



## Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran *Cashless*

*Social, Cultural, Perceived Ease and Merchant Trust on Interest in Using QRIS as a Cashless Payment method*

<sup>1)</sup> Mochamad Aziz, <sup>2)</sup> Zaenal Arifin, <sup>3)</sup> Hwihanus, <sup>4)</sup> Tri Ratnawati

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

\*Email: <sup>1)</sup> [1262300044@surel.untag-sby.ac.id](mailto:1262300044@surel.untag-sby.ac.id), <sup>2)</sup> [1262300040@surel.untag-sby.ac.id](mailto:1262300040@surel.untag-sby.ac.id), <sup>3)</sup> [hwihanus@untag-sby.ac.id](mailto:hwihanus@untag-sby.ac.id), <sup>4)</sup> [triratnawati@untag-sby.ac.id](mailto:triratnawati@untag-sby.ac.id)

\*Correspondence: <sup>1)</sup> Mochamad Aziz

DOI:

10.59141/comserva.v3i10.1162

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh minat penggunaan QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) di pasar tradisional Panji Kabupaten Situbondo. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin terus berkembang sehingga masyarakat harus bisa beradaptasi dengan cepat dengan perubahan tersebut. Salah satu perkembangan yang harus mulai diikuti oleh masyarakat adalah pembayaran secara tunai menjadi non tunai. Hadirnya aplikasi QRIS yang menjadi salah satu cara untuk memudahkan kegiatan transaksi pembayaran dalam kegiatan bisnis. Hal inilah yang kemudian coba diterapkan di pasar panji, dimana penjual dan pembeli diharapkan bisa bertransaksi tidak lagi secara tunai. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan metode incidental dalam pengumpulan sampel dan Regresi Linear Berganda sebagai teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan membawa pengaruh positif dan signifikan dalam penggunaan QRIS di pasar tradisional panji kabupaten Situbondo, hal ini dikarenakan sikap, penerimaan dan budaya masyarakat terhadap penggunaan QRIS cukup baik, meskipun Sebagian masyarakat masih melakukan pembayaran secara tunai dalam setiap transaksinya.

**Kata Kunci:** Sosial, Budaya, Persepsi kemudahan, Kepercayaan, dan QRIS

### ABSTRACT

*This research was conducted with the aim of determining the influence of interest in using QRIS (Quick Response Indonesia Standard) in the Panji traditional market, Situbondo Regency. Technological developments continue to develop day by day so that society must be able to adapt quickly to these changes. One of the developments that society must start to follow is cash payments becoming non-cash. The presence of the QRIS application is one way to facilitate payment transaction activities in business activities. This is what is then tried to be implemented in the pennant market, where sellers and buyers are expected to be able to make transactions no longer in cash. The method used in this research uses the incidental method in sample collection and Multiple Linear Regression as an analysis technique. The results of the research show that it has a positive and significant influence on the use of QRIS (Quick Response Indonesia Standard) in the Panji traditional market in Situbondo district, this is because the community's attitude, acceptance and culture towards the use of QRIS is quite good, although some people still make cash payments in every transaction.*

**Keywords:** Social, Culture, Perception of Convenience, trust and QRIS



---

## PENDAHULUAN

Indonesia pada tahun 2020 memasuki era revolusi industri 4.0, dimana disrupsi teknologi digital menjadi semakin masif (Purba et al., 2021). Menteri Kominfo menyatakan era disrupsi digital menjadikan teknologi informatika dan telekomunikasi sebagai hal yang sangat signifikan tidak dalam kehidupan masyarakat tetapi juga dalam hal perkembangan ekonomi negara (Sinaga & Putri, 2020). Dalam mendukung upaya pemerintah dalam penerapan teknologi digital disemua lini masyarakat, maka Bupati Kabupaten Situbondo mengeluarkan peraturan bupati nomor 42 tahun 2022, tentang Roadmap Reformasi Birokrasi Pemerintah Kabupaten Situbondo Tahun 2022-2026, dimana didalamnya terdapat kegiatan tentang pengembangan budaya kerja dan cara kerja yang adaptif dalam menyongsong era rovolusi industri 4.0. Dengan adanya peraturan tersebut, maka Dinas Pasar memiliki gagasan untuk menerapkan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai di pasar di Situbondo.

