

## Tren Revolusioner: Bagaimana E-Wallet Mengubah Konsumen di Era Modern?

Ni Putu Ari Krismajayanti<sup>1</sup>, Made Ratih Nurmalasari<sup>2</sup>, Putu Putri Prawitasari<sup>3</sup>, Ayu Indira Dewiningrat<sup>4</sup>, Ida Ayu Putu Megawati<sup>5</sup>, Kadek Linda Kusnita<sup>6</sup>, Putu Diah Aryastuti Sanjiwani<sup>7</sup>

<sup>1-7</sup>Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

Korespondensi. author: [arikrismajayanti@undiknas.ac.id](mailto:arikrismajayanti@undiknas.ac.id)

### ABSTRACT

*Advancements in information technology have transformed how society interacts with digital services, particularly in evolving payment methods. This study explores the impact of digital wallets (e-wallets) on the millennial generation in Denpasar, Bali. The research methodology employed a qualitative approach, with data collection through in-depth interviews, literature reviews, and social media observation. The findings indicate that e-wallets facilitate payment transactions by offering convenience, speed, security, and accessibility. QR code-based payment systems minimize reliance on physical cash and enhance transaction efficiency. E-wallets also improve transparency and users' financial management capabilities. Additionally, business promotion strategies such as cashback and discounts offered through e-wallets successfully attract consumer interest. Transaction security is ensured by encryption and authentication features, as well as supervision by the Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Therefore, e-wallets not only enhance transaction efficiency and convenience but also serve as an effective promotional tool for businesses..*

**Keywords:** Technology, E-Wallet, Business Strategy

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah interaksi masyarakat dengan layanan digital, terutama dalam metode pembayaran yang semakin bertransformasi. Penelitian ini mengeksplorasi dampak penggunaan dompet digital (*e-wallet*) di kalangan generasi milenial di Kota Denpasar, Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, kajian literatur, dan observasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wallet mempermudah transaksi pembayaran dengan menawarkan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan aksesibilitas. Sistem pembayaran berbasis QR code meminimalkan ketergantungan pada uang tunai fisik dan meningkatkan efisiensi transaksi. E-wallet juga meningkatkan transparansi dan kemampuan manajemen keuangan pengguna. Selain itu, strategi promosi bisnis seperti cashback dan potongan harga yang ditawarkan melalui e-wallet berhasil menarik minat konsumen. Keamanan transaksi dijamin oleh fitur enkripsi dan otentikasi serta pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan demikian, e-wallet tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi, tetapi juga menjadi alat promosi yang efektif bagi bisnis.

**Kata Kunci:** Teknologi, E-Wallet, Strategi Bisnis

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi telah mengubah cara masyarakat di Indonesia dan di seluruh dunia berinteraksi dengan layanan digital. Perubahan ini telah membawa dampak besar pada gaya hidup manusia, termasuk dalam hal penggunaan layanan makanan, transportasi, pakaian, dan juga dalam hal pembayaran yang semakin mengalami transformasi digital. Hal ini diperkuat dengan adanya situasi pandemi COVID-19 yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen di Indonesia (Situmorang, 2021; Sulistyowati et al., 2020). Konsumen yang lebih memilih metode pembayaran cepat dan tanpa kontak. Saat ini, minat konsumen terhadap penggunaan dompet digital dalam melakukan transaksi kian hari kian meningkat hingga 400% di Indonesia (Kencana, 2020). Hal ini diperkuat pula dengan Survei yang dilakukan oleh Ipsos di Asia Tenggara (Kurniawan, 2022) dimana menemukan hasil menarik bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan dompet digital dibandingkan rekening bank saat berbelanja online.

