

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL: STUDI *LITERATUR REVIEW*

**Kazza Savanah Zubaidi**

*Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur*

*Email korespondensi: kazza.savanah29@gmail.com*

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah mendorong peningkatan penggunaan aplikasi pembayaran digital yang menawarkan kemudahan dan efisiensi transaksi keuangan. Namun, adopsi layanan ini masih menghadapi tantangan, terutama terkait kepercayaan dan pemahaman pengguna terhadap manfaat serta risiko yang ada. Studi literatur ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan fitur layanan. Hasil kajian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan memiliki dampak signifikan terhadap minat pengguna, di mana semakin mudah dan aman suatu aplikasi, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya. Selain itu, literasi keuangan yang baik meningkatkan pemahaman individu mengenai manfaat serta risiko transaksi digital, sehingga mendorong penggunaan yang lebih optimal. Persepsi manfaat juga berperan dalam meningkatkan daya tarik aplikasi, terutama jika menawarkan efisiensi dan insentif finansial. Kredibilitas layanan turut mempengaruhi keputusan pengguna, sedangkan fitur layanan menunjukkan hasil yang beragam dalam berbagai penelitian, tergantung pada preferensi pengguna. Temuan ini menegaskan pentingnya edukasi, peningkatan transparansi, dan penguatan sistem keamanan dalam mendorong adopsi pembayaran digital yang lebih luas. Dengan memahami faktor-faktor ini, pengembang aplikasi dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat dan kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran digital.

**Kata Kunci:** Minat Penggunaan, Aplikasi Pembayaran Digital, *Literature Review*

### ABSTRACT

*The advancement of technology has driven the increasing use of digital payment applications that offer convenience and transaction efficiency. However, the adoption of these services still faces challenges, particularly regarding users' trust and understanding of the benefits and risks involved. This literature review aims to analyze the factors influencing individuals' interest in using digital payment applications, namely financial literacy, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, and service features. The findings indicate that perceived ease of use and security have a significant impact on user interest—the easier and safer an application is, the higher the likelihood of adoption. Additionally, good financial literacy enhances individuals' understanding of the benefits and risks of digital transactions, thereby encouraging more optimal usage. Perceived usefulness also plays a role in increasing the attractiveness of applications, especially if they offer efficiency and financial incentives. Service credibility further influences user decisions, while service features show varied results across different studies, depending on user preferences. These findings highlight the importance of education, transparency enhancement, and security system reinforcement in promoting broader adoption of digital payments. By understanding these factors, application developers can design more effective strategies to increase user interest and trust in digital payment services.*

**Keywords:** Interest in Use, Digital Payment Applications, *Literature Review*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sistem pembayaran. Saat ini, penggunaan aplikasi pembayaran digital semakin meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi finansial (*fintech*) yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi keuangan. Aplikasi pembayaran digital memungkinkan individu untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan praktis tanpa harus menggunakan uang tunai atau kartu fisik. Perubahan ini mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat dalam mengadopsi teknologi untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka.

Pembayaran digital adalah inovasi dalam sistem transaksi yang memungkinkan individu melakukan pembayaran secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai (Qur'anisa et al., 2024). Namun, di masyarakat masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital, individu cenderung mempertimbangkan faktor-faktor seperti literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan fitur layanan. Menurut Batubara & Anggraini, (2022) manfaat serta risiko terkait dengan transaksi digital perlu dipahami dengan baik oleh pengguna, sehingga berpotensi mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut. Untuk meningkatkan adopsi aplikasi pembayaran digital, penting bagi pengembang dan penyedia layanan untuk memperhatikan faktor-faktor tersebut serta memberikan edukasi kepada pengguna agar lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi pembayaran digital.

Namun, meskipun pembayaran digital menawarkan berbagai kemudahan, masih terdapat tantangan dalam adopsinya, terutama terkait kepercayaan pengguna. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa dari 1 Januari 2024 hingga 15 Januari 2025, terdapat 35.939 pengaduan terkait sektor jasa keuangan yang diterima melalui Aplikasi Portal Perlindungan Konsumen (APPK), dengan sektor perbankan menyumbang pengaduan tertinggi sebesar 37,96%, diikuti oleh layanan *financial technology* (*fintech*) sebesar 35,51%. Tingginya angka pengaduan ini mencerminkan masih adanya kekhawatiran masyarakat terhadap keamanan dan keandalan layanan keuangan digital, termasuk aplikasi pembayaran digital. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu terus meningkatkan kualitas layanan, transparansi, serta sistem perlindungan konsumen guna meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital.

