

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN GO-PAY

Wanda Andini¹, Fina Hermalia Putri², Betanika Nila Nirbita³

¹Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi
202165010@student.unsil.ac.id

²Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi
202165011@student.unsil.ac.id

³Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi
betanika@unsil.ac.id

ABSTRACT

Technological developments in Indonesia are currently growing and several benefits can be felt. Some of the newest features have started to appear recently, such as financial technology features. Financial Technology or what is commonly called a payment application has provided many benefits and influences on human life at this time. Recently, many financial technologies have emerged in Indonesia, one of which is Go-Pay. Go-Pay is electronic money used to make transactions and payments on the Go-Jek application. The desired goal is to find out how the use of Go-Pay influences consumer behavior. Go-Pay is the subject of research and the object of this research is consumer behavior. This study uses a qualitative descriptive research method. Data collection techniques use literature review to collect secondary data sourced from the internet, journals, articles and other sources. The results of this study indicate that the use of Go-Pay has an effect on consumer behavior. Because Go-Pay is an online payment tool in the Go-Jek application which is currently in great demand by consumers. Payments using Go-Pay are considered to be faster and more practical so that users reach 71% of Indonesia's population. So that the use of Go-Pay can influence consumer behavior in meeting their needs.

Keyword : *Go-Pay, consumer, payment.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang dan beberapa manfaatnya dapat dirasakan. Beberapa fitur terbaru mulai bermunculan beberapa waktu kebelakang ini, seperti fitur *financial technology*. *Financial Technology* atau yang biasa disebut sebuah aplikasi pembayaran telah memberikan banyak manfaat dan pengaruh terhadap kehidupan manusia pada saat ini. *Financial Technology* merupakan pemanfaatan di bidang teknologi dalam hal keuangan yang bisa memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran. Pada saat ini, selain penggunaan teknologi yang berkembang begitu pesat, perkembangan internet pun berkembang sangat pesat.

Berdasarkan laporan Profil Internet Indonesia 2022 yang diliris oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia atau APJII, belum lama ini, menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia di 2022 dilaporkan mencapai angka 210 juta orang atau sebesar 77,02 persen dari penduduk Indonesia. Adanya peningkatan penggunaan internet oleh penduduk Indonesia menjadi salah satu faktor diciptakannya *Financial Technology*. Hal ini diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah dalam pembayaran dan bertransaksi dalam hal apapun. Menurut Dwiantika (2017), mengutip data Bank Indonesia, nilai transaksi emoney pada tahun 2016 tumbuh sebesar 33,69%

menjadi Rp 7,6 triliun dari tahun sebelumnya Rp 5,28 triliun. (Haidari & Tileng, 2018) Layanan ini bisa digunakan jika sudah tersambung dengan internet yang bisa diakses melalui *smartphone*, sehingga pada penggunaan layanan ini bisa dilakukan secara mudah dan cepat. Di Indonesia belakangan ini sudah banyak bermunculan *financial technology*, salah satunya adalah Go-Pay.

Pertumbuhan masyarakat non tunai di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan dalam 3 tahun terakhir. Itu membuat Go-Pay sebagai pelopor dompet digital Indonesia harus bersaing dengan kompetitor untuk mendapatkan niat pembelian kembali pelanggan. (Fiona & Hidayat, 2020) Go-Pay merupakan uang elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi dan pembayaran di aplikasi Go-Jek. Go-Pay ini bisa digunakan untuk beberapa layanan dalam aplikasi Go-Jek. Seperti untuk membayar *delivery* makanan atau yang biasa dikenal dengan Go-Food. Go-Bills yang digunakan untuk membayar PLN, BPJS, Voucher Google Play, PDAM, Games Voucher, TV kabel & Internet, Gas PGN, dan lainnya, bisa juga digunakan untuk pembayaran Go-Ride, Go-Car, dan Go-Bluebird yang merupakan kendaraan yang bisa digunakan untuk mengantar ke semua tempat, Go-Tix yang digunakan untuk pembelian tiket nonton bioskop, Go-Life

yang terdiri dari Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, dan Go-Glam merupakan penyedia jasa layanan profesional dalam membantu pekerjaan. Selain itu, Go-Pay bisa digunakan untuk Go-Send yang merupakan jasa pengiriman barang, Go-Deals yang digunakan untuk membeli voucher-voucher, GoShop, Go-Pulsa, Go-Med, Go-Fix, Go-Auto, Go-Box, dan fitur lainnya. Kemudahan pengisian saldo Go-Pay yang bisa dilakukan di Bank, gerai Alfamart dan Indomart atau dengan pulsa, membuat Go-Pay banyak digunakan dan diminati oleh kalangan muda.