Metode pembayaran digital yang cepat dan efisien menjadi salah satu faktor yang membuat masyarakat semakin nyaman dalam bertransaksi, oleh karena itu pada tanggal 17 agustus 2019 Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) resmi meluncurkan QR Code (Natsir et al., 2023) (Karniawati et al., 2021). Namun karena di Indonesia memiliki banyak sistem pembayaran yang 3 berbasis online seperti Gopay, OVO, Dana, LinkAja dan lain sebagainya (Restiti & Amalia, 2021). Maka tiap sistem pembayaran tersebut juga mempunyai QR Code yang berbeda-beda. Infrastruktur sistem pembayaran yang bersifat eksklusif ini, menjadi kurang efisien karena keterbatasan interkoneksi dan interoperabilitas (Aringga, 2023). Agar penggunaan QR Code di era digital ekonomi bisa optimal, pada tanggal 1 Januari 2020 Bank Indonesia (BI) merancang dan menetapkan standarisasi sistem pembayaran QRIS (Sekarsari et al., 2021). Kehadiran QRIS memungkinkan satu QR Code bisa digunakan untuk berbagai aplikasi pembayaran digital yang tersedia di Indonesia (Code, 2022).

QRIS adalah kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sitem Pembayaran Indonesia yang bertujuan untuk mengintegrasikan seluruh metode pembayaran non tunai di Indonesia (Kurniawati, 2022). QRIS diciptakan untuk mempercepat sistem pembayaran non tunai yang aman mendorong efisiensi ekonomi, mempercepat inklusi keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan QRIS dapat digunakan oleh semua kalangan. Penerapan QRIS bertujuan untuk mencapai hal tersebut (Undale et al., 2021). Sistem pembayaran yang aman, efisien, lancar, andal, dan dapat diproses semua transaksi domestik termasuk interkoneksi dan interoperabilitas. Pengembangan QR Code untuk semua lini, bahkan dalam hal opsi pembayaran di pasar tradisional, warung dan kafe (Syahril & Rikumahu, 2019).

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu untuk mempermudah peneliti dalam pengumpulan data, Penelitian yang dilakukan oleh Rangkuti (2021) berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan QRIS dan Kemudahan QRIS Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa UINSU”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemanfaatan QRIS dan kemudahan QRIS berpengaruh signifikan terhadap efisiensi pembayaran digital pada mahasiswa UIN Sumatera Utara. Metode yang digunakan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu Persepsi Kemanfaatan QRIS secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Efisiensi Pembayaran Digital pada Mahasiswa UINSU. Hal ini menunjukkan berbagai kemanfaatan yang ditawarkan oleh QRIS seperti meningkatkan kinerja pekerjaan dapat menjadikan pembayaran digital menjadi efisien. Serta penelitian yang dilakukan oleh Husein et al (2021) berjudul “Pengaruh Promosi dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital OVO Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan

Karawang". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang terhadap promosi, persepsi manfaat dan keputusan pembelian aplikasi dompet digital OVO, untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital OVO pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Metode yang digunakan kuantitatif. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang tentang Promosi yang dilakukan oleh aplikasi dompet digital OVO mendapatkan jawaban setuju, berarti mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang setuju bahwa Promosi yang dilakukan aplikasi dompet digital OVO dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi dompet digital OVO

Penjelasan dari latar belakang di atas, penulis memilih lokasi Pasar di Kecamatan Panji karena di lokasi itu pedagang rata-rata sudah menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran. Oleh sebab itu peneliti ingin tau Pengaruh Sosial, Budaya, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai metode Pembayaran *Cashless* di Pasar Panji Situbondo Jawa Timur. Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah dapat mengetahui cara yang tepat dalam mensosialisasikan QRIS pada masyarakat Situbondo khususnya sebagai metode pembayaran *Cashless* di Pasar Situbondo dan mengetahui apakah sikap, penerimaan dan budaya pedagang di Pasar Panji Situbondo berpengaruh terhadap efektifitas penggunaan QRIS (Yang et al., 2021) (Undale et al., 2021). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman yang lebih baik serta sebagai referensi akademis untuk studi lebih lanjut di program Manajemen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar kajian terkait pemahaman tentang penerapan sistem pembayaran digital QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) khususnya bagi pedagang pasar di Indonesia, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman khususnya pengetahuan tentang sistem pembayaran dengan menggunakan QRIS, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya dan hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan kepada stakeholder sebagai dukungan program pemerintah kepada pedagang di Indonesia.