Dompet elektronik, yang didefinisikan sebagai aplikasi seluler yang memungkinkan pengguna menyimpan dan memanfaatkan informasi keuangan mereka untuk transaksi digital, kini semakin banyak digunakan di masyarakat modern. Kenyamanan dan keamanan yang ditawarkan oleh e-wallet menjadikannya alat yang sangat diperlukan bagi konsumen. Selain kenyamanan, dompet elektronik juga meningkatkan transparansi dan meningkatkan kemampuan manajemen keuangan bagi pengguna, karena mereka dapat dengan mudah melacak pengeluaran dan pendapatan mereka secara *real-time* (Raihan, 2021; Wahid et al., 2023)

Peningkatan penggunaan dompet elektronik juga memiliki dampak besar pada lanskap ritel dan jasa keuangan secara luas. Platform dompet seluler telah muncul sebagai alat yang efektif bagi bank untuk beradaptasi dengan pendekatan yang berfokus pada pelanggan, yang menjadi ciri khas revolusi fintech. Berdasarkan riset oleh InsightAsia berjudul 'Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook,' dompet digital semakin menjadi metode pembayaran pilihan masyarakat, melampaui pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan bahwa 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai transaksi keuangan mereka. Penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%), dan transfer VA (16%). Riset ini melibatkan 1.300 responden dan dilakukan di tujuh kota besar di Indonesia, yaitu Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru, dari 19 September hingga 30 September 2022 (Insight Asia, 2022).

Ekosistem e-wallet telah menghadirkan tantangan dan peluang bagi seluruh lini bisnis yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah UMKM yang harus menavigasi lanskap pembayaran yang terus berkembang agar tetap kompetitif. UMKM menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi e-wallet karena keterbatasan infrastruktur atau sumber daya, terutama di daerah pedesaan dengan akses teknologi yang kurang memadai atau biaya implementasi yang tinggi (Ericson et al., 2020). Keamanan dan kepercayaan juga menjadi isu penting, dengan

beberapa UMKM mengalami kerugian akibat serangan siber atau penipuan terkait e-wallet. Selain itu, UMKM harus bersaing dengan platform e-commerce besar seperti Amazon dan Alibaba, yang menawarkan opsi pembayaran melalui dompet digital dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih cepat dan mudah.

Berbagai jenis dompet digital hadir dengan diberikannya legalitas oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Negara Indonesia. Sebuah media berita daily social.id mengadakan survei terkait aplikasi Dompet Digital mana yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei tersebut yang dilakukan pada tahun 2021, aplikasi OVO merupakan aplikasi Dompet Digital yang paling diminati oleh konsumen Indonesia dengan perolehan 58.9% pengguna. OVO mengalahkan 9 platform e-wallet lainnya dan dapat memenangkan Sebagian Masyarakat internet Indonesia (Daily social.id, 2021).



Gambar 1. Data Pengguna E-Walet di Indonesia

Pengguna Dompet Digital tidak jauh dari generasi saat ini yang melakukan segala hal dengan menggunakan pemanfaatan teknologi yaitu Generasi Y yang lahir dalam rentang tahun 1996-2012. Generasi ini tumbuh di era digital dan memiliki kecenderungan yang tinggi dalam menggunakan teknologi. Di dalam hal ini, sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi dan lebih terbuka terhadap inovasi digital (Abraham & Harrington, 2015). Oleh karena itu, generasi Y lebih mudah mengadopsi dompet digital dan memanfaatkan fitur-fiturnya. Kota Denpasar dipilih sebagai target penggunaan dompet digital pusat industry perkantoran maupun pariwisata. Selain itu, Denpasar juga merupakan pusat ekonomi dan bisnis di Bali, sehingga penggunaan dompet digital dapat mempercepat dan menyederhanakan proses bisnis di kota tersebut. Penelitian ini akan menggali bagaimana kemunculan E-wallet mengubah konsumen Indonesia?

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif atau *descriptive research*. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti suatu objek yang alamiah dan natural. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi

(gabungan), analisis bersifat induktif dan reduksi, dan lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Creswell, 2009). Kota Denpasar, Provinsi Bali menjadi tempat penelitian dengan menargetkan informan yang berasal dari Generasi Milenial atau yang biasa disebut Generasi Y. Generasi yang lahir rentang tahun 1996-2012 sekitar umur 11-27 tahun dimana lahir dan tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi sehingga generasi ini terbiasa memanfaatkan dan beradaptasi dengan teknologi (Lukiyana, 2018).

Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan *Document Literature Review* yang berkaitan dengan perilaku konsumen masa kini serta penggunaan dompet digital. Dan didukung pula oleh wawancara *in-depth interview* dengan 7 orang informan di Kota Denpasar, dengan kisaran umur 18-25 tahun. Dikarenakan jawaban informan sudah jenuh, dalam kata lain peneliti tidak menemukan jawaban baru. Maka dalam pengumpulan data melalui wawancara dapat dihentikan (Creswell, 2009). Selanjutnya, untuk mendukung hasil temuan, peneliti menggunakan tahap dokumentasi dalam menemukan data terkait pengaruh penggunaan dompet digital pada konsumen khususnya generasi Milenial. Dengan melakukan selancar melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok maupun media sosial lainnya yang dapat membantu menguatkan informasi pada penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan teknologi berkembang dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan karena kemajuan teknologi di era modern saat ini. Ini karena teknologi membuat segalanya terlihat lebih efisien dan efektif (Nuraeni, 2021). Masyarakat akan terbantu untuk mendapatkan layanan dengan menggunakan teknologi ini (Puspitawati et al., 2022). Teknologi dan keuangan terkait satu sama lain dan terjadi perkembangan besar terhadap industry tersebut. Teknologi keuangan, juga dikenal sebagai *financial technology (fintech)*. Perkembangan ini dinilai memberikan kemudahan dan menjadi terobosan yang berpengaruh dalam aktivitas bisnis utamanya oleh konsumen.

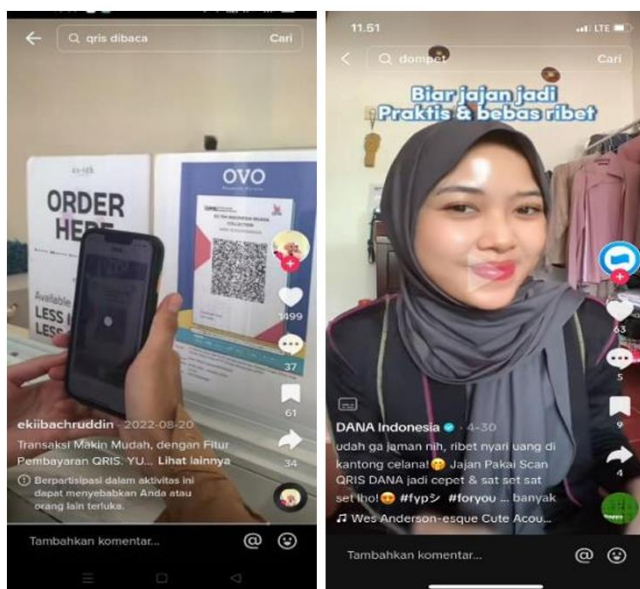
### Mempermudah transaksi pembayaran

Perkembangan teknologi keuangan ini dibuktikan dapat mempermudah transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen. Dimana saat ini Generasi Milenial merasa terbantu saat menggunakan dompet digital. Dalam mendukung transaksi bisnis, konsumen saat ini hanya cukup untuk melakukan *scan Quick Respond Code (QR Code)* sesuai dengan yang sudah disediakan oleh sebuah bisnis dan usaha.

Sistem pembayaran berbasis kode QR telah mendapatkan perhatian signifikan di industri fintech karena potensinya untuk menyederhanakan transaksi keuangan. Studi menunjukkan beberapa manfaat: sistem ini menawarkan kemudahan dan kecepatan, memungkinkan transaksi cepat dan mudah yang mengurangi ketergantungan pada uang tunai fisik. Sistem ini dinyatakan aman,

menggunakan enkripsi dan otentikasi untuk melindungi data sensitif. Sistem ini dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki smartphone, yang memperluas basis pengguna. Selain itu, pembayaran menggunakan kode QR efektif dari segi biaya, mengurangi biaya transaksi dan meminimalkan risiko penipuan (Gopale, 2019; Widayat et al., 2023).

Hal tersebut diperkuat dengan informasi yang sudah dijelaskan oleh ke-7 informan, yang mana menjelaskan dengan menggunakan dompet digital konsumen merasa dipermudah dan bersifat praktis sebab transaksi untuk pembayaran tidak perlu menggunakan uang fisik serta efisien karena dapat melakukan pembayaran hanya melalui smartphone yang dimiliki (Ramli et al., 2023).