Kemunculan Go-Pay ini akan berdampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen itu memilih, membeli, menggunakan, barang jasa atau ide untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan mereka. Gaya hidup, kondisi ekonomi dan *value* menjadi salah satu faktor terhadap penggunaan Go-Pay. Dengan mudahnya akses teknologi dan akses internet yang dirasakan oleh penduduk Indonesia ini, membuat gaya hidup penduduk Indonesia ini semakin tinggi atau cenderung konsumtif, contohnya dengan penggunaan aplikasi Go-Pay ini yang bisa mengakses seluruh kebutuhan masyarakat.

Kondisi ekonomi penduduk di Indonesia berbeda-beda sesuai dengan pendapatannya masing-masing. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka ia akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya,

serta akan lebih sering memanfaatkan aplikasi pembayaran online yang digunakan untuk bertransaksi. *Value* atau yang biasa disebut dengan manfaat yang didapatkan saat kita menggunakan aplikasi pembayaran online yaitu Go-Pay adalah kita akan lebih mudah untuk melakukan transaksi, selain itu dengan pembayaran melalui Go-Pay ada beberapa *cashback* dan promosi yang didapatkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Studi Literatur dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan kajian kepustakaan (*library research*) yang berusaha menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay. Data dikumpulkan dari objek penelitian yang memberikan informasi dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Jenis data yang digunakan merupakan data kualitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, sebab data telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh peneliti untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Pada penelitian studi literatur ini penulis menggunakan berbagai sumber tertulis seperti artikel, jurnal dan dokumen-dokumen yang relevan dengan kajian dalam penelitian ini. (Surani, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Go-Pay merupakan sebuah uang elektronik atau dompet digital yang biasa digunakan untuk bertransaksi secara online. (Kotler & Amstrong, 2002) Go-Pay ini tersedia dalam aplikasi Go-Jek. Tidak hanya digunakan untuk kebutuhan dalam aplikasi Go-Jek seperti Go-Ride, Go-Food dan Go-Car. Go-Pay sendiri bisa digunakan untuk semua akses layanan yang ada di dalam aplikasi Go-Jek tersebut. Beberapa layanan dalam aplikasi Go-Jek antara lain Go-Bills yang digunakan untuk membayar PLN, BPJS, Voucher Google Play, PDAM, Games Voucher, TV kabel & Internet, Gas PGN, dan lainnya, bisa juga digunakan untuk pembayaran Go-Ride, Go-Car, dan Go-Bluebird yang merupakan kendaraan yang bisa digunakan untuk mengantar ke semua tempat, Go-Tix yang digunakan untuk pembelian tiket nonton bioskop, Go-Life yang terdiri dari Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, dan Go-Glam merupakan penyedia jasa layanan profesional dalam membantu pekerjaan. Selain itu, Go-Pay bisa digunakan untuk Go-Send yang merupakan jasa pengiriman barang, Go-Deals yang digunakan untuk membeli voucher-voucher, GoShop, Go-Pulsa, Go-Med, Go-Fix, Go-Auto, Go-Box, dan fitur lainnya. Kemudahan pengisian saldo Go-Pay yang bisa dilakukan di Bank, gerai Alfamart dan Indomart atau dengan pulsa, membuat Go-Pay banyak digunakan dan diminati oleh kalangan muda.

Selain kemudahan untuk pengisian saldo, kemudahan untuk mengaplikasikan Go-Pay pun menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk menggunakannya. Menurut survei Insight Asia pengguna Go-Pay mencapai 71% dan dikategorikan sebagai dompet digital paling laris. Dilihat dari angka pengguna Go-Pay yang sangat tinggi itu membuat Go-Pay ini cenderung memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku konsumen. (Utami et al., 2021). Perilaku konsumen adalah suatu aktivitas seseorang dalam memilih, membeli dan menggunakan suatu barang atau jasa guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Perilaku konsumen inilah yang nantinya mendasari seseorang untuk mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Dalam hal ini, Go-Pay salah satu *financial teknologi* berupa aplikasi yang digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu system pembayaran di Indonesia.

