

**Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Transaksi Digital Pada E-Wallet
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi Ovo)**

Kholilur Rohman *)

Khalikussabir **)

Kartika Rose Rachmadi *)**

Email : kholilrhmn09@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research aims to test and determine the influence of trust, security and user convenience on digital transaction decisions on e-wallets (Study on Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Users of the OVO Application). This research is a type of quantitative research. The sampling technique used Malhotra's formula with calculated results of 85 samples. To solve the problems in this research, SPSS was used with validity tests, reliability tests, normality tests, multiple linear regression analysis, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, F tests, and t tests. The research results show that simultaneously the variables Trust (X1), Security (X2), and Convenience (X3) have a significant effect on Transaction Decisions (Y). Partial research results show that Trust (X1), Security (X2) and Convenience partially have a significant effect on Transaction Decisions.

Keywords: Trust, Security, Convenience, Transaction Decisions.

Pendahuluan

Melalui perkembangan teknologi ini, pola hidup manusia mulai bergerak secara dinamis. Salah satu hal yang berubah adalah penggunaan uang cash yang berdampingan dengan penggunaan uang digital. Penggunaan uang digital, memiliki tujuan untuk memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa adanya halangan waktu dan tempat. Salah satunya adanya kehadiran aplikasi pembayaran yang memiliki merek yang beragam.

Aplikasi pembayaran hadir untuk mempermudah kegiatan transaksi terutama pada mahasiswa yang memiliki kesibukan dalam belajar dan bekerja. Dalam kegiatan mereka seperti melakukan pembayaran makanan dan minuman melalui aplikasi menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi mahasiswa terutama pada era digital, semua pembayaran dilakukan hanya dalam satu kali klik pada ponsel. E-wallet dikatakan sebagai jenis terbaru dari e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja online, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia (Sharma et al.,2018).

Saat ini ada sekitar 40 uang elektronik di Indonesia yang diizinkan aktif beroperasi oleh Bank Indonesia yang terbagi menjadi *e-wallet* dan *e-money*. Berbagai macam aplikasi pembayaran yang hadir untuk pengguna seperti OVO, ShopeePay, Gopay, Dana dan Link Aja menjadi pilihan alternatif bagi mahasiswa untuk membantu kegiatan mereka. Diantara berbagai merek, OVO yang merupakan perusahaan uang digital yang berasal dari Indonesia menjadi aplikasi yang populer oleh masyarakat terutama pada mahasiswa. Dompet digital merupakan peluang perkembangan teknologi keuangan dan menjadi alat yang umum untuk digunakan sebagai transaksi keuangan Iman (2018).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang di antaranya terdapat kepercayaan, keamanan dan kemudahan. Faktor kepercayaan, keamanan dan kemudahan merupakan faktor yang paling dominan yang akan diteliti pada penelitian ini. Menurut Davis yang dikutip dalam buku permana dkk, (2012:54) mengemukakan bahwa “persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana interaksi individu dengan sistem informasi atau teknologi yang spesifik terlepas dari pengaruh psikologis”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh secara simultan kepercayaan, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial keamanan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO?
4. Bagaimana pengaruh secara parsial kemudahan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan kepercayaan, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO.
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO.
3. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial keamanan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial kemudahan terhadap keputusan transaksi digital pada pengguna aplikasi OVO.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

a. Keputusan Bertransaksi

Menurut Ashal (2015), Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memilih dan membuat keputusan pembelian barang yang paling mereka sukai.

b. Kepercayaan

Menurut Antarwiyati (2010:5), Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk bergantung pada penjual yang dapat dipercaya, dalam transaksi secara online, kepercayaan muncul ketika mereka yang terlibat telah mendapat kepastian dari pihak lainnya, serta mau dan bisa memberikan kewajibannya.