Gambar 2. Kemudahan Dompet Digital

Dalam mendukung penelitian ini, melakukan selancar melalui media sosial dilakukan dan ditemukannya fenomena pada konsumen seperti pada gambar 2. Dalam gambar diatas, dinyatakan bahwa dompet digital dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi karena telah didukung dengan fitur-fitur canggih yang sudah disediakan. Hanya dengan melakukan scan QR Code yang sudah ada konsumen dapat melakukan transaksi menggunakan dompet digital. Selain itu, bisnis pun dapat memanfaatkan penggunaan e-wallet ini sebagai media promosi digital dalam menggaet konsumen seperti aplikasi e-wallet Dana Indonesia yang membuat campaign “Udah gak jaman ribet nyari uang di kantong celana, Jajan pakai Scan QRIS DANA jadi cepet sat set sat set”.

### Mempercepat transaksi pembayaran

Generasi milenial merupakan salah satu generasi yang menyukai segala hal praktis dan instan. Dengan menghargai kecepatan serta ketepatan dalam segala aktivitasnya (Hills et al., 2016). Selain mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi, seluruh informan mengakui bahwa dengan adanya kemunculan e-wallet, konsumen milenial dapat melakukan transaksi maupun pembayaran dengan cepat



dan tepat. Hal ini disampaikan bahwa e-wallet bukan hanya mempermudah transaksi dalam e-commerce namun dapat mempercepat transaksi dalam industri bisnis perfilman atau bioskop. Serta penggunaan aplikasi ojek online seperti Gojek Indonesia maupun Grab.

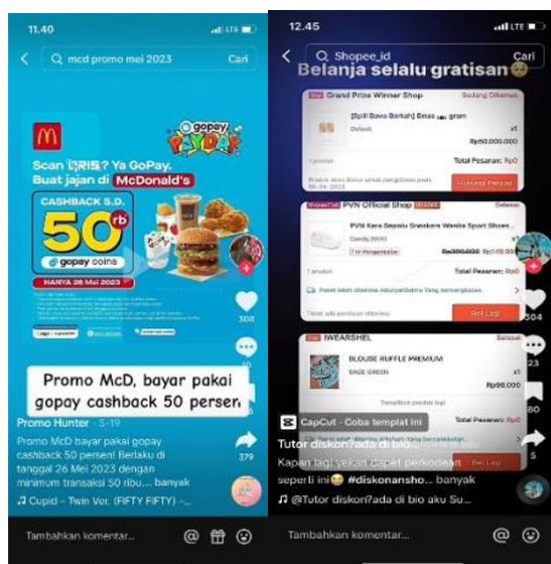
Gambar 3. Kecepatan e-wallet dalam transaksi

Pada gambar 3. yang didapatkan oleh peneliti dalam selancar media sosial, dijelaskan bahwa dengan melakukan transaksi dengan dompet digital konsumen dapat bertransaksi tanpa perlu menunggu uang kembalian kembali. Hal tersebut dapat mempercepat konsumen dalam bertransaksi. Salah satu kekurangan dari transaksi konvensional yaitu sulitnya mendapatkan uang kembalian saat berbelanja dan terkadang tidak sesuai dengan harga asli. Namun salah satu toko konvensional Indomaret, melakukan promosi pada konsumen agar dapat menggunakan aplikasi dompet digital OVO karena tidak perlu menunggu uang kembalian lagi.

### **Strategi Promosi Bisnis**

Berbeda dengan transaksi secara tunai, dompet digital ini memberikan beberapa keuntungan lainnya diantaranya yaitu dalam pembelian kuota maupun melakukan transfer uang ke bank lain. Dengan adanya e-wallet, pengguna tidak akan dikenakan biaya administrasi. Selain itu, adanya strategi promosi seperti penyediaan *cashback* maupun potongan harga oleh bisnis menjadi salah satu penguat konsumen.

Cashback adalah strategi promosi yang banyak digunakan untuk memberi insentif kepada pelanggan dan meningkatkan penjualan. Studi menyoroti bahwa promosi cashback secara signifikan meningkatkan minat beli, terutama pada penjualan. Selain itu, berbagai e-commerce juga sudah menerapkan strategi promosi cashback, serta fitur produk yang memiliki dampak simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Alamsyah & Saino, 2021; Zainuddin & Cahya, 2019).