Go-Pay tersedia dalam layanan aplikasi Go-Jek dan menjadi dompet digital untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Dalam perkembangan teknologi saat ini Go-Pay menjadi aplikasi yang sering digunakan masyarakat, terlebih selama pandemic yang menyebabkan masyarakat Indonesia lebih sering melakukan transaksi secara online dan menggunakan system pembayaran Go-Pay. Selain itu, Go-Pay juga sangat bermanfaat bagi para konsumen dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti pekerjaan lebih

mudah, bekerja lebih cepat, memberi lebih banyak manfaat, memberikan rasa aman, dan meningkatkan efisiensi. Dapat dikatakan bahwa seseorang akan memutuskan untuk melakukan suatu perilaku tertentu apabila ia memiliki pengalaman positif melakukan perilaku tersebut di masa lalu dan perilaku tersebut didukung oleh orang-orang yang ada di lingkungannya. Para pengguna akan menggunakan pembayaran seluler dengan mudah dan efisien jika memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang alat yang mereka lakukan untuk pembayaran mobile. (Cania, 2018) Sama halnya dengan penggunaan Go-Pay, pelanggan maupun pengemudi Go-Jek akan menggunakan Go-Pay dengan lebih mudah dan lebih cepat jika memiliki pengetahuan produk Go-Pay yang tinggi. (Tony Sitinjak, 2019).

Hasil analisa faktor budaya terhadap penggunaan Go-Pay

Finansial teknologi membawa banyak perubahan terhadap system pembayaran atau kegiatan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Semakin berkembangnya teknologi membawa banyak pembaharuan terhadap system pembayaran. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan banyak menciptakan dompet digital melalui penciptaan aplikasi agar memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Salah satu dompet digital yang sering digunakan masyarakat dalam melakukan transaksi yaitu Go-Pay, Go-Pay

ini berasal dari aplikasi Go-Jek yang digunakan untuk bertansaksi. Dalam penggunaan Go-Pay ini konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya yang menjadi pertimbangan dalam penggunaan dompet digital tersebut. (Elva Yolanda & Faisal Abdullah, 2021) Faktor budaya tersebut berpengaruh terhadap penggunaan Go-Pay dikarenakan nilai dasar yang diterapkan dalam aplikasi ini harus sesuai dengan budaya di masyarakat. Go-Pay dalam sistem kegiatan kerja telah menerapkan nilai dasar budaya yang terdapat di masyarakat, dimana nilai dasar tersebut mencakup nilai kejujuran, nilai patriotisme, nilai kompetitif, dan nilai kerja sama. Go-Pay tidak menerapkan sistem bunga atau biaya lainnya yang bisa merugikan konsumen, sehingga konsumen bisa tetap merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan Go-Pay.

Dalam faktor kebudayaan lainnya juga, penggunaan aplikasi Go-Pay ini bisa digunakan oleh siapapun. Go-Pay diciptakan di Indonesia untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Sehingga, penggunaan Go-Pay ini tidak membedakan antar kebangsaan, agama, kelompok, ras ataupun letak geografisnya. Tetapi, masih banyak kebudayaan di setiap daerah yang masih kental dengan adat istiadat yang melarang masyarakatnya untuk menggunakan teknologi, sehingga sebagian masyarakat yang ras atau adat kebudayaannya masih kental mereka tidak dikenalkan lebih jauh

dengan penggunaan system pembayaran Go-Pay ini. (Nurrohyani & Sihaloho, 2020) Letak geografis pun mempengaruhi penggunaan Go-Pay ini, contohnya masyarakat yang tinggal di daerah pedalaman yang akses internetnya tidak bisa di jangkau. Sehingga, mereka belum bisa mengenal pembayaran Go-Pay ini.

Kelas sosial di masyarakat menjadi penunjang faktor budaya yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay. Masih banyak masyarakat yang memiliki tingkat strata yang berbeda, dalam hal ini masyarakat masih membandingkan system pembayaran yang digunakan sesuai dengan kebudayaan yang terdapat di sekitar lingkungannya. (Hidayat, 2017) Contoh strata yang berbeda dari masyarakat yaitu sebagian masyarakat kurang percaya dengan system pembayaran Go-Pay ini dan memilih sistem pembayaran lain yang lebih terpercaya dan sesuai dengan kebudayaan sekitar mereka.