## **METODE**

Metode pengumpulan sampel pada riset ini memakai metode non *probability* ialah Metode sampling insidental, dimana metode determinasi sampel bersumber pada kebetulan, ialah siapa saja yang dengan cara kebetulan atau insidental berjumpa dengan periset bisa dipakai sebagai sampel, apabila dilihat orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai pangkal informasi. Populasi pedagang di Pasar Panji Situbondo yang menggunakan sistem pembayaran *Cashless* dan sampel 109 responden yang terpilih melalui teknik *purposive* sampling, responden perempuan adalah 58 orang, responden laki-laki berjumlah 51 orang. Analisis data penggunaan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden. Penggunaan analisis regresi untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Lokasi penelitian ini di di pasar tradisional Panji Kabupaten Situbondo. Variabel dalam riset ini terdiri atas variabel bebas serta terikat. Menurut Sugiyono, (2016) penafsiran variabel bebas ialah variabel yang kerap diucap selaku variabel eksitasi, predictor, antecedent. Sebaliknya, variabel terikat kerap diucap selaku variabel output, patokan, konsekuen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Darmawan (2023) dengan responden penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan sistem pembayaran *Cashless* untuk pemesanan hotel. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis online *Google form*. Selama periode pengumpulan data diperoleh 113 responden. Responden penelitian ini adalah pedagang di Pasar Panji Situbondo, yang menggunakan sistem pembayaran *Cashless*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis online *Google form*.

1. Variabel Pengaruh Sosial (PS) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata indikator untuk variabel ini adalah diatas 3 yang mengindikasikan bahwa responden penelitian memberi respon setuju untuk variabel pengaruh sosial. Nilai standar deviasi sebesar 1.55 yang dapat diartikan bahwa penyimpangan datanya sebesar 1.55 dari 109 responden.
2. Variabel budaya memiliki nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata indikator untuk variabel ini adalah dibawah 3 yang mengindikasikan bahwa responden penelitian memberi respon setuju (karena indikator budaya menyajikan unfavorable questions) untuk variabel budaya. Nilai standar deviasi sebesar 1.25 yang dapat diartikan bahwa penyimpangan datanya sebesar 1.25 dari 109 responden.
3. Variabel Persepsi Kemudahan (PK) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata indikator untuk variabel ini adalah diatas 3 yang mengindikasikan bahwa responden penelitian memberi respon setuju untuk variabel persepsi kemudahan. Nilai standar deviasi sebesar 3.02 yang dapat diartikan bahwa penyimpangan datanya sebesar 3.02 dari 109 responden.
4. Variabel Kepercayaan (K) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 5. rata-rata indikator untuk variabel ini adalah diatas 3 yang mengindikasikan bahwa responden penelitian memberi respon setuju untuk variabel kepercayaan. Nilai standar deviasi sebesar 2.09 yang dapat diartikan bahwa penyimpangan datanya sebesar 2.09 dari 109 responden.
5. Variabel Minat Penggunaan (MP) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata indikator untuk variabel ini adalah diatas 3 yang mengindikasikan bahwa responden penelitian memberi respon setuju untuk variabel minat penggunaan. Nilai standar deviasi sebesar 2.17 yang dapat diartikan bahwa penyimpangan datanya sebesar 2.17 dari 109 responden.

### **Pengaruh Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Cashless***

Pengaruh sosial merujuk pada pergantian sikap dari seseorang sebagai akibat dari desakan atau dorongan sosial yang ada disekitar seperti misalnya dari institusi ataupun antar individu (Bailey et al., 2020). Dalam konteks penelitian ini salah satu dampak dari desakan tersebut adalah perubahan pola pikir dari individu untuk berganti menggunakan metode pembayaran *Cashless* guna transaksi pembayaran Di Pasar.

Hasil pengujian statistik mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin besar pengaruh sosial maka semakin besar pula minat untuk menggunakan sistem pembayaran *Cashless*. Pengaruh sosial dapat muncul dalam beragam bentuk salah satunya dorongan dari rekan, keluarga, maupun dari pihak ketiga seperti sosial media influencer misal. Aktor-aktor tersebut adalah pihak yang dekat dengan kehidupan sosial individu di Masyarakat (Ghozali, 2016). Sehingga dalam banyak kasus pengaruh sosial dari mereka akan turut membentuk persepsi

seorang individu yang dalam konteks penelitian ini mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*.

### **Budaya Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Cashless***

Budaya merupakan penilaian seseorang terkait dengan perilaku berbeda yang akan muncul dalam penggunaan teknologi (Sihabudin, 2022). Dalam konteks penelitian ini budaya yang muncul adalah pembelajaran, mencari informasi dan perilaku baru. Hal tersebut merupakan hal yang melekat pada penggunaan teknologi terutama teknologi pembayaran. Dengan adanya budaya baru tersebut pengguna teknologi akan dengan mudah melakukan transaksi jual beli di pasar tanpa harus berpikir untuk mencari uang pecahan untuk pengembalian dan tanpa mempersiapkan struk belanja karena semua sudah ada di online.

