

Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Dana di Yogyakarta

Deden Iwan Kusuma¹, Aprilian Stephanie Padji²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN)

¹dedeniwankusuma.dik@gmail.com, ²apriiawaingapu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kualitas layanan dan persepsi kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer yang berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA, sedangkan persepsi kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

Kata kunci:

Persepsi Kemudahan
Persepsi Kualitas
Layanan
Persepsi Kepercayaan
Minat Bertransaksi

Keywords:

Perceived of Ease
Perceived Quality of
Service
Perceived Trust
Interest in Transaction

This study aims to analyze the effect of perceived of ease, perceived service quality and perceived trust on requesting transactions using the DANA application. This study uses primary data collection in the form of a questionnaire. The population in this study were Yogyakarta students who had transacted using the DANA application. Sampling using the purposive sampling method with the criteria of have been transacted using the DANA application. The sample in this study amounted to 104 respondents. The data analysis technique of this research uses descriptive analysis technique and multiple linear regression analysis. The results of this study show that: Perceived of ease and Perceived trust has a positive effect on the intention to make transactions using the DANA application, while Perceived service quality have a negative effect on requesting transactions using the DANA application.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

PENDAHULUAN

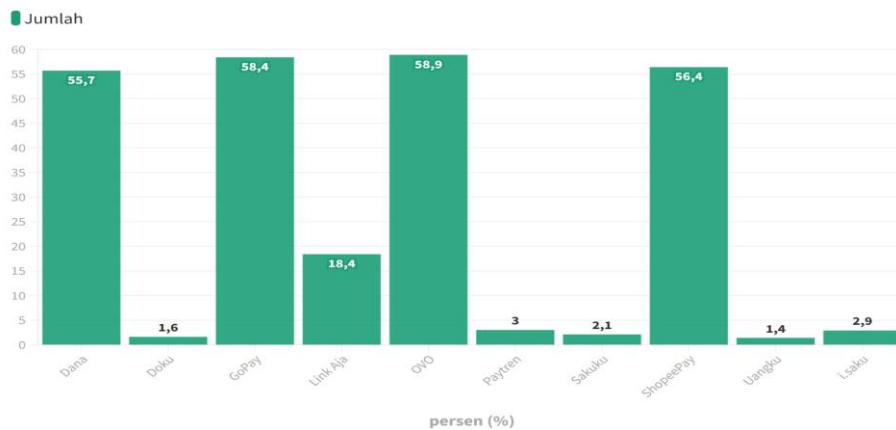
Diera globalisasi ini, perkembangan ekonomi yang semakin maju dan pesat didukung secara penuh oleh kemajuan sistem informasi dan daya beli masyarakat yang tinggi. Perkembangan teknologi informasi telah membuat gaya hidup masyarakat semakin mudah dan praktis, salah satu contohnya adalah teknologi pembayaran yang disebut dengan *financial technology (fintech)* (Ageng & Wulan, 2022). Menurut Bank Indonesia *financial technology (fintech)* yang diatur dalam pasal 1 ayat 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial adalah sistem teknologi berupa keuangan digital yang menciptakan produk, layanan, atau model bisnis baru yang mempengaruhi stabilitas moneter, dan keuangan serta efisiensi, fleksibilitas, keandalan, dan keamanan sistem pembayaran, seperti inovasi teknologi dalam layanan keuangan.

Fintech lebih memudahkan individu dalam melakukan pembayaran *online* tanpa uang tunai. Selain itu, perkembangan internet mendukung setiap proses pembayaran digital. Hal ini tentunya mendorong perusahaan membangun bisnis industri *financial technology (fintech)* dan menghadirkan produk dan fitur menarik kepada masyarakat (Desita & Dewi, 2022).

Ada beberapa dompet digital yang digunakan masyarakat yaitu OVO, GOPAY, , DANA, LinkAja, dan iSaku (Astuti & Nugroho, 2021). Diantara dompet digital yang beredar, DANA merupakan salah satu dompet digital yang sangat diminati. DANA berdiri pada tanggal 5 desember 2018, aplikasi DANA resmi terdaftar di Bank Indonesia sebagai dompet digital karena memiliki lisensi berupa uang elektronik, pembayaran pulsa, pulsa listrik, pulsa data, transfer antar bank, pembayaran BPJS kesehatan dan membayar asuransi (Falih, 2021).