Hasil analisa faktor sosial terhadap penggunaan Go-Pay

Masyarakat dalam melakukan kegiatan perekonomiannya selalu melibatkan transaksi antar penjual dan pembeli. Interaksi tersebut dilakukan secara langsung sehingga ada interaksi sosial di dalam hal. Berbeda halnya dengan transaksi di Go-Pay, masyarakat menggunakan aplikasi Go-Pay terkadang dilakukan tidak secara langsung. Hal ini dikarenakan kompetensi digital Go-Pay ini bisa dilakukan

dimana saja dan kapan saja, sehingga konsumen bisa menggunakan Go-Pay ini tanpa interaksi tatap muka langsung. Faktor sosial kelompok disini, konsumen menggunakan Go-Pay dengan tujuan untuk mempermudah transaksi. (Narastri, 2020). Dalam faktor sosial kelompok ini bisa diketahui dengan penggunaan aplikasi Go-Jek yang digunakan untuk melakukan pembayaran, sehingga memudahkan kedua belah pihak. Dimana pihak konsumen tidak perlu mengeluarkan uang tunai dan pihak driver Go-Jek tidak perlu mengeluarkan pengembalian. Sistem pembayaran Go-Jek ini juga bisa digunakan untuk system transfer. Sehingga, dengan adanya Go-Pay masyarakat bisa dengan mudah transfer antar teman atau keluarga jika terkendala jarak atau uang tunai.

Dalam faktor sosial ini juga dapat dipengaruhi oleh keluarga, peran dan status. Dimana aplikasi Go-Pay dalam penggunaannya sering dipengaruhi oleh lingkungan keluarga atau peran dalam lingkungannya, seperti konsumen dalam keseharian dalam menggunakan produk mengikuti lingkungannya, ataupun peran konsumen itu sendiri dalam keluarganya. (I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, 2020) Sehingga penggunaan Go-Pay dalam suatu lingkungan masyarakat tergantung terhadap penggunaan konsumen itu sendiri. Juga lingkungan kebudayaan konsumen itu mendukung terhadap penggunaan Go-Pay, maka lingkungan sekitarnya akan mengikuti penggunaan sistem transaksi itu sendiri.

Kemudian jika dilihat dari peran atau status konsumen itu sendiri bisa berpengaruh terhadap tingkat penggunaan Go-Pay di lingkungan sekitar. Jika peran konsumen tersebut bisa membawa lingkungannya untuk menggunakan dompet digital Go-Pay maka lingkungannya pun akan ikut terpengaruh terhadap penggunaan system pembayaran digital tersebut.

Hasil analisa faktor pribadi terhadap penggunaan Go-Pay

Faktor pribadi juga menjadi salah hal yang diperhatikan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk atau jasa. Faktor pribadi tersebut meliputi usia dan tahapan dalam siklus hidup, situasi ekonomi, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian. Usia dalam penggunaan Go-Pay ini mayoritas tingkat remaja, yaitu 12 tahun hingga usia dewasa. Dimana sistem pembayaran ini hanya digunakan oleh tingkat remaja yang paham terhadap teknologi zama sekarang, sehingga tidak disalahgunakan untuk hal negative. Konsumen yang memiliki pekerjaan serta penghasilan atau dimana kondisi ekonomi konsumen yang stabil akan mempengaruhi penggunaan Go-Pay. Biasanya para konsumen yang memiliki pendapatan yang tetap cenderung bisa memenuhi kebutuhannya secara cepat, serta biasanya mereka bisa lebih sering menggunakan teknologi atau internet dalam melakukan kegiatan pekerjaannya.

Dari konsumen yang memiliki pekerjaan atau pendapatan yang tetap maka akan mempengaruhi gaya hidup konsumen tersebut. Dalam penggunaan Go-Pay ini dapat mempengaruhi gaya hidup konsumen, dimana konsumen akan lebih konsumtif. Hal ini dikarenakan penggunaan Go-Pay ini bisa memudahkan konsumen dalam bertansaksi dan memudahkan kegiatan ekonomi sehari hari. Dari gaya hidup yang lebih konsumtif bisa membawa pengaruh terhadap kepribadian konsumen sendiri, dimana konsumen tidak sering melakukan interaksi dengan yang lain karena dalam penggunaan Go-Pay ini konsumen menggunakan internet dan aplikasi. Sehingga akan jarang adanya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. Terutama dalam situasi pandemik yang dibutuhkan masyarakat dalam sitem kegiatan ekonomi, karena tidak perlu adaanya interaksi secara langsung.