Adanya fenomena ini menegaskan bahwa meskipun penggunaan pembayaran digital terus meningkat, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk mendorong adopsi yang lebih luas. Kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan keandalan aplikasi pembayaran digital masih menjadi faktor krusial dalam keputusan penggunaan. Selain itu, pemahaman yang belum merata mengenai manfaat serta risiko transaksi digital dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna. Tingginya jumlah pengaduan terkait layanan keuangan digital juga menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakpuasan dan kekhawatiran di kalangan pengguna. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan transparansi, edukasi yang lebih luas, serta penguatan regulasi guna memastikan bahwa layanan pembayaran digital dapat berkembang secara lebih aman dan terpercaya.

Minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi

keamanan, dan fitur layanan yang disediakan. Literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu memahami cara kerja sistem pembayaran digital, manfaat yang ditawarkan, serta risiko yang mungkin terjadi dalam penggunaannya. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital secara optimal dan bijak. Selain itu, persepsi kemudahan juga menjadi faktor krusial, di mana pengguna cenderung lebih tertarik pada aplikasi yang memiliki antarmuka sederhana, proses transaksi yang cepat, serta kemudahan dalam mengakses berbagai fitur. Persepsi manfaat juga turut mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan ini, terutama jika aplikasi pembayaran digital dianggap dapat memberikan keuntungan seperti efisiensi waktu, biaya transaksi yang lebih rendah, serta berbagai promo dan cashback yang menarik.

Di sisi lain, persepsi keamanan menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Kekhawatiran terhadap kebocoran data pribadi, potensi penipuan, serta risiko transaksi yang tidak aman dapat menghambat adopsi layanan ini. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu memastikan sistem keamanan yang andal, seperti penggunaan enkripsi data, verifikasi dua langkah, serta perlindungan terhadap potensi kejahatan siber. Selain itu, fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Semakin lengkap dan inovatif fitur yang disediakan, seperti integrasi dengan berbagai metode pembayaran, fitur pengelolaan keuangan, serta layanan pelanggan yang responsif, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut. Dengan memahami faktor-faktor ini, penyedia layanan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan adopsi pembayaran digital di kalangan masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini bermaksud untuk mengkaji berbagai studi terdahulu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, khususnya dalam konteks literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan fitur layanan. Hal ini menjadi penting karena meskipun pembayaran digital menawarkan berbagai keuntungan, masih terdapat tantangan yang dapat menghambat adopsinya, seperti rendahnya literasi keuangan, kurangnya pemahaman akan manfaat yang diberikan, serta kekhawatiran terkait keamanan transaksi. Selain itu, fitur layanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna juga dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan penggunaan aplikasi pembayaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang berperan dalam membentuk minat individu dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembang layanan keuangan digital dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi dan kepercayaan pengguna.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai jurnal akademik yang relevan. Sumber data diperoleh melalui basis data seperti google scholar dan jurnal-jurnal yang dikeluarkan institusi terkait. Pemilihan literatur dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, kualitas publikasi, serta ketertarikan

informasi. Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik, yang meliputi identifikasi tema utama, pengelompokan faktor-faktor yang berpengaruh, serta penyusunan kesimpulan dari hasil kajian literatur yang ada. Untuk menjamin keabsahan temuan, triangulasi sumber diterapkan dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai studi yang relevan. Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, antara lain literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan fitur layanan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pemilihan artikel untuk *literatur review*.