Produk dan layanan yang baik memberikan nilai terbesar dan diminati oleh masyarakat. Hal ini penting bagi perusahaan untuk menyediakan produk atau layanan berkualitas yang menarik individu untuk menggunakan aplikasi DANA dan merasa puas dengan aplikasi DANA sebagai perusahaan dengan pengguna terbanyak dengan informasi sebagai berikut:

**Gambar 1. Pengguna Dompet Digital
E-Wallet Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia**



Sumber : DailySocial.id (23Desember 2021)

GoodStats

Sumber : (DailySocial.id)

Berdasarkan gambar sebelumnya menunjukkan aplikasi DANA paling banyak digunakan dengan persentase pengguna sebesar 55,7% di urutan ke-4 di Indonesia. Dompet digital dipengaruhi berbagai faktor di antaranya menurut penelitian yang dilakukan Pratama & Suputra, 2019 menyatakan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi DANA (Indrawati & Pattinama, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dilakukan dengan berbagai kajian agar tercipta suatu model yang mampu mengukur faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi informasi. Model yang umum digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), TAM diperkenalkan oleh Davis, et al. (1989) dalam model ini mempelajari dan memahami perilaku pemakai sistem informasi (Ayu et al., 2016). Sastika et al., 2023 menyatakan bahwa perilaku saat mengadopsi sistem teknologi informasi yang di mana pengguna dan komputer saling berinteraksi yang merupakan hasil faktor persepsi kemudahan, sikap pengguna, persepsi kemanfaatan, dan minat perilaku.

Menurut penelitian Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa persepsi kemudahan adalah ketika seseorang percaya dan yakin jika menggunakan teknologi informasi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan teknologi yang dirasakan, bahwa penggunaan teknologi mengurangi usaha individu (Ajjiah & Selvi, 2021). Semakin mudah sistem digunakan, semakin sedikit usaha yang dilakukan pengguna yang meningkatkan kinerjanya (Hardiawan, 2013). Karena kemudahan yang didapat, masyarakat menggunakan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ageng & Wulan, 2022) persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada aplikasi DANA, sedangkan menurut Cindyana & Alimuddin menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang *e-wallet*.

Kualitas layanan merupakan persyaratan dasar bagi perusahaan untuk menawarkan layanan yang berkualitas (Tony Sitinjak, 2019). Kualitas layanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diinginkan. Menurut (Nanincova, 2018) kualitas layanan dapat diartikan sebagai keharusan dalam memenuhi kebutuhan dan syarat, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Mengukur kualitas berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan standar yang ada (Andyka et al., 2012).

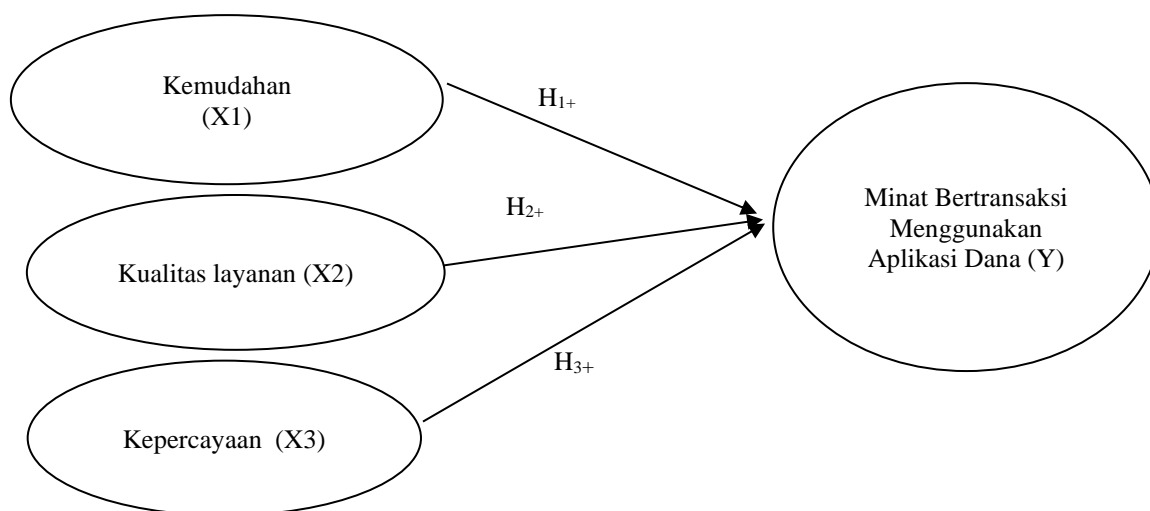
Kepercayaan diperlukan agar pengguna sistem teknologi informasi merasa bahwa penggunaan teknologi informasi meningkatkan kinerjanya (Latief & Dirwan, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh

(Pratama & Suputra, 2019) persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*. Namun berbeda dengan penelitian Sati & Ratna bahwa persepsi kepercayaan yang dirasakan tidak memengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik (Prawiyogi et al., 2021).