Gambar 4. Strategi Promosi Bisnis dalam penggunaan E-Wallet

Untuk memperkuat hasil penelitian, Pada gambar 4. yang didapat oleh peneliti, terdapat 2 platform yang berbeda membentuk sebuah strategi promosi cashback 50% kepada penggunaannya serta penggunaan kode voucher yang dapat digunakan oleh konsumen saat melakukan pembelian. Hal ini tentu menarik perhatian konsumen, dikarenakan konsumen mendapatkan berbagai keuntungan saat berbelanja apa yang konsumen ingin dan butuhkan.

### Rasa Aman Bagi Pengguna

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan bisnis dalam menciptakan produk maupun layanan. Salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan adalah dengan menciptakan rasa aman saat menggunakan produk yang ditawarkan (Krismajayanti & Darma, 2021; Santoso, 2019; Sindiah & Rustam, 2023). Dalam hal ini, keamanan transaksi pelanggan menjadi hal utama yang harus diperhatikan. Seperti yang dijelaskan oleh satu informan dalam penelitian ini yang mana sisi keamanan dari E-Wallet ini sudah tidak perlu diragukan lagi sebab saat ini dompet digital Indonesia sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yaitu sebuah badan resmi yang bertugas dalam melakukan pengawasan terhadap industri keuangan (Fitriyani Pakpahan et al., 2020).



Gambar 5. Strategi Gopay E-wallet dalam keamanan transaksi

Dalam menunjang serta menciptakan keamanan bertransaksi, saat ini, Perusahaan dompet digital telah menyediakan sistem *One Time Password Code* (OTP). Kode OTP adalah fitur keamanan untuk mencegah penipuan atau pembobolan e-wallet. Kode OTP digunakan dalam transaksi online dan kegiatan perbankan digital, serta memberikan perlindungan dari berbagai macam ancaman keamanan (Fitriyani Pakpahan et al., 2020).

Pada gambar 5 yang peneliti dapatkan melalui selancar media sosial, dilihat bahwa Perusahaan Gojek yang menyediakan platform e-wallet Gopay telah memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari strategi keamanan yang dijamin oleh pihak Perusahaan kepada pelanggan saat melakukan transaksi. Disebutkan bahwa uang akan aman ketika disimpan dalam dompet digital. Hal tersebut diperkuat dengan penjelasan Ketika fenomena handphone pelanggan hilang ataupun terdapat orang lain yang mengambil dan memakai saldonya, maka pelanggan diharapkan untuk tidak panik dikarenakan ada jaminan program kembali yang disediakan oleh gopay untuk menjamin keamanan saldo penggunaannya. Dengan adanya hal tersebut tentu akan memberikan rasa aman kepada pengguna dan menjadi strategi pula bagi Perusahaan untuk menggaet pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas.

### **Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran**

Berbagai strategi telah diterapkan oleh Perusahaan dompet digital dalam memberikan kenyamanan pada pelanggannya. Efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran menjadi faktor penting lainnya. Ketujuh informan memiliki opini yang sama terkait penggunaan dompet digital. Para informan merasa terbantu dalam hal transaksi pembayaran titik sebab sebagaimana dikatakan oleh informan 7 bahwa penggunaan dompet digital memberikan efisiensi saat informan melakukan pemesanan makanan secara online melalui aplikasi. Selain itu, informan lainnya menyebutkan bahwa, pembayaran di tempat manapun dapat memanfaatkan penggunaan dompet digital karena lebih *simple* dan efisien. Efisien yang dimaksud lainnya adalah dalam hal efisiensi waktu dibandingkan dengan menggunakan





transaksi secara tunai terlebih lagi harus melakukan penarikan uang tunai terlebih dahulu. Hal ini dinilai menjadi transaksi yang lebih rumit karena membutuhkan usaha yang lebih besar.

Gambar 6. Efisiensi E-Wallet

Pada gambar 6. yang didapat peneliti, terlihat bahwa melakukan transaksi dengan dompet digital bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja jika terdapat jaringan internet yang memadai. Seperti yang peneliti amati, saat ini toko pulsa konvensional sudah sangat jarang ditemukan. Hal ini disebabkan dengan adanya revolusi industri 4.0, Dimana masyarakat lebih memilih untuk membeli pulsa di *e-wallet* karena dirasa lebih praktis.