Hassil analisa faktor Psikologis terhadap penggunaan Go-Pay

Penggunaan pembayaran Go-Pay ini dipengaruhi juga oleh faktor psikologis, dimana faktor psikologis ini juga terdapat beberapa hal yang mempengaruhi nya yaitu motivasi, presepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Seiring perkembangan tekonologi membuat konsumen memunculkan *financial teknologi (Fintech)*. Fintech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang akhirnya merubah model bisnis dari konvensional menjadi model

bisnis moderat. Hasil dari adanya financial teknologi ini yaitu adanya system pembayaran Go-Pay. Go-Pay merupakan system pembayaran yang bisa di akses melalui aplikasi Go-Jek. Perkembangan teknologi yang pesat membawa konsumen lebih termotivasi untuk melakukan banyak perkembangan terhadap sistem aplikasi pembayaran online yang memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi ekonominya. Semakin berkembangnya finansial teknologi ini juga bisa mengubah persepsi konsumen untuk melakukan kegiatan sehari-harinya secara mudah dan cepat. Sehingga, hal ini juga bisa memicu para pengusaha untuk lebih berkreaitivitas dalam menciptakan suatu aplikasi pembayaran yang memudahkan masyarakat. Sehingga, untuk kedepannya masyarakat bisa lebih banyak bertansaksi secara online.

KESIMPULAN

Go-Pay sistem pembayaran yang digunakan untuk berat transaksi secara online. Go-Pay ini bisa diakses melalui aplikasi Go-Jek. Go-Pay ini bisa dilakukan bukan hanya dalam aplikasi Go-Jeknya tetapi juga untuk kebutuhan aplikasi seperti Go-Ride Go-Food dan Go-Car. Go-Pay juga digunakan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari untuk pembayaran seperti pembayaran listrik, BPJS, voucher, pulsa ataupun pembayaran lainnya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap penggunaan Go-Pay yaitu :

1. Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Di mana dari faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat penggunaan konsumen terhadap Go-Pay. Dalam faktor budaya Go-Pay harus sesuai dengan nilai dasar budaya yang ada di masyarakat hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat Indonesia yang memegang ras adat dan istiadat yang kuat sehingga masyarakat tidak diperbolehkan untuk mengenal teknologi lebih jauh.
2. Faktor sosial di mana konsumen tidak perlu melakukan kegiatan transaksi secara langsung tetapi Go-Pay juga membantu interaksi sosial antara masyarakat seperti melakukan transfer atau pembayaran online lainnya.
3. Faktor pribadi. Faktor pribadi ini menunjang terhadap keberhasilan penggunaan Go-Pay karena dipengaruhi oleh usia dan tahapan dalam siklus hidup serta situasi ekonomi atau pekerjaan dan gaya kehidupan pribadi dari setiap konsumen. jika pekerjaan konsumen mendapatkan pendapatan yang tetap dan bisa mempengaruhi gaya hidup yang lebih konsumtif dan mempengaruhi kepribadian konsumen tersendiri. Sehingga dari adanya gaya hidup yang lebih konsumtif itu akan mengurangi interaksi antara penjual dan pembeli.
4. Faktor psikologis yang mempengaruhi tingkat penggunaan Go-Pay. Masyarakat harus lebih berkreaitivitas

dalam menggunakan teknologi untuk zaman sekarang, hal ini dikarenakan setiap kegiatan masyarakat sehari-hari lebih sering menggunakan teknologi seperti dalam kegiatan finansialnya. Hal ini juga bisa dicontohkan dengan adanya sistem pembayaran Go-Pay, perusahaan Go-Jek menciptakan pembayaran Go-Pay untuk memudahkan konsumen dan driver dalam bertransaksi, bukan hanya itu perusahaan Go-Jek juga menciptakan Go-Pay untuk memudahkan masyarakat dalam sistem pembayaran lainnya. Sehingga perusahaan lain pun harus lebih berkeaktivitas dalam menciptakan aplikasi online untuk membantu masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya.

REFERENSI

- Cania, S. C. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek. *Akuntansi*, 19–20. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7989>
- Elva Yolanda, R., & Faisal Abdullah, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Go-Pay Selama Pandemi. *Journal of Financial Economics & Investment*, 1(1), 59–70.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Hidayat, zubaidah hanum & sahral. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(4), 514–532.
- Kotler & Amstrong. (2002). *Perilaku Konsumen Dan Manajemen Pemasaran*. 1–476.
- Narastri, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170. <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>
- Nurrohyan, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764>
- Surani, D. (2019). Studi literatur: Peran teknolog pendidikan dalam pendidikan 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 2(1), 456–469.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Utami, I. W., Duta, U., & Surakarta, B. (2021). *Konsumen perilaku konsumen indah wahyu utami* (Issue June).