METODE

Dengan menggunakan data kuantitatif kemudian diperoleh data dari hasil pengumpulan kuesioner melalui media whatssAp dan Instagram dalam bentuk link Google Form, yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS. Variabel yang digunakan tergambar dalam bagan berikut :

Gambar 2. Model Penelitian Hubungan antar X1, x2, x3



Keterangan :

X1, X2, X3, : Variabel kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan

Y : Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi DANA

Populasi

Menurut Sugiyono (2006) populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan sejumlah sifat tertentu untuk dipelajari dan analisis. Demografi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah

Sampel

Sampel mewakili ukuran dan karakteristik. Ketika populasi terlalu besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semuanya karena keterbatasan keuangan atau masalah pribadi (Sugiyono, 2006).

$$\frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{140}{1+140(0,05)^2} = \frac{140}{1+0,35} = \frac{140}{1,35} = 104$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Presentase kelonggaran 5%

Hasil yang di dapatkan dengan menggunakan rumus *slovin* ,sampel yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 104 responden.

Uji Hipotesis : Uji Koefisien Determinasi (R²) : Menurut Algifari (2015) uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh yang ada antara variabel.

Uji F : Menurut Algifari (2015) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model penelitian memengaruhi variabel dependen. Pengujian hipotesis

menggunakan uji F dengan nilai ($\alpha = 0,05$). Dasar keputusan uji F dilihat dari nilai signifikan $< 0,05$ dapat diartikan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan yang mempengaruhi variabel dependen. Uji t : Uji parsial atau uji t ini digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat atau tidak. Jika nilainya signifikan $< 0,05$ dapat diartikan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikan lebih tinggi $> 0,05$ dapat diartikan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase (%)	Frequency
Pria	21,2%	22
Wanita	78,8%	82
Jumlah	100	104

Sumber: Data Primer diolah,2023

Tabel 2. Usia

Usia	Persentase (%)	Frequency
17-20	8,7	9
21-25	88,5	92
>25	2,9	3
Jumlah	100	104

Sumber: Data Primer diolah,2023

Tabel 3. Perguruan Tinggi:

Jenis Perguruan Tinggi	Persentase (%)	Frequency
PTS	90,4	94
PTN	9,6	10
Jumlah	100	104

Sumber: Data Primer diolah,2023

Tabel 4. Berapa Kali Bertransaksi

Berapa kali	Persentase (%)	Frequency
1-3	40,4	42
3-5	18,3	19
>5	41,3	43
Jumlah	100	104

Sumber: Data Primer diolah,2023

Tabel 5. Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan	104	2,00	5,00	4,4432	0,69432
Persepsi Kualitas Layanan	104	2,00	5,00	4,4135	0,69129
Persepsi Kepercayaan	104	1,00	5,00	4,3558	0,81155
Minat Bertransaksi	104	1,00	5,00	4,3942	0,78107

Sumber: Data Primer diolah,2023

Variabel persepsi kemudahan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 2 dan nilai maximum 5 dan mean 4,4432 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju. Variabel persepsi kualitas layanan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 2 dan nilai maximum 5 dan mean 4,4135 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.. Variabel persepsi kepercayaan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 1 dan nilai maximum 5 dan mean 4,3558 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.. Variabel minat berransaksi sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 1 dan nilai maximum 5 dan mean 4,3942 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.

Uji Instrumen**Uji Validitas**

Nilai R tabel dapat diperoleh dari rumus $DF=N-2$ ($DF=104-2=102$) dengan tingkat signifikan 0,05 maka nilai R tabel adalah 0,1927. Adapun hasil uji validitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PK1	0,1927	0,880	Valid
PK2		0,790	Valid
PK3		0,878	Valid
PK4		0,873	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kemudahan dinyatakan valid.

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PKL1	0,1927	0,876	Valid
PKL2		0,876	Valid
PKL3		0,868	Valid
PKL4		0,813	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kualitas layanan dinyatakan valid.

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PKN1	0,1927	0,900	Valid
PKN2		0,931	Valid
PKN3		0,925	Valid
PKN4		0,864	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kepercayaan dinyatakan valid.