## KESIMPULAN

Kemajuan teknologi yang terjadi secara signifikan telah meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan dompet digital atau *e-wallet*, khususnya di kalangan generasi milenial, telah mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran, *e-wallet* menawarkan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan aksesibilitas. Penggunaan *e-wallet* juga terbukti mengurangi biaya transaksi dan meminimalkan risiko penipuan. Selain kemudahan ini, *e-wallet* juga mendorong efisiensi waktu dalam transaksi dan memungkinkan pengguna untuk melacak pengeluaran secara *real-time*, memberikan transparansi yang lebih besar dalam manajemen keuangan pribadi. Selain menjadi media transaksi yang aman, *e-wallet* kini dapat menjadi media strategi promosi bisnis yang efektif yang berhasil menarik minat konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, R., & Harrington, C. (2015). Consumption Patterns of the Millennial Generational Cohort. *Modern Economy*. <https://doi.org/10.4236/me.2015.61005>
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback

- terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>
- Creswell, J. W. (2009). Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research. *Microbe Magazine*, 4(11), 485–485. <https://doi.org/10.1128/microbe.4.485.1>
- Ericson, A., Lugnet, J., Solvang, W. D., Kaartinen, H., & Wenngren, J. (2020). Challenges of Industry 4.0 in SME businesses. *2020 3rd International Symposium on Small-Scale Intelligent Manufacturing Systems, SIMS 2020, June*. <https://doi.org/10.1109/SIMS49386.2020.9121542>
- Fitriyani Pakpahan, E., Jessica, J., Winar, C., & Andriaman, A. (2020). Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Mengawasi Maraknya Pelayanan Financial Technology (Fintech) di Indonesia. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(3), 559. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2020.v09.i03.p08>
- Gopale, V. B. (2019). QR Code and Useful Applications in Libraries. *International Journal of Library and Information Studies*, 9(4), 2231–4911. <http://www.ijlis.org>
- Hills, C., Levett-Jones, T., Warren-Forward, H., & Lapkin, S. (2016). Teaching and learning preferences of ‘Generation Y’ occupational therapy students in practice education. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 23(8), 371–379. <https://doi.org/10.12968/IJTR.2016.23.8.371>
- Krismajayanti, N. P. A., & Darma, G. S. (2021). Eksplorasi Loyalitas Millennial Terhadap Brand Apple. Prestige or Needs? *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(3), 32–44. <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.8051>
- Lukiyana. (2018). Pengaruh Perkembangan Teknologi Aplikasi Smartphone Dan Self Management Terhadap Sikap Dan Perilaku Generasi Milenial Yang Di Moderasi Oleh Kecerdasan Emosional. *Media Manajemen Jasa*, 8(1), 51.
- Nuraeni, N. (2021). Pengaruh Personal Selling, Digital Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal Melia Propolis Pada Pt. Melia Sehat Sejahtera Di Jakarta. *Journal of Islamic Business Management Studies*, 2(2), 115–123.
- Puspitawati, L., Hertati, L., Zarkasyi, W., Suharman, H., & Umar, H. (2022). the Environmental Uncertainty, Manager Competency and Its Impact on Successful Use of Financial Applications in the Covid-19 Pandemic Era. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(1), 10–20. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i1.882>
- Raihan, F. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Baru Angkatan 2021/2022 Institut Daarul Qur’an Jakarta). *Journal of Islamic Business Management Studies*, 2(2), 99–105.
- Ramli, F. A. A., Hamzah, M. I., Wahab, S. N., & Shekhar, R. (2023). Modeling the Brand Equity and Usage Intention of QR-Code E-Wallets. *FinTech*, 2(2), 205–

220. <https://doi.org/10.3390/fintech2020013>

- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646>
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompet Digital. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.323>
- Wahid, Agit, A., & Ramadhani, S. E. (2023). Peran Dompet Digital dalam Meningkatkan Kualitas Keuangan UMKM Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i1.859>
- Widayat, Marsudi, & Masudin, I. (2023). QR-code-based payment. Does the consumer intend to adopt a retail buying transaction? *Banks and Bank Systems*, 18(3), 1–13. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(3\).2023.01](https://doi.org/10.21511/bbs.18(3).2023.01)
- Zainuddin, & Cahya, N. (2019). Pengaruh Promo Penjualan Dan Cashback Terhadap Minat Beli Kendaraan Pada Pt. Hadji Kalla Palopo. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 2(2), 1–19.