

PENGARUH PEMBAYARAN MENGGUNAKAN E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN DI SHOPEE

Kiki Asikin¹, Ratnanto Aditiarno²

¹Program Studi Administrasi Keuangan, ²Program Studi Komputerisasi Akuntansi

^{1,2}Politeknik Piksi Ganesha, Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung

E-mail: ¹kikiasikin44034@gmail.com, ²ratnanto@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of paying using an e-wallet on purchases on the Shopee e-commerce platform. In recent years, the use of e-wallets as a payment method has increased, especially in the e-commerce industry. The data collected includes information about the use of e-wallets, the number of transactions, and user satisfaction with the buying experience using e-wallets. The results of this study indicate that the use of e-wallets has a positive effect on the number of transactions and purchases at Shopee. Consumers tend to make purchases using e-wallets more often because of the ease and convenience it offers. Thus, these findings provide evidence that the use of e-wallets has a positive impact on consumer shopping behavior at Shopee. The practical implication of this research is the importance of e-wallet integration as a payment option that is easily accessible and accepted by consumers.

Keywords: E-wallet, Payment, E-Commerce, Shopee, Consumer Shopping Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran menggunakan e-wallet terhadap pembelian di platform e-commerce Shopee. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan e-wallet sebagai metode pembayaran telah meningkat, terutama di industri e-commerce. Data yang dikumpulkan melalui informasi tentang penggunaan e-wallet, jumlah transaksi, dan kepuasan pengguna terhadap pengalaman pembelian menggunakan e-wallet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet memiliki pengaruh positif terhadap jumlah transaksi dan pembelian di Shopee. Konsumen cenderung lebih sering melakukan pembelian menggunakan e-wallet karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Dengan demikian, temuan ini memberikan bukti bahwa penggunaan e-wallet memiliki dampak positif terhadap perilaku belanja konsumen di Shopee. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya integrasi e-wallet sebagai opsi pembayaran yang mudah diakses dan diterima oleh konsumen.

Kata Kunci: E-wallet, Pembayaran, E-Commerce, Shopee, Perilaku Belanja Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi pembelian secara mudah. Salah satu inovasi yang muncul dalam beberapa tahun terakhir adalah penggunaan e-wallet atau dompet digital sebagai alat pembayaran yang mudah dan praktis. Salah satu aplikasi/platform perdagangan elektronik yang populer di Indonesia adalah Shopee. Pengguna internet berkembang pesat dari waktu ke waktu di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Ini artinya kebutuhan konsumen dalam hal melakukan pembayaran telah mengalami perubahan menuju kepada pembayaran modern. Meskipun pembayaran tunai masih dilakukan, preferensi pembayaran dengan sistem digital

sedang populer dan e-wallets adalah satu di antaranya yang berpotensi besar di pasar e-commerce. E-commerce dan emoney menjadi partner yang kuat dalam industri 4.0 ini. Kemudahan berbelanja, bertransaksi dan top up saldo menjadi kunci keberhasilan dari kedua produk teknologi ini. Dompet digital atau e-wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa. Uang atau saldo yang ada di dalam e-wallet adalah uang yang sebelumnya memang sudah disimpan dalam dompet digital tersebut. Dalam kasus yang lain, untuk top up ewallet

juga bisa dilakukan dengan cara menautkan rekening bank ke akun dompet digitalnya (Alsukri, 2021).

Pada masa kini, Shopee telah menjadi salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia. Dengan adanya fitur pembayaran menggunakan e-wallet seperti ShopeePay, pengguna memiliki kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja secara online. Pembayaran menggunakan e-wallet memberikan beberapa keuntungan, seperti kecepatan transaksi, keamanan yang lebih tinggi, dan kemudahan penggunaan.