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
MB1	0,1927	0,879	Valid
MB2		0,893	Valid
MB3		0,916	Valid
MB4		0,876	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan minat bertransaksi dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

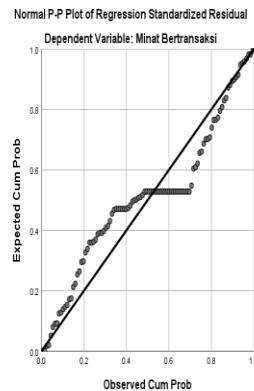
Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Hasil
Persepsi Kemudahan	0,877	0,6	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan	0,881		Reliabel
Persepsi Kepercayaan	0,927		Reliabel
Minat Bertransaksi	0,911		Reliabel

Sumber: Data Primer diolah,2023

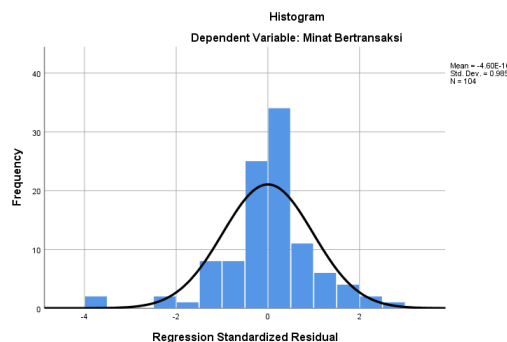
Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kualitas, persepsi pelayanan dan minat bertransaksi memiliki pertanyaan yang reliabel

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Menunjukkan bahwa titik-titik plotting menyebar mengikuti garis diagonal yang mengartikan bahwa data berdistribusi normal.



Sumber: Data Primer diolah, 2023

Menunjukkan bahwa garis yang membentuk lonceng berada di tengah-tengah yang mengartikan bahwa data berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinierity		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan	0,451	2,219	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kualitas Layanan	0,318	3,141	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kepercayaan	0,439	2,280	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,832	0,692	0,670	0,17940

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Rumus:

Chi square hitung : $N * R \text{ square} = 104 * 0.692 = 71.968$

Chi square tabel : $0.1909 (df = n - 2 = 104 - 2 = 102, \alpha = 0,05) = 126,574148$

Berdasarkan perhitungan diatas maka Chi square hitung $71.968 < \text{Chi square tabel } 126,574148$

Hal ini mengartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,979	1,044		0,938	0,351
1 Persepsi Kemudahan	0,360	0,80	0,327	4,486	0,000
Persepsi Kualitas Layanan	-0,042	0,100	-0,37	-0,425	0,672
Persepsi Kepercayaan	0,628	0,70	0,664	8,978	0,000

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Constant sebesar 0,979 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,979. Kemudahan sebesar 0,360 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,360. Kualitas Layanan sebesar -0,042 bersimbol negatif maka minat penggunaan akan naik turun sebesar -0,042. Kemudahan sebesar 0,0628 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,0628

Uji Hipotesis**Uji Koefisien Determinasi R²**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,872 ^a	0,760	0,753	1,513

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, bisa dikatakan variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 75,3%.

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	724,026	3	241,342	105,454	0,000 ^b
Residual	228,859	100	2,289		
Total	952,885	103			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa semua variabel yaitu persepsi kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis	P. Value	< Alpha	Keputusan
Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H1)	0,000		Diterima
Persepsi Kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H2)	0,672	0,05	Ditolak
Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H3)	0,000		Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2023.

KESIMPULAN

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memperlihatkan bahwa responden merasa mudah menggunakan aplikasi DANA untuk bertransaksi sehari-hari, sehingga hipotesis pertama yaitu persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan aplikasi DANA tidak dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan pengguna, sehingga hipotesis kedua yaitu persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap minat bertransaksi ditolak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan memperlihatkan bahwa pengguna telah memiliki rasa kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi DANA dalam bertransaksi., sehingga hipotesis ketiga yaitu persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi diterima.

REFERENSI

- Ageng, & Wulan, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Generasi Millennial di Kelurahan Pasir Putih (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Dana)*.
- Ajjah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen UNMUL*, 13(2).
- Andyka, R. S., Endang Siti, A., & Heru, S. (2012). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube Dengan Pendekatan TAM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1).
- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 13(1).
- Ayu, P., Wida, M. W., Nyoman, N., Yasa, K., Putu, I., & Sukaatmadja, G. (2016). Aplikasi Model Tam (Technology Acceptance Model) pada Perilaku Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(2).
- Desita, W., & Dewi, Gst. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01).
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Hardiawan, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembeli Secara Online*.
- Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.4963>
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Nanincova, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Sastika, M., Syahriwanda, E., Lubis, M. P. N., Nasution, S., & Suhairi. (2023). Peran Teknologi dalam Membantu Komunikasi Bisnis Internal dan Eksternal di Organisasi Modern. *Jurnal Mirai Management*.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).