### **Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Cashless***

Persepsi kemudahan merujuk pada sejauh mana seorang individu merasa bahwa menggunakan teknologi tidaklah sulit untuk dilakukan. Penelitian ini mengkaji apakah persepsi kemudahan menggunakan teknologi berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless* dalam hal pembayaran hotel. Asumsinya adalah metode pembayaran *Cashless* memberi kemudahan dalam hal transaksi pembayaran karena menghemat waktu, praktis, dan aman bagi pelanggan.

Hasil pengujian statistik mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Sehingga dapat diambil kesimpulan jika semakin seseorang beranggapan bahwa mudah untuk menggunakan metode *Cashless* maka semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan metode tersebut. Maka dari itu menjadi penting untuk membangun fasilitas pembayaran *Cashless* yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna. Hal ini dilakukan untuk menjaga loyalitas pengguna lama atau meningkatkan frekuensi pengguna bagi pengguna baru.

### **Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Cashless***

Kepercayaan merepresentasikan sejauh mana seseorang yakin bahwa pihak lain dapat bertanggung jawab akan suatu hal (Putri et al., 2023). Penelitian ini turut mengkaji apakah kepercayaan kepada penyedia layanan pembayaran secara *Cashless* berpengaruh pada minat mereka untuk menggunakan metode pembayaran tersebut. Hal ini dikarenakan penyedia layanan pembayaran akan menghimpun data-data pribadi dari pelanggannya termasuk jenis transaksi yang mereka lakukan. Hal ini tentunya membutuhkan pertanggungjawaban yang jelas dari penyedia layanan pembayaran *Cashless* yang dalam konteks penelitian ini digunakan untuk keperluan transaksi pembayaran hotel.

Hasil pengujian statistik mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan sistem *Cashless*. Maka dari itu dapat disimpulkan jika semakin tinggi kepercayaan terhadap penyedia layanan pembayaran *Cashless* maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless* tersebut. Maka dari itu menjaga kepercayaan menjadi hal yang krusial bagi penyedia layanan. Upaya untuk menjaga kepercayaan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti misal membangun kredibilitas, menjaga

kerahasiaan dan keamanan data pengguna, serta memberi respon yang tanggap dari keluhan pengguna layanan.

## SIMPULAN

Dari hasil pengujian terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan metode pembayaran *Cashless* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel Pengaruh Sosial (PS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Variabel Persepsi Kemudahan (PK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Variabel Kepercayaan (K) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sistem *Cashless*. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*. Variabel Persepsi Risiko (PR) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan sistem *Cashless*. Persepsi risiko tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan metode pembayaran *Cashless*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aringga, P. A. (2023). *Implementasi Quick Response Indonesian Standard (QRIS) dalam pengembangan financial technology di Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2020). Exploring factors influencing US millennial consumers' use of tap-and-go payment technology. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(2), 143–163.
- Code, M. D. Q. R. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Di Wisata Pantai Selatan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis (JIKB)*, 13(2a), 102–109.
- Darmawan, M. R. (2023). *Pengaruh Sosial, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Metode Pembayaran Cashless Pada Transaksi Pembayaran Di Hotel*.
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2021). Pengaruh promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital ovo pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal for Management Student (JFMS)*, 1(1), 1–9.
- Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community Perception of Using QR Code Payment in Era New Normal. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986–3999.
- Kurniawati, R. P. (2022). *Prosedur Pembayaran Non Tunai Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di UMKM Toko La Rissa Gayungan*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Surabaya.

- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163.
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti, N. (2021). Revolusi industri 4.0: Peran teknologi dalam eksistensi penguasaan bisnis dan implementasinya. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), 91–98.
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228.
- Rangkuti, F. A. V. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan QRIS dan Kemudahan QRIS terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa UINSU*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Restiti, D., & Amalia, R. (2021). Pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang quick response code indonesian standard (QRIS). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 157–173.
- Sekarsari, K. A. D., Sulistyaningrum, C. D., & Subarno, A. (2021). Optimalisasi penerapan quick response code indonesia standard (qris) pada merchant di wilayah surakarta. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 5(2), 42–57.
- Sihabudin, H. A. (2022). *Komunikasi antarbudaya: Satu perspektif multidimensi*. Bumi Aksara.
- Sinaga, E. M. C., & Putri, M. C. (2020). Formulasi Legislasi Perlindungan Data Pribadi dalam Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 237.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam analisis minat perilaku penggunaan e-money pada mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214.
- Undale, S., Kulkarni, A., & Patil, H. (2021). Perceived eWallet security: impact of COVID-19 pandemic. *Vilakshan-XIMB Journal of Management*, 18(1), 89–104.
- Yang, M., Mamun, A. Al, Mohiuddin, M., Nawati, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability*, 13(2), 831.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).