi Z sebagai target utama pengguna LinkAja Syariah sangat responsif terhadap bentuk apresiasi yang langsung dirasakan manfaatnya⁹.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan

Variabel kemudahan penggunaan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menandakan bahwa semakin mudah suatu aplikasi dompet digital digunakan, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan meliputi proses transaksi yang cepat, menu yang intuitif, serta kemudahan dalam melakukan top up dan pembayaran.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusuma, yang menunjukkan bahwa kemudahan teknologi berperan dalam

⁶ S., Dharma, E., Julyanthry, J., & Sudirman, A. "Meningkatkan Niat Menggunakan Dompet Digital pada Generasi Z dan Milenial dengan Cashback Promotion sebagai Mediator". *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 10 Nomor 4 (Oktober-Desember 2022). Hlm. 1057-1072.

⁷ Yogi Pramono, Mahardian Ardhi Bramantyo, Muhammad Syukur dkk. "Analysis Of the Influence of Brand Image, Trust, E-Service Quality, and Loyalty Program on Customer Satisfaction and Customer Loyalty on E-Wallet Usage". *The International Journal of Accounting and Business Society* Vol. 31 No. 2 (2023). Hlm. 108-115.

⁸ Liani, Rivah Desti, Jessyca Elthin, Akbar Muhammad Rizal, Arras Albaith, dan Rahma Fauziyah. "Identifikasi Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi E-Wallet di Kota Bandung." *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik* Vol. 12 No. 2 (2023). Hlm. 73-85

⁹ Putra, Rizky Adi, dan Siti Nur Azizah. "Pengaruh Strategi Loyalitas Terhadap Minat dan Loyalitas Pengguna Dompet Digital pada Generasi Z." *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 8 No. 1 (Maret 2024). Hlm. 45-58.

mendorong adopsi layanan keuangan digital¹⁰. Dalam era digital saat ini, pengguna cenderung memilih layanan yang efisien, tidak rumit, dan mampu memberikan pengalaman penggunaan yang nyaman¹¹. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sepiana menyatakan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan e wallet secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan ShopeePay sebagai metode pembayaran¹².

Hal serupa juga ditemukan dalam studi yang meneliti layanan dompet digital DANA, di mana persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) memberikan kontribusi nyata terhadap minat pengguna generasi Z dalam menggunakan aplikasi tersebut¹³. Selanjutnya, temuan dari Anisa turut memperkuat hasil sebelumnya dengan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay¹⁴. Secara keseluruhan, hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar pula peluang aplikasi tersebut diminati oleh pengguna, termasuk dalam konteks dompet digital berbasis syariah seperti LinkAja Syariah.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Suhartanto dkk, yang memperkuat peran religiusitas dalam adopsi mobile banking pada bank syariah. Studi tersebut menggabungkan Technology Acceptance Model (TAM) dan Religiosity-Behavioural Intention Model, dan menemukan bahwa selain kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, religiusitas konsumen secara signifikan memengaruhi adopsi mobile banking syariah di Indonesia¹⁵.

Lebih lanjut, penelitian oleh Mohammad, yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan produk atau layanan yang sesuai dengan nilai-nilai agama

¹⁰ Kusuma, Agus. "Pengaruh Kemudahan Teknologi Terhadap Adopsi Layanan Keuangan Digital di Indonesia." *Jurnal Sistem Informasi* Vol. 10 No. 2 (Desember 2023). Hlm. 75–88.

¹¹ Nugroho, Budi Santoso. "Pengaruh Efisiensi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Digital." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis* Vol. 9 No. 1 (Juni 2023). Hlm. 34–47.

¹² Sepiana, Rina. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Digital* Vol. 4 No. 1 (2023). Hlm. 58–67.

¹³ Putri, Anisa Dewi. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dompet Digital DANA pada Generasi Z." *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi* Vol. 7 No. 2 (2024). Hlm. 112–123.

¹⁴ Anisyah Sepiana & Nugraeni Nugraeni. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Wallet, Risiko, dan Promosi Penjualan Online terhadap Minat ShopeePay sebagai Metode Pembayaran." *Jurnal Disrupsi Bisnis* Vol. 7 No. 6 (2023). Hlm. 1–12.