Shopee adalah salah satu platform e-commerce yang populer di Asia Tenggara, khususnya di negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Didirikan pada tahun 2015 oleh perusahaan teknologi asal Singapura bernama Sea Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), Shopee telah berkembang pesat dan menjadi salah satu platform belanja online terbesar salah satunya di Indonesia. Shopee menawarkan berbagai produk dan layanan, termasuk elektronik, pakaian, sepatu, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, makanan, dan masih banyak lagi. Platform ini memungkinkan penjual untuk membuka toko online mereka sendiri dan menjual produk kepada konsumen melalui aplikasi Shopee yang tersedia untuk perangkat iOS dan Android, serta melalui situs web. Belanja online akan berkembang pesat dan menjadi pilihan kebanyakan orang karena belanja online dapat menghemat waktu tanpa harus pergi ke toko, Kualitas e-service berpengaruh positif terhadap preferensi belanja di aplikasi Shopee (Damayanti, 2019)

Ada beberapa fitur yang membedakan Shopee dari platform e-commerce lainnya. Salah satunya adalah fitur "Shopee Mall", di mana Shopee bekerja sama dengan merek terkemuka untuk menjual produk asli dan berkualitas tinggi. Fitur ini memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen terkait keaslian produk yang mereka beli. Selain itu, Shopee juga dikenal dengan penggunaan teknologi yang inovatif, terutama dalam strategi pemasaran dan promosi. Mereka sering mengadakan kampanye diskon besar-besaran seperti "9.9 Super Shopping Day" dan "11.11 Big Sale", yang menarik banyak konsumen

dengan penawaran menarik dan harga diskon. Shopee juga memiliki fitur "Shopee Guarantee", yang memberikan perlindungan kepada konsumen terhadap pembelian yang tidak sesuai dengan deskripsi atau jika barang tidak diterima. Konsumen dapat mengajukan klaim dan mendapatkan pengembalian dana jika terjadi masalah dengan transaksi mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap pembelian di Shopee. Dalam penelitian ini, Akan dianalisis konsumen terhadap pembayaran menggunakan e-wallet, pengaruh promosi yang terkait dengan e-wallet, tanggapan konsumen tentang keamanan transaksi menggunakan e-wallet, serta kepuasan konsumen terhadap pengalaman pembelian di Shopee. Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **"PENGARUH PEMBAYARAN MENGGUNAKAN E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN DI SHOPEE"**. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan E-Commerce seperti Shopee dalam mengembangkan strategi pembayaran yang lebih baik, serta memberikan pelayanan yang lebih baik bagi konsumen mengenai pengaruh penggunaan e-wallet terhadap pembelian di Shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

A. E-Wallet

Dompet digital atau e-wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa (Feronica, 2021).

E-wallet ialah bentuk akun prabayar dengan diberikan perlindungan kata sandi, yang mana penggunanya bisa melakukan penyimpanan uangnya guna tiap pembayaran secara digital. Selayaknya dalam membayar tiket transportasi, belanja barang online, juga makanan. E-wallet dapat dilakukan pengunduhan dengan tanpa membayar dari tiap smartphonenya insan, dompet digital menjadi barang inovasi sekaligus baru dalam

nusantara ini. (Saputri, C. N., & Rivai, A. R.) (2022)

Electronic wallet berkembang seiring dengan munculnya e-commerce dan marketplace di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak. Alat pembayaran produk/jasa yang ingin dibeli konsumen dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun menggunakan ponsel pintar, hanya dengan topup saldo dari electronic wallet. Setiap e-commerce memiliki wadah untuk top up saldo nya, seperti ShoppePay, Gopay. Bank- bank juga telah membuka platform electronic wallet nya dan bekerja sama dengan e-commerce tertentu agar mampu melakukan transaksi pembayaran tanpa potongan biaya, seperti DANA (Pembayaran TIX ID Tiket bioskop) yang bekerjasama dengan Bank BCA, Mandiri (Silaen & Prabawani, 2019).