Tabel 1. Kriteria Artikel *Literatur Review*

Kriteria Artikel <i>Literatur Review</i>	Keterangan
Tahun terbit	Artikel yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2021- 2025 atau 5 tahun terakhir
Sumber artikel	Artikel yang diperoleh dari google scholar
Relevansi dengan Topik Penelitian	Artikel yang berkaitan langsung sesuai topik minat penggunaan aplikasi pembayaran digital

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025

Table 2. Penelitian Terdahulu

No.	Topik	Hasil Penelitian
1.	Penelitian Veraniazzahra & Listiawati, (2023) membahas Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Credibility</i> , dan <i>Features</i> Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek.	variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived credibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank, sedangkan variabel <i>features</i> tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank.
2.	Penelitian Palimbong et al., (2023) berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan <i>Digital Payment</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja	variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>digital payment</i> shopee paylater.
3.	Penelitian Rahmadghani et al., (2024) mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking	variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

No.	Topik	Hasil Penelitian
4.	Penelitian Widya et al., (2023) yakni Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> Bagi Generasi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar	variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sistem pembayaran <i>e-wallet</i>
5.	Penelitian Soleha & Hidayah, (2022) terkait Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millenial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay)	variabel literasi keuangan dan kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan dompet digital (ShopeePay)
6.	Penelitian Meiliana & Sari, (2024) dengan judul Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> DANA Pada Mahasiswa Universitas PGRI Semarang	variabel fitur layanan, keamanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> DANA.

Sumber: Sumber Analisis Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil studi literatur mengenai minat penggunaan aplikasi pembayaran digital, ditemukan beberapa temuan yang konsisten antar penelitian. Faktor persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi pembayaran digital. Rahmadghani et al., (2024) menemukan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking meningkatkan minat mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Widya et al., (2023) juga menunjukkan bahwa kemudahan dalam transaksi berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Penelitian Soleha & Hidayah (2022) mendukung temuan tersebut dengan menyatakan bahwa kemudahan dalam bertransaksi mendorong minat generasi milenial menggunakan ShopeePay. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin tinggi minat pengguna untuk mengadopsi aplikasi pembayaran digital.

Faktor persepsi keamanan juga memainkan peran penting dalam mendorong minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Widya et al., (2023) menunjukkan bahwa tingkat keamanan yang tinggi dalam sistem *e-wallet* meningkatkan minat pengguna secara signifikan. Penelitian Meiliana & Sari, (2024) juga menemukan bahwa keamanan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam menggunakan *e-wallet*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan terhadap keamanan suatu aplikasi pembayaran digital dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk mengadopsinya.

Faktor persepsi manfaat yang dirasakan juga berkontribusi dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Penelitian Veraniazzahra & Listiawati, (2023) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *SeaBank* selaku aplikasi pembayaran digital di Jabodetabek. Rahmadghani et al., (2024) juga menemukan bahwa persepsi manfaat berdampak signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam

menggunakan aplikasi *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsinya.

Faktor persepsi kredibilitas layanan turut berperan dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Penelitian Veraniazzahra & Listiawati, (2023) menemukan bahwa persepsi kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *SeaBank* di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap reputasi serta keamanan suatu layanan pembayaran digital dapat mendorong keputusan pengguna untuk mengadopsinya.

Faktor literasi keuangan terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Palimbong et al., (2023) menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi lebih cenderung menggunakan aplikasi pembayaran digital Shopee paylater. Penelitian Soleha & Hidayah (2022) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi secara signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan shopeepay. Hasil ini menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam memanfaatkan aplikasi pembayaran digital.

Faktor fitur layanan ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Rahmadghani et al., (2024) menyatakan bahwa fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi *mobile banking* berdampak signifikan terhadap peningkatan minat pengguna. Meiliana & Sari, (2024) juga menemukan bahwa fitur layanan yang baik turut mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam menggunakan *e-wallet*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin menarik dan bermanfaat fitur yang ditawarkan oleh suatu aplikasi pembayaran digital, semakin besar kemungkinan pengguna untuk tertarik menggunakannya. Namun penelitian Veraniazzahra & Listiawati, (2023) menemukan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital *SeaBank* di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh fitur layanan terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital.

Berdasarkan penelitian yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi keamanan, literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Namun, terdapat beberapa perbedaan temuan, terutama terkait fitur layanan yang dalam beberapa studi berpengaruh signifikan, sedangkan dalam studi lainnya tidak memberikan dampak yang berarti terhadap minat penggunaan.

