



Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Angella Priyatna^{1*}, Atika Siti Hajar², Gemah Putri Djaelani³, Nabila Ramadhanti⁴, Umi Widyastuti⁵, Destria Kurnianti⁶

¹⁻⁶ Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: angella.priyatna@gmail.com¹, atikaasitii1@gmail.com², gemahtprd@gmail.com³, nabilardht20@gmail.com⁴

Alamat: Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

*Korespondensi penulis: angella.priyatna@gmail.com

Abstract. *This study examines the influence of financial literacy and ease of use on the decision to use ShopeePay among undergraduate and diploma students of the Faculty of Economics and Business at the State University of Jakarta. A quantitative research method was applied through a survey of 151 respondents selected using purposive sampling. Data were collected via an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results of the study indicate that financial literacy and ease of use have a positive and significant effect on the decision to use ShopeePay, both partially and simultaneously. Financial literacy enhances students' ability to manage finances and make prudent financial decisions. Ease of use encourages comfort in adopting financial technology. The independent variables explain 35.6% of the variability in the decision to use ShopeePay, while the remaining portion is influenced by other factors. This research supports the literature on financial technology adoption and contributes to marketing strategies and financial education for digital wallet providers.*

Keywords: *Financial Literacy, Ease of Use, Decision to Use*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian kuantitatif diterapkan dengan survei terhadap 151 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, baik secara parsial maupun simultan. Literasi keuangan meningkatkan kemampuan mahasiswa/i dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan finansial yang bijak. Kemudahan penggunaan mendorong kenyamanan dalam adopsi teknologi finansial. Variabel bebas menjelaskan 35,6% variabilitas keputusan penggunaan ShopeePay, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Penelitian ini mendukung literatur adopsi teknologi finansial dan memberikan kontribusi untuk strategi pemasaran serta edukasi keuangan penyedia dompet digital.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Penggunaan

1. LATAR BELAKANG

Indonesia mengalami kemajuan signifikan dalam literasi dan inklusi keuangan, didorong oleh transformasi digital di sektor finansial. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan nasional mengalami peningkatan dari 38,03% menjadi 49,68% pada 2019. Hal serupa terjadi pada indeks inklusi keuangan yang ikut mengalami kenaikan menjadi 85,10% dari sebelumnya 76,19% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Peningkatan ini menunjukkan bahwa adopsi layanan keuangan, termasuk teknologi finansial seperti *e-wallet*,

semakin merata di seluruh wilayah dan strata masyarakat. Namun, meskipun literasi keuangan telah terbukti memiliki hubungan positif dengan perilaku keuangan yang bijaksana, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan inkonsistensi dalam pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan layanan digital.

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

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

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan Teori

a. Literasi Keuangan

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

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

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

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

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

1. *Well Literate*, situasi ketika individu memiliki pengetahuan, informasi dan keyakinan tentang produk dan lembaga keuangan, meliputi dari fitur, layanan, manfaat, risiko, hak dan kewajiban, serta keterampilan dalam memakai produk dan jasa keuangan.
2. *Sufficient Literate*, situasi ketika individu memiliki pengetahuan dan kepercayaan terkait produk dan lembaga jasa keuangan dari seluruh aspek, tetapi masih kurang dalam menggunakannya.
3. *Less Literate*, situasi ketika individu hanya memiliki pengetahuan terkait produk dan lembaga jasa keuangan, tetapi belum memiliki kepercayaan terhadap produk dan jasa keuangan yang tersedia.