Menurut W. Tjakraatmadja dan R. Cahyaningrum (2019), e-wallet adalah suatu aplikasi perangkat lunak yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang digital serta memfasilitasi transaksi pembayaran elektronik melalui perangkat mobile atau komputer.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet

1. Keamanan
Faktor keamanan salah satu utama bagi para pengguna dalam menggunakan e-wallet. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan privasi data mereka, seperti informasi pembayaran dan rincian akun, akan memengaruhi penggunaan e-wallet.
2. Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan
Faktor kenyamanan dan kemudahan penggunaan e-wallet juga penting dalam keamanan dan penggunaan. Penggunaan e-wallet yang intuitif, cepat, dan mudah dipahami oleh pengguna akan mendorong adopsi yang lebih luas. Kemudahan (perceived ease of use) merupakan suatu ukuran dimana pengguna atau seseorang memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa suatu system teknologi mudah di mengerti atau dipahami dan digunakan untuk membantu dan meringankan pekerjaan

pengguna (Davis 1989 dan Agustian et al 2014).

3. Ketersediaan dan Aksesibilitas
Ketersediaan e-wallet dan aksesibilitasnya juga merupakan faktor penting. Semakin banyak olshop atau platform e-commerce yang menerima e-wallet sebagai metode pembayaran, semakin besar pengguna akan menggunakannya. Selain itu, aksesibilitas teknologi, termasuk pengembangan jaringan dan perangkat yang dibutuhkan, juga berperan dalam penggunaan e-wallet.
4. Insentif dan Keuntungan Tambahan
Insentif dan keuntungan tambahan yang ditawarkan oleh e-wallet dapat berpengaruh pada minat pengguna dalam menggunakannya. Misalnya seperti promosi, diskon, cashback, atau perolehan points yang tersedia saat menggunakan e-wallet dapat menjadi dorongan bagi pengguna untuk menggunakan e-wallet secara teratur
5. Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet
Morgan et al (1994) menyatakan bahwa suatu kepercayaan akan bertambah jika seseorang telah memiliki kepercayaan terlebih dahulu didalam dirinya dalam sebuah kerjasama dengan mitra yang memiliki integritas yang kuat dan dapat dipercayai. Sikap yaitu evaluasi perasaan emosional seseorang dan memiliki kecenderungan perilaku yang bisa menguntungkan atau tidak menguntungkan seseorang terhadap suatu objek atau gagasan (Setiadi, 2003). Jika seorang pengguna telah memiliki tingkat kepercayaan terhadap layanan sistem pembayaran E-Wallet yang sudah memberikan dampak baik, maka pengguna akan menentukan sikap positif pula terhadap sistem layanan tersebut diartikan bahwa jika semakin tinggi kepercayaan terhadap layanan sistem maka semakin tinggi sikap positif pengguna pada sistem pembayaran E-Wallet, karena jika semakin banyak dan tinggi pengalaman pengguna kepada

kepercayaan suatu sistem juga menambah reaksi pengguna yang positif. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu diteliti oleh Agustina (2016) dan Sidharta & Zusanto (2015)

6. **Regulasi dan Kebijakan**

Dapat mempengaruhi penggunaan e-wallet. Peraturan yang jelas dan dukungan dari pemerintah, kebijakan perlindungan pengguna, serta perlindungan data dan privasi yang baik akan memberikan rasa percaya kepada pengguna dalam menggunakan e-wallet

C. Manfaat Penggunaan E-Wallet

1. **Kemudahan dan Kepuasan Pengguna**

E-wallet memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengguna dapat melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah melalui hp atau komputer mereka tanpa harus membawa uang tunai atau kartu fisik. Dengan begitu menghemat waktu dan usaha pengguna dalam melakukan transaksi, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna.