### **Faktor-faktor terkait Minat Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital**

Berdasarkan penelitian yang telah dikaji, faktor persepsi kemudahan menjadi salah satu aspek yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Dari berbagai penelitian, ditemukan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Kemudahan dalam penggunaan, registrasi, dan transaksi tanpa hambatan mendorong pengguna untuk lebih tertarik dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Selain persepsi kemudahan, persepsi keamanan juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh. Kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan suatu aplikasi pembayaran digital, seperti perlindungan data pribadi dan transaksi yang aman, meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut. ketika pengguna merasa aman dalam

bertransaksi, mereka lebih cenderung menggunakan layanan pembayaran digital secara berkelanjutan.

Faktor persepsi manfaat juga memiliki dampak signifikan terhadap minat pengguna. Semakin besar manfaat yang diberikan oleh aplikasi seperti efisiensi waktu, kemudahan pembayaran, dan kemudahan akses terhadap berbagai layanan keuangan, semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakannya. Selain itu, aplikasi pembayaran digital yang menawarkan fitur inovatif dan manfaat yang jelas akan lebih menarik bagi pengguna dibandingkan aplikasi dengan manfaat yang kurang terlihat.

Selain persepsi manfaat, persepsi kredibilitas turut berperan dalam meningkatkan minat pengguna aplikasi pembayaran digital. Kepercayaan terhadap reputasi dan keandalan suatu layanan digital akan meningkatkan keyakinan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kredibilitas ini dapat dibangun melalui transparansi layanan, ulasan positif dari pengguna lain, serta dukungan dari institusi keuangan yang terpercaya.

Literasi keuangan juga memiliki pengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memahami manfaat dan risiko penggunaan aplikasi pembayaran digital, sehingga mereka lebih siap untuk mengadopsi aplikasi ini. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan, individu lebih percaya diri dalam memanfaatkan aplikasi pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi mereka.

Terakhir, fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi pembayaran digital juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat pengguna. Aplikasi dengan fitur yang lengkap, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan lebih menarik dibandingkan aplikasi yang memiliki fitur terbatas. Namun, terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa fitur layanan tidak selalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna, tergantung pada kebutuhan dan preferensi individu terhadap layanan tersebut.

Secara keseluruhan, faktor persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, literasi keuangan, dan fitur layanan memiliki peran yang signifikan dalam mendorong minat penggunaan aplikasi pembayaran digital. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini dapat membantu pengembangan layanan keuangan digital dalam menciptakan aplikasi yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa minat individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, literasi keuangan, dan fitur layanan. Faktor-faktor ini berperan penting dalam membentuk keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital, di mana semakin mudah, aman, dan bermanfaat suatu aplikasi, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk menggunakannya. Selain itu, literasi keuangan yang baik mendorong individu untuk lebih memahami manfaat serta risiko transaksi digital, sementara kredibilitas dan fitur layanan yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pengguna. Meskipun sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, terdapat perbedaan temuan yang mengindikasikan bahwa pengaruhnya dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan serta preferensi pengguna. Oleh karena itu, pengembang layanan keuangan digital perlu

memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam merancang strategi yang lebih efektif guna meningkatkan adopsi dan kepercayaan individu terhadap aplikasi pembayaran digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. Retrieved from <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Meiliana, R., & Sari, I. A. (2024). Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 04(01), 25–29.
- Rahmadghani, T., Usman, O., & Aditya, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 693–710. Retrieved from <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca3025-1192>
- Soleha, E., & Zulfa Zakiatul Hidayah. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millennial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 312–316. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>
- Stefani Marina Palimbong, Elisabet Pali, Astriwati Biringkanae, & Randi Tangdialla. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 278–297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.227>
- Veraniazzahra, N., & Listiawati, R. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3, 1–9.
- Widya, Pasanda, E., & Belolan, B. (2023). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap minat menggunakan pembayaran E-Wallet bagi generasi pada mahasiswa di kota Makassar. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 24–31.
- Zulfa Qur'anisa, Mira Herawati, Lisvi Lisvi, Melinda Helmalia Putri, & O. Feriyanto. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>