4. *Not Literate*, situasi ketika individu tidak memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap produk dan lembaga keuangan.

b. Kemudahan Penggunaan

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

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

c. Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan proses integratif yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi berbagai alternatif perilaku dan memilih salah satu diantaranya (Nainggolan *et al.*, 2023). Pendapat lain dari (Argitama, 2020), menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah seleksi dari berbagai pemilihan yang dilakukan dalam melaksanakan sebuah keputusan penggunaan yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, sedangkan (Syaiqoni *et al.*, 2023), mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai bentuk transformasi dari keputusan pembelian. Pendapat ini sejalan dengan (Rinaldi *et al.*, 2020) yang menyatakan keputusan penggunaan adalah tahap pengambilan keputusan yang sudah ditentukan dari pilihan untuk membeli atau tidak dan diperoleh setelah melakukan kegiatan yang sudah terjadi. Kajian lebih lanjut oleh (Arta & Azizah, 2020) menyoroti keputusan dalam memakai suatu teknologi adalah keputusan yang dilakukan seseorang terkait sesuatu yang ingin dipakai, yang mana akan dijalankan, kapan akan dijalankan, dan bagaimana pemakaian dilakukan.

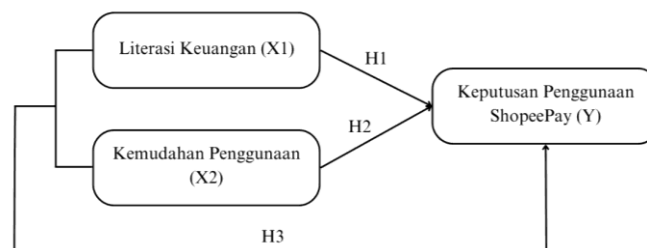
Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Literasi Keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.

H2: Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.

H3: Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Peneliti (2024)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Sampel mencakup 151 responden yang menggunakan pendekatan mekanisme purposive sampling. Variabel dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (X1), kemudahan pengguna (X2), dan keputusan penggunaan ShopeePay (Y). Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Kriteria yang digunakan dalam penarikan sampel, meliputi: (1) termasuk mahasiswa/i aktif dengan program studi D4 dan S1 yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta; (2) memiliki usia minimal 17 tahun; (3) memiliki tingkat pendapatan minimal Rp 1.000.000 hingga > Rp2.000.000; (4) memiliki tingkat pendapatan, dari Rp1.000.000 hingga > Rp2.000.000; dan (5) telah menggunakan ShopeePay minimal < 3 tahun hingga > 6 bulan. Dengan demikian, sampel penelitian ini merupakan representasi dari populasi yang diteliti. Teknik pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala likert 1-6. Dalam melakukan pengujian, telah dilakukan dengan pengujian instrumen yang meliputi pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Kemudian, dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, dan pengujian heteroskedastisitas. Selanjutnya adalah melakukan pengujian regresi linear berganda dan pengujian hipotesis yang mencakup pengujian hipotesis yang meliputi pengujian koefisien determinasi, pengujian F, dan

pengujian t. Dalam melakukan analisis data, seluruh pengujian pada penelitian ini menggunakan software SPSS.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

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

Sumber: Peneliti (2024)

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

Tabel 2. Skala Likert

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

Sumber: Peneliti (2024)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Analisis Statistika Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	151	28.00	36.00	32.2649	2.07108

Kemudahan Penggunaan	151	29.00	36.00	32.4172	2.09558
Keputusan Penggunaan	151	29.00	36.00	31.8212	2.31829
Valid N (listwise)	151				

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	35.1	35.1	35.1
	Perempuan	98	64.9	64.9	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari program studi S1 Manajemen, dengan jumlah sebanyak 65 orang (43,0%). Program

studi lainnya memiliki jumlah responden yang lebih kecil, seperti D4 Pemasaran Digital dengan 11 orang (7,3%), S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran dan S1 Pendidikan Ekonomi masing-masing 10 orang (6,6%), serta D4 Akuntansi Sektor Publik, S1 Akuntansi, dan S1 Pendidikan Akuntansi masing-masing 9 orang (6,0%). Program studi dengan jumlah responden paling sedikit adalah D4 Administrasi Perkantoran Digital dan S1 Pendidikan Bisnis, yang masing-masing hanya memiliki 7 responden (4,6%). Proporsi ini menunjukkan dominasi responden dari program studi S1 Manajemen, dengan selisih yang cukup signifikan dibandingkan program studi lainnya, yaitu sebesar 33,7% dari total keseluruhan.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Dari 151 responden, mayoritas responden berasal dari angkatan 2022, yaitu sebanyak 90 orang (59,6%). Sementara itu, masing-masing 29 responden (19,2%) berasal dari angkatan 2023 dan 2024. Hanya 3 responden (2,0%) yang berasal dari angkatan 2021. Proporsi ini menunjukkan bahwa angkatan 2022 mendominasi jumlah responden dengan persentase yang jauh lebih besar dibandingkan angkatan lainnya. Sebanyak 80,8% responden berasal dari angkatan 2022, 2023, dan 2024, sementara angkatan 2021 memiliki jumlah responden yang paling sedikit, dengan selisih sebesar 57,6% dibandingkan angkatan 2022.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

6) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

b. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	.577	.1598	Valid
	X1.2	.583	.1598	Valid
	X1.3	.565	.1598	Valid
	X1.4	.593	.1598	Valid
	X1.5	.628	.1598	Valid
	X1.6	.578	.1598	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.1	.610	.1598	Valid
	X2.2	.679	.1598	Valid

	X2.3	.624	.1598	Valid
	X2.4	.662	.1598	Valid
	X2.5	.599	.1598	Valid
	X2.6	.643	.1598	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	.643	.1598	Valid
	Y.2	.659	.1598	Valid
	Y.3	.670	.1598	Valid
	Y.4	.752	.1598	Valid
	Y.5	.706	.1598	Valid
	Y.6	.660	.1598	Valid

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

2) Uji Reliabilitas

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

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

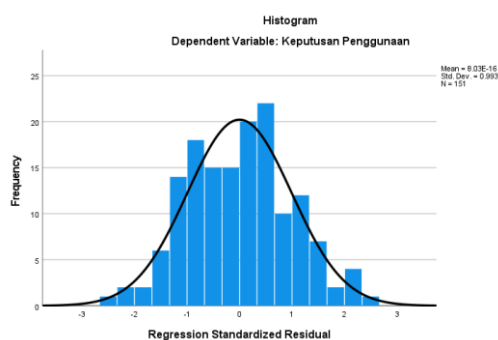
Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Histogram

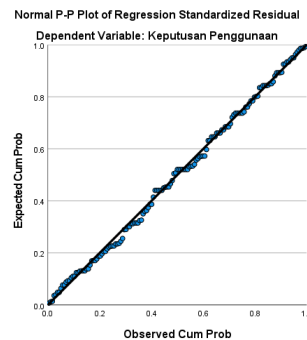


Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

Normal P-Plot



Gambar 3. Grafik Normal P-Plot

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Hasil grafik normal p-plot di atas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 12. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

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

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

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

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas

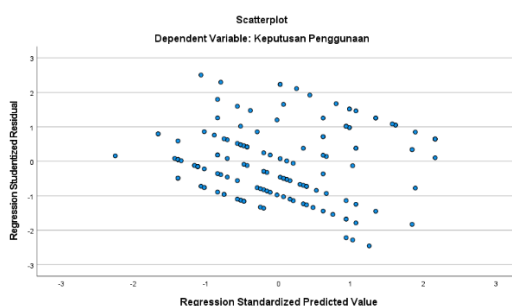
Model		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		Beta	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)		.070		
	Literasi Keuangan	.338	.000	.903	1.107
	Kemudahan Penggunaan	.398	.000	.903	1.107

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat korelasi antara variabel yang ditunjukkan. Jika dilihat pada hasil uji multikolinearitas di atas, nilai toleransi yang ditunjukkan oleh Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 menunjukkan pada penelitian ini tidak terdapat permasalahan multikolinearitas antar variabel.

3) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

d. Regresi Linear Berganda

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

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

Kemudahan Penggunaan	.440	.077	.398	5.729	.000
----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

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

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

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

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

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

e. Uji Hipotesis

1) Uji T (Uji Parsial)

Tabel 15. Hasil Uji T

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

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Uji t dilakukan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan melihat nilai signifikansinya

(Sig.) dan nilai t. Berdasarkan hasil yang disajikan, dapat dijelaskan sebagai berikut.