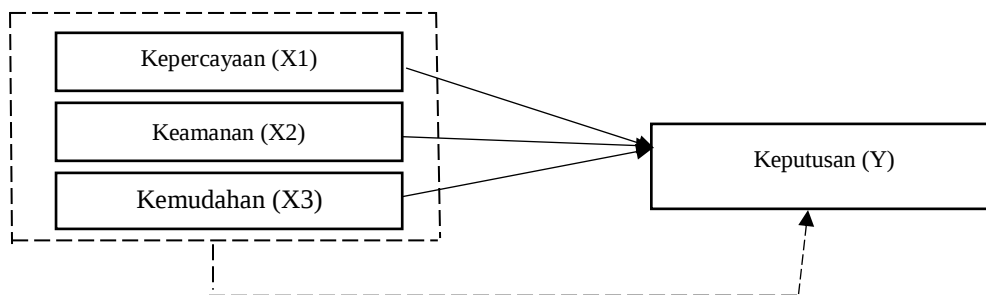
c. Keamanan

Menurut Menurut Gupta dan Dubey (2016), Keamanan *e-commerce* merupakan perlindungan terhadap aset *e-commerce* dari akses penggunaan yang tidak sah dengan merubah atau merusaknya

d. Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007:115), Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H1: Kepercayaan, privasi, dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap Keputusan bertransaksi di aplikasi OVO.
- H2: Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan bertransaksi di aplikasi OVO.
- H3: Keamanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan bertransaksi di aplikasi OVO.
- H4: Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan bertransaksi di aplikasi OVO.

Metodologi Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (field research) yaitu pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti guna mendapatkan data yang relevan.. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Malang Jl. M.T. Haryono No.193 Dinoyo, Kec.Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144. Dan Waktu penelitian ini dimulai pada bulan januari 2024

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan ialah mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Malang yang menggunakan aplikasi OVO.

Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori dari Naresh K Malhotra. Menurut Malhotra (2006:291) disebutkan dalam buku riset pemasaran paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 17 item pernyataan. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 85 sampel (17 item pernyataan x 5).

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Keputusan
Keputusan Bertransaksi (Y)	Y.1	0,906	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	Y.2	0,836	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	Y.3	0,910	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	Y.4	0,895	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,722	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X1.2	0,561	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X1.3	0,740	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X1.4	0,681	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X1.5	0,787	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
Keamanan (X2)	X2.1	0,860	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X2.2	0,903	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X2.3	0,874	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X2.4	0,915	0,2133	r Hitung > r Tabel	Valid

Kemudahan (X3)	X3.1	0,900	0, 2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X3.2	0,937	0, 2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X3.3	0,920	0, 2133	r Hitung > r Tabel	Valid
	X3.4	0,923	0, 2133	r Hitung > r Tabel	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Pada uji validitas nilai r Hitung > r Tabel setiap item pada variabel Keputusan (Y) sehingga dapat dikatakan lulus uji validitas. Nilai r Hitung > r Tabel setiap item pada variabel Kepercayaan (X1) sehingga dikatakan lulus uji validitas. Nilai r Hitung > r Tabel setiap item pada variabel Keamanan (X2) sehingga dapat dikatakan lulus uji validitas. Nilai r Hitung > r Tabel setiap item pada variabel Kemudahan (X3) sehingga dapat dikatakan lulus uji validitas. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel valid, karena memiliki nilai r Hitung > r Tabel (dengan taraf signifikan (0,50)).

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria reliabilitas	Keteerangan
Keputusan (Y)	0,909	>0,6	Reliable
Kepercayaan (X1)	0,708	>0,6	Reliable
Keamanan (X2)	0,905	>0,6	Reliable
Kemudahan (X3)	0,939	>0,6	Reliable

Sumber: Data Diolah SPSS 2024

Pada uji reliabilitas diketahui bahwa variabel Keputusan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.909 > 0,06$. Variabel Kepercayaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,708 > 0,06$. Variabel Keamanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,905 > 0,06$. Variabel Kemudahan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0.939 > 0,06$.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07999898
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.069
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Pada uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi regresi residual yang terbentuk adalah 0,200 yang lebih besar dari taraf signifikansi 5% sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Uji Asusmsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.848	1.491			3.251	.002		
X1	.160	.067	.096		2.402	.019	.865	1.156
X2	.275	.085	.290		3.238	.002	.173	5.795
X3	.659	.088	.696		7.530	.000	.162	6.154