2. **Keamanan dalam Transaksi: E-wallet menyediakan keamanan tambahan dalam melakukan pembayaran. Informasi kartu kredit atau rekening bank pengguna tidak perlu dikirim ke setiap penjual saat bertransaksi.**

3. **Promosi dan Diskon: Banyak e-wallet yang menawarkan promosi, diskon, cashback, atau mendapatkan points kepada pengguna. Dengan menggunakan e-wallet, pengguna dapat memanfaatkan penawaran ini untuk mendapatkan harga yang lebih baik atau mendapatkan keuntungan tambahan dari transaksi tersebut. Ini dapat membantu pengguna menghemat uang dalam transaksi mereka. Promosi Cashback salah satu bentuk dari sales promotion dalam Sales promotion berfungsi sebagai pendorong adanya penjualan dan pembelian suatu produk pada jangka pendek. Mayoritas masyarakat Indonesia menyukai adanya promosi apabila melakukan kegiatan berbelanja. Adanya peluang tersebut Shopee membuat strategi dengan memberikan**

cashback langsung kepada pengguna ShopeePay. Pemberian promosi cashback menggunakan pembayaran ShopeePay yang diterapkan oleh pihak Shopee secara terus menerus dan berkala secara tidak langsung akan menjadi suatu penyebab konsumen terpengaruh dan melakukan pembelian baik produk maupun jasa. Pada platform Shopee hingga di merchant offline voucher cashback yang diberikan apabila melakukan transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay sebesar 30% hingga 60%. Cashback yang diberikan oleh ShopeePay tidak berupa uang melainkan berupa koin yang dapat ditukar untuk berbelanja kembali di platform Shopee.(Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021).

D. Risiko E-Wallet

Menurut BI risiko uang elektronik memiliki risiko yang memerlukan kewaspadaan dari pengguna uang elektronik (e-wallet), yaitu :

1. Risiko uang elektronik hilang, dicuri atau diambil orang lain, dan digunakan oleh orang lain. Sama halnya dengan uang tunai, uang elektronik juga dapat dicuri atau hilang.
2. Risiko karena pengguna masih tidak atau kurang paham dalam menggunakan e-wallet (Harseno, D. F.) (2021)

E. Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang penjualan secara online atau e-commerce yang dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee juga hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa menggunakan perangkat komputer. Shopee hadir dengan menawarkan berbagai macam produk-produk untuk kebutuhan setiap hari seperti elektronik, fashion dan lain nya (Lonardi et al., 2021)

Shopee juga sangat begitu di cari oleh masyarakat karena pengguna merasa jauh saat berbelanja. Tidak hanya pembelian saja shopee memfasilitasi para penjual agar memasarkan produk nya dengan mudah serta memfasilitasi para konsumen agar proses pembayaran dengan nyaman dan mudah salah satu nya

dengan ada nya e-wallet tersebut memudahkan para konsumen untuk berbelanja.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen atau alat ukur, kemudian dianalisis dengan statistik atau secara kuantitatif

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan para pembeli yang membayar menggunakan E-Wallet terhadap pembelian di Shopee. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling.

C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengungkap informasi mengenai pembayaran para konsumen/pembeli yang menggunakan E-Wallet terhadap pembelian di Shopee. Setiap hasil jawaban kuesioner akan dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang di ungkapkan dengan kata-kata setuju, sangat setuju, nertal, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji parsial (T), dan koefisien determinasi (R²). Dalam penelitian ini variabel independen nya yaitu Pembayaran E-Wallet(X) terhadap variabel independent pembelian E-Wallet (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Pembayaran E-Wallet

Pembayaran Menggunakan E-Wallet (X)				
Variabel	Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
Pembayaran E-Wallet(X)	xp1	0,373	0.361	Valid
	xp2	0,393	0.361	Valid
	xp3	0,375	0.361	Valid
	xp4	0,553	0.361	Valid
	xp5	0,382	0.361	Valid
	xp6	0,399	0.361	Valid

Pembayaran Menggunakan E-Wallet (X)				
Variabel	Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
	xp7	0,555	0.361	Valid
	xp8	0,557	0.361	Valid
	xp9	0,581	0.361	Valid
	xp10	0,772	0.361	Valid
	xp11	0,448	0.361	Valid
	xp12	0,740	0.361	Valid
	xp13	0,716	0.361	Valid
Pembelian Di Shoppe (Y)				
Variabel	Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
Pembelian Shoppe (Y)	y1	0,524	0,3610	Valid
	y2	0,538	0,3610	Valid
	y3	0,750	0,3610	Valid
	y4	0,805	0,3610	Valid
	y5	0,825	0,3610	Valid
	y6	0,608	0,3610	Valid
	y7	0,788	0,3610	Valid

Sumber : data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.25, 2023

Data table 1 diatas di dapatkan hasil analisis dari kedua variabel ialah Bauran promosi (X) dan keputusan pemebelian (Y) memperoleh nilai hitung $\geq$ rtabel, menurut ketentuan suatu variabel dikatakan valid apabila nilai hitung $\geq$ rtabel dengan minimum 0,5 artinya bahwa korelasi antar item indicator diatas dapat dikatakan valid karena telah memenuhi ketentuan

B. Uji Reabilitas

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Based Standar dized Item	Kriteria Standar	Kategori
Permbayaran E-Wallet (X)	696	$\geq 0,6$	Reliabel
Pembelian Shoppe (Y)	825	$\geq 0,6$	Reliabel

Sumber : Data yang diolah oleh penulis menggunakan SPSS V.25, 2023

Dari table diatas didapatkan seluruh variabel mempunyai nilai Crobach's alpha lebih besar

> 0,6 yang artinya seluruh variabel dapat memenuhi criteria standard dan reliabel

C. Uji Hipotesis Data

Tabel 3. Uji Persial (T)

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
B	Std. Error	Beta	t	Sig.
25.666	8.748		2.934	.007
.896	.065	.793	12.971	.000

a. Dependent Variable: Pembelian

Sumber : Data yang diolah oleh penulis menggunakan SPSS V.25, 2023

Dari tabel diatas didapatkan nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 12,971 > 1,69913 artinya terdapat pengaruh pembayaran (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.538	.535	3.307

a. Predictors: (Constant), Pembayaran E-Wallet

Sumber : Data yang diolah oleh penulis menggunakan SPSS V.25, 2023

Dari tabel diatas didapatkan nilai pada adjusted R Square sebesar 0,535 yang artinya pengaruh pembayaran E-Wallet (X) terhadap pembelian Shoppe (Y) Pengguna E-Wallet sebesar 53,5% sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain

KESIMPULAN

1. Secara parsial e-wallet shopeepay berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang mana nilai t-hitung > t-tabel (12,971 > 1,69913) maka H0 ditolak dan menerima Ha. Sehingga semakin meningkat penggunaan Ewallet Shopeepay maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif
2. Pada perhitungan koefisien determinasi variabel e-wallet shopeepay dan variabel memberikan kontribusi pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa sebesar

53,5%. Sedangkan sisanya sebesar 46,5%

DAFTAR PUSTAKA

- Alsukri, M. R. (2021). *Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19*. STIE Malangkeucwara.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh online Customer Review And Rating, EService Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). UMMagelang Conference Series, 685–693.
- Feronica, F. (2021). *ANALISIS PENGARUH SISTEM APLIKASI E-WALLET, SOSIAL MEDIA DAN DISKON TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PADA STARBUCKS CABANG GAMBIR*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet Shopeepay. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 153-163.
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna e-commerce shopee di politeknik cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80–85.
- Mawardani, Fitri, and Renny Dwijayanti. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9.3 (2021): 1455-1463.

- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo e-wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 155–163.
- Davis, (1989). Perceived usefulness, perceived easy of use, and user technology acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information System*, <https://doi.org/10.2307/249008>
- Sidhartta, I & Boy Susanto. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23–36. Retrieved from <http://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/download/124/148>
- Harseno, D. F. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan E-wallet di Indonesia. *Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4).