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

2) Uji F (Uji Simultan)

Tabel 16. Hasil Uji F

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

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Dalam menguji signifikansi model secara keseluruhan, perlu dilakukan melalui Uji F untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Merujuk pada hasil perolehan Uji F pada tabel di atas terlihat bahwa perolehan nilai F sebesar 40,833 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Dengan dihasilkannya nilai signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05, maka H3 diterima. Hasil ini menjelaskan bahwa secara simultan variabel independen, yakni literasi keuangan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yakni keputusan penggunaan dalam menggunakan ShopeePay.

Cara lain untuk mengetahui nilai signifikansi, penerimaan atau penolakan hipotesis dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui perbandingan antara nilai F-hitung dengan nilai F-tabel. Nilai F-tabel diperoleh dari rumus ($df_1 : df_2$), yang dalam konteks ini nilainya adalah 3,06. Berdasarkan hasil analisis ANOVA, nilai F-hitung yang didapat adalah 40,833. Karena nilai F-hitung (40,833) lebih besar dari nilai F-tabel (3,06), maka hipotesis diterima. Oleh karena itu, baik berdasarkan

nilai signifikansi maupun perhitungan nilai F-hitung, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.

3) Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R Square)

Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi

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

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27 (2024)

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel-variabel independen, literasi keuangan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) secara bersamaan terhadap variabel dependen, keputusan penggunaan ShopeePay (Y). Merujuk pada hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.17 memperoleh nilai R square sebesar 0,356 yang menjelaskan 35,6% dari pengaruh keputusan penggunaan ShopeePay (Y) bahwa dapat dijelaskan secara bersamaan oleh kedua variabel independen, yakni literasi keuangan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2). Sedangkan sisanya yang sebesar 64,4% dapat dipastikan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS dalam penelitian ini, diperoleh nilai Sig. sebesar 0.000, lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 serta nilai t-hitung sebesar 4,863 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,976. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama, yang memberikan pernyataan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, dapat diterima. Artinya, literasi keuangan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan ShopeePay.

Dengan kata lain, semakin baik tingkat literasi keuangan mahasiswa/i, semakin baik pula kemampuan mereka dalam membuat keputusan finansial yang bijak, termasuk dalam memilih dan menggunakan layanan dompet digital seperti ShopeePay. Untuk mengetahui tingkatan literasi keuangan yang baik pada mahasiswa/i, beberapa indikator telah digunakan dalam pengumpulan data, seperti kemampuan dasar mengelola keuangan, menabung dan

merencanakan keuangan, serta memahami produk-produk keuangan. Temuan ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh (Handayani *et al.*, 2023), yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan berdampak positif terhadap perilaku keuangan yang bijaksana. Dengan literasi keuangan yang lebih baik, mahasiswa/i lebih mampu memanfaatkan layanan ShopeePay secara optimal, mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif, serta berpartisipasi dalam ekosistem keuangan formal. Peningkatan literasi keuangan menghadirkan manfaat yang komprehensif, seperti membantu mahasiswa/i dalam pengelolaan finansial pribadi serta menentukan langkah keuangan yang lebih baik di masa depan.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay

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

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil data yang telah diolah dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar (Sig.) 0,000 lebih kecil dari tingkat probabilitas yaitu 0,05 dengan nilai F-hitung sebesar 40,833 lebih tinggi daripada nilai F-tabel sebesar 3,06. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga, yang menguji pengaruh bersama-sama antara literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay dapat diterima. Secara

lebih jelas, hasil ini memberikan pemahaman yang valid dan sesuai dengan kondisi mahasiswa/i bahwa semakin baik tingkat pemahaman literasi keuangan dan tingkat kemudahan penggunaan di kalangan mahasiswa/i D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan ShopeePay.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan, secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Sibuea *et al.*, 2023), yang menegaskan bahwa adopsi teknologi finansial bergantung pada faktor literasi dan kemudahan akses. Dengan literasi keuangan yang memadai dan kemudahan teknologi yang ditawarkan ShopeePay, mahasiswa/i lebih termotivasi untuk menggunakan layanan ini secara konsisten. Hal ini menunjukkan pentingnya integrasi edukasi literasi keuangan dengan pengembangan teknologi yang ramah pengguna dalam meningkatkan adopsi dompet digital di kalangan generasi muda.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

Saran

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar penelitian berikutnya tidak hanya berfokus pada variabel independen yang telah diteliti, yaitu literasi keuangan dan kemudahan penggunaan. Penelitian berikutnya diharapkan lebih mempertimbangkan variabel independen lainnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.

REFERENSI

- Anggriani, L., Diana, N., Diah Fakhriyyah, D., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Malang, U. (2023). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan pada minat penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam transaksi keuangan (Studi kasus pada mahasiswa FEB Unisma). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Arfiansyah, M. A., Vebriani, D., & Makarim, A. (2023). Analisis pengaruh kemudahan, kegunaan, dan tingkat risiko terhadap keputusan masyarakat Sukoharjo menggunakan ShopeePay. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 9-17.
- Argitama. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan promosi terhadap keputusan penggunaan produk Gopay (Studi pada pengguna aplikasi Gojek di Kota Semarang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan e-service quality terhadap keputusan menggunakan fitur Go-Food dalam aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. U. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS ShopeePay pada mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 61-67.
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding impulsive buying behavior in marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.2>
- Fadhilah, F., & Rianto, M. R. (2023). Determinants influencing the decision to use the ShopeePay digital wallet in Generation Z in North Bekasi City. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(1), 162-172.
- Fatah, K. (2023). Pengaruh literasi keuangan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap penggunaan *e-wallet* pasca Covid-19. *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KIA/article/view/19471>
- Ginting, D. R., Gultom, B. T., & Simamora, B. A. (2024). The influence of financial literacy and lifestyle on consumptive behavior in class XI accounting and finance students at

- SMK Negeri 1 Pematangsiantar. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(01), 88–94. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i01.3897>
- Handayani, S., Goso, G., & Halim, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan pada layanan pembayaran digital ShopeePay. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(4), 2799–2808. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i4.3411>
- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan financial technology (fintech) sebagai variabel intervening pada UKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(01), 147–156. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17273>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Metode penelitian. *Eureka Media Aksaran*.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS & SMART-PLS. *Eureka Media Aksara*.
- Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh perceived ease of use, kepercayaan dan literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay pada masyarakat Bengkulu. *Jesya*, 7(1), 640–654. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- MIT. (2020). Three models of technology adoption: A literature review in brief. *An MIT AgeLab CareHive Research Note*, September, 1–7.
- Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A.-F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1–16.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Siaran pers survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan, November, 10–12.
- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use e-health: A conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(05), 2569-2580.
- Putri, R. S., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan mahasiswa program studi S1 Akuntansi Universitas Mataram. *Ganec Swara*, 18(3), 1316. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1003>
- Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini. (2020). Analisis keputusan penggunaan transportasi online Grabcar. *Prosiding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 160–170.
- Sibuea, C. A., Simorangkir, H. H., Nababan, C., Nadapdap, T. I., & Sipayung, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan uang digital. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 696–701. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1669>

- Soleha, E., Keuangan, M., Bangsa, U. P., & Barat, J. (2023). Analisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap minat generasi Z dalam menggunakan dompet digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Sridayanti Banjarnahor, K., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi Ferizy dan persepsi harga terhadap penggunaan ulang layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 192–203. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Syaiqoni, I., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kenyamanan terhadap keputusan penggunaan Go-Food. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 56. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7582>
- Widikdo Axel Aryo, & Ramadhan Jelang. (2023). Pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi terhadap niat pemakaian aplikasi My Pertamina dimediasi sikap. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 182–194. <https://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/issue/view/27>
- Yusmelia, A., Suryadi, N., & Nasrah, H. (2024). Kepercayaan dan kemudahan terhadap minat. 7(November).