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Pada uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10 dengan nilai Tolerance > 0,1, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.017	.877		-.019	.985
X1	.073	.039	.214	1.853	.068
X2	-.010	.050	-.050	-.194	.846
X3	-.036	.051	-.188	-.708	.481

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Pada uji heteroskedastisitas menunjukkan semua variable independen pada penelitian ini memiliki tingkat signifikan ($X1=0,068$, $X2=0,846$, $X3=0,481$) > 0,05. Maka dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel bebas di dalam penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.848	1.491		3.251	.002
X1	.160	.067	.096	2.402	.019
X2	.275	.085	.290	3.238	.002
X3	.659	.088	.696	7.530	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Dari hasil uji regresi linear berganda diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 4,848 + 0,160.X_1 + 0,275.X_2 + 0,659.X_3 + e$$

Nilai Konstanta (α) sebesar 4,848 menunjukkan makna tetap tanpa ada hubungan antara variabel independen Kepercayaan (X_1), Keamanan (X_2) Kemudahan (X_3) atau nol maka nilai Keputusan Bertransaksi (Y) sebesar 4,848

1. Nilai Koefisien regresi (b_1) = 0,160 artinya apabila nilai koefisien regresi Kepercayaan (X_1) dengan nilai positif menunjukan bahwa variabel Kepercayaan meningkat, maka Keputusan Bertransaksi (Y) akan meningkat .
2. Nilai Koefisien regresi (b_2) = 0,275, artinya apabila nilai koefisien regresi Keamanan (X_2) dengan nilai positif menunjukan bahwa variabel Keamanan terjangkau, maka Keputusan Bertransaksi (Y) akan meningkat.
3. Nilai Koefisien regresi (b_3) = 0,659, artinya apabila nilai koefisien regresi Kemudahan (X_3) dengan nilai positif menunjukan bahwa variabel Kemudahan meningkat, maka Keputusan Bertransaksi (Y) akan meningkat.

Uji Hipotesis**Uji F****Tabel 7 Hasil Uji F**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	773.199	3	257.733	213.073	.000 ^b
Residual	97.977	81	1.210		
Total	871.176	84			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 7 hasil uji F (Simultan) diatas diketahui nilai F hitung sebesar 213,073 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan Kepercayaan (X1), Keamanan (X2) dan Kemudahan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi (Y).

Uji t**Tabel 8 Hasil Uji t**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.848	1.491		3.251	.002
X1	.160	.067	.096	2.402	.019
X2	.275	.085	.290	3.238	.002
X3	.659	.088	.696	7.530	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 8 hasil uji t (Parsial) diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan (X1) Berdasarkan tabel 8 hasil uji t, didapatkan hasil bahwa variabel Kepercayaan memiliki nilai $0,019 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.
2. Keamanan (X2) Berdasarkan tabel 8 hasil uji t, didapatkan hasil bahwa variabel Keamanan memiliki nilai $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.
3. Kemudahan (X3) Berdasarkan tabel 8 hasil uji t, didapatkan hasil bahwa variabel Kemudahan memiliki nilai $0,00 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa Kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)**Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinan (*R²*)**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.888	.883	1.09982

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel 9 uji koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R^2 sebesar 0,883. Pada koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hal ini berarti variabel Kepercayaan dapat dijelaskan oleh variabel Kepercayaan (X1), Keamanan (X2) dan Kemudahan (X3) hanya sebesar 88,3 % sedangkan sisanya sebesar 11,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan Secara Simultan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Pada hasil uji F tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,00 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwasannya secara simultan variabel Kepercayaan, Kemudahan dan Kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrianto (2020), Hanum (2023), Rahayu (2022). Akan tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yakni Yuliansyah, A. R. (2022).

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Pada hasil uji t tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,019 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Maka dari itu dengan memiliki Kepercayaan terhadap pelanggan tentunya akan berdampak terhadap Keputusan Bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrianto (2020), Ilmiyah (2020), Hanum (2023), Rahayu (2022). Akan tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yakni Yuliansyah, A. R. (2022).