¹⁵ Suhartanto, Agus, Sri Rum Sari Dewi, dan Yeni Wahyu Utami. "Religiosity and Technology Acceptance Model in Mobile Banking Adoption: Evidence from Islamic Banks in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing* Vol. 11 No. 3 (2020). Hlm. 583–599.

yang dianut. Dalam konteks penggunaan dompet digital berbasis syariah seperti LinkAja Syariah, generasi Z yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih metode pembayaran, terutama yang terkait dengan prinsip-prinsip keuangan Islam seperti bebas riba, kejelasan akad, dan keberkahan transaksi¹⁶. Penelitian dari Ihsan juga memperkuat temuan ini, di mana religiusitas menjadi salah satu faktor penentu utama dalam minat menggunakan layanan keuangan syariah, terutama di kalangan mahasiswa yang aktif dalam kegiatan keagamaan. Selain itu, studi oleh Lestari menyatakan bahwa pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap prinsip prinsip syariah akan lebih cenderung memilih dompet digital yang tidak hanya memberikan kemudahan transaksi, tetapi juga menjamin kepatuhan terhadap syariat Islam¹⁷. Dalam studi kasus yang dilakukan pada generasi Z di Kota Jambi, variabel religiusitas terbukti memberikan kontribusi positif terhadap minat menggunakan LinkAja Syariah, di mana nilai-nilai keagamaan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi, kemudahan penggunaan, dan religiusitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital LinkAja Syariah dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas promosi yang dilakukan, semakin besar minat individu untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Kemudahan penggunaan yang mencakup proses transaksi yang cepat, menu yang intuitif, serta kemudahan dalam melakukan top up dan pembayaran juga berkontribusi meningkatkan minat pengguna. Selain itu, religiusitas menjadi faktor penting yang membuat pengguna lebih selektif dan sadar dalam memilih platform keuangan yang tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan hukum Islam.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mengeksplorasi variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat dan loyalitas pengguna dompet digital syariah, seperti faktor keamanan, kualitas layanan pelanggan, atau pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi pengguna. Selain itu, penelitian lebih mendalam mengenai segmentasi pengguna berdasarkan demografi dan perilaku juga dapat memberikan wawasan yang lebih kaya untuk strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Peneliti juga dapat mempertimbangkan penggunaan metode penelitian kualitatif untuk menggali motivasi dan hambatan

¹⁶ Mohammad, Ahmad Fauzi. "Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan Produk Keuangan Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 1 (2022). Hlm. 45–58.

¹⁷ Lestari, Nurul. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Prinsip Syariah dalam Memilih Dompet Digital Syariah di Kalangan Pengguna Muda." *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan Syariah* Vol. 7 No. 1 (2023). Hlm. 89–101.

pengguna dalam mengadopsi layanan keuangan syariah secara lebih mendalam. Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dalam pengembangan produk dan layanan dompet digital syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2021.

Jurnal

Putra, Galang Pratama, and I Putu Julianto. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Pada Generasi Z Di Kabupaten Tabanan." *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi* 10(01): 27–35.

Safira N., Hidayat A., & Prabowo H. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123–135.

S., Dharma, E., Julyanthry, J., & Sudirman, A. "Meningkatkan Niat Menggunakan Dompot Digital pada Generasi Z dan Milenial dengan Cashback Promotion sebagai Mediator". *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 10 Nomor 4 (Oktober-Desember 2022). Hlm. 1057-1072.

Rahmawati, Indri Mustika. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)." *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 (September 2023). Hlm. 535–547.

Yogi Pramono, Mahardian Ardhi Bramantyo, Muhammad Syukur dkk. "Analysis Of the Influence of Brand Image, Trust, E-Service Quality, and Loyalty Program on Customer Satisfaction and Customer Loyalty on E-Wallet Usage". *The International Journal of Accounting and Business Society* Vol. 31 No. 2 (2023). Hlm. 108-115.

Putra, Rizky Adi, dan Siti Nur Azizah. "Pengaruh Strategi Loyalitas Terhadap Minat dan Loyalitas Pengguna Dompot Digital pada Generasi Z." *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 8 No. 1 (Maret 2024). Hlm. 45–58.

Liani, Rivah Desti, Jessyca Elthin, Akbar Muhammad Rizal, Arras Albaith, dan Rahma Fauziyah. "Identifikasi Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi E-Wallet di Kota Bandung." *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik* Vol. 12 No. 2 (2023). Hlm. 73-85

Kusuma, Agus. "Pengaruh Kemudahan Teknologi Terhadap Adopsi Layanan Keuangan Digital di Indonesia." *Jurnal Sistem Informasi* Vol. 10 No. 2 (Desember 2023). Hlm. 75–88.

Nugroho, Budi Santoso. "Pengaruh Efisiensi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Digital." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis* Vol. 9 No. 1 (Juni 2023). Hlm. 34–47.

Sepiana, Rina. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Digital* Vol. 4 No. 1 (2023). Hlm. 58–67.

Putri, Anisa Dewi. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Generasi Z." *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi* Vol. 7 No. 2 (2024). Hlm. 112–123.

Anisyah Sepiana & Nugraeni Nugraeni. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-

Wallet, Risiko, dan Promosi Penjualan Online terhadap Minat ShopeePay sebagai Metode Pembayaran.” *Jurnal Disrupsi Bisnis* Vol. 7 No. 6 (2023). Hlm. 1–12.

Websites

Katadata. “Survei InsightAsia: 71% Warga Pakai Dompot Digital, GoPay Paling Laris (2022).” <https://katadata.co.id>. Diakses 21 Februari 2025 pukul 09.25 WIB.