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Pada hasil uji t tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,002 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Maka dari itu dengan memiliki Keamanan terhadap pelanggan tentunya akan berdampak terhadap Keputusan Bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrianto (2020) dan Hanum (2023). Akan tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yakni Rahayu (2022).

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Pada hasil uji t tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,00 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Maka dari itu dengan memiliki Kemudahan terhadap pelanggan tentunya akan berdampak terhadap Keputusan Bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ilmiyah (2020), dan Hanum (2023). Akan tetapi, berbeda dengan penelitian terdahulu yakni Rahayu (2022).

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4 maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.
3. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.
4. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Variabel penelitian yang terbatas, dimana penelitian ini hanya melihat Kepercayaan Keamanan dan Kemudahan terhadap Keputusan Transaksi Digital pada E-wallet (Studi Pada Mahasiswa

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO).

2. Penelitian ini hanya dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang sehingga hasil penelitian ini hanya digunakan untuk Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
3. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat dikelola berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara online menggunakan google form.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa Saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari dan menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi secara online.
2. Peneliti juga di harapkan dapat menambah populasi yang lebih luas dengan bisa memperoleh hasil yang lebih akurat dan hasil yang didapatkan lebih baik.
3. Dalam penelitian selanjutnya metode pengumpulan data bisa dilanjutkan dengan pemberian kuesioner dan wawancara sehingga data yang dikumpulkan akan lebih akurat.

Referensi

- Antarwiyanti, P. A. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Electronic Loyalty (e-Loyalty) pada Website. JAAI 14 (1): 39-57.
- Arsanti, & Yuliasari. (2018). Personal Factors as Predictors of Intention to Use It. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Astuty, S. (2021). *Memahami dan menghindari penipuan digital*.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Febrianto, Renaldi Bagus. 2020. *Analisis Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di LAZADA.co.id dan Blibli.com (Survei pada mahasiswa STEI Malang Kucecwara)* Jurnal Dinamika Manajemen.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, P., & Dubey, A. 2016. *E-Commerce Study of Privacy, Trust, and Security from Consumer's Perspective. International Journal of Computer Science and Mobile Computing*. 5(6), 224-232.
- Hahn, Fred E. 2002. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Hanum (2023). Pengaruh kepercayaan konsumen, Kemudahan penggunaan dan Keamanan transaksi terhadap Keputusan pembelian online.
- Hardiyanti, Maulina. 2012. *Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Humaira, dan Endra Murti Sagoro. 2018. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen keuangan pada pelaku UMKM setara kerajinan batik kabupaten Bantul.” Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen.
- Ilmiyah, Indra krishernawan. 2020. *Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Marketplace shoppe di Mojokerto*.
- Jatmika, Satia. 1993. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar*. Jurnal e-Proceeding of Management Vol.4, No.1
- Jogiyanto. (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset, Yogyakarta.

- Mayer, John D, et. al. 1995. *Emotional Attention, Clarity and Repair: Exploring Emotional Intelligence Using the Trait Meta-mood Scale*. American Psychological Press.
- Megadewandanu, S., Suyoto, dan Pranowo. 2016. "Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective". International Conference on Science and Technology Computer (ICST).
- Moorman, C., R. Deshpande, & G. Zaltman. 1993. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*. *Journal of Marketing*. 57(1), 81-101.
- Schiffman and Lazar Kanuk. 2000. *Costumer Behavior, Internasional Edition*. Prentice Hall.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Wijoyo, H., Rakhmatulloh, A. R., Dewi, D. I., Haryati, D., Suryanti, Indrawan, I., Irzawati, I. (2021). Dampak Pandemi terhadap Kehidupan Manusia (Ditinjau dari Berbagai Aspek).
- Yousafzai, S.Y, J.G dan Foxall, G.R. 2003. *A Propposed Model of Etrust for Electronic Banking, Technovation*.
- Yuliansyah, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Konsumen dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi OVO.

Kholilur Rohman *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Khalikussabir **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Kartika Rose Rachmadi ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma