

## MENGUKUR PENGARUH KEMUDAHAN DAN KENYAMANAN DALAM MENDORONG NIAT PENGGUNAAN ULANG PEMBAYARAN DIGITAL DI PROVINSI BALI

Dwi Ayu Putri Pradyandari<sup>1\*</sup>, GN Joko Adinegara<sup>2</sup>

Program Magister Manajemen, Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan dan Humaniora, Universitas Dhyana PuraBali, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [24311601007@undhirabali.ac.id](mailto:24311601007@undhirabali.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan Ulang yang dimediasi oleh Kenyamanan Dirasakan dalam penggunaan digital payment oleh masyarakat di Provinsi Bali. Dengan menggunakan desain deskriptif kuantitatif dan pendekatan asosiatif, penelitian ini melibatkan 178 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Responden terdiri dari pengguna digital payment berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Bali, dan telah menggunakan layanan tersebut setidaknya dua kali dalam sebulan terakhir. Pengujian data dilakukan dengan metode Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kenyamanan Dirasakan, yang pada gilirannya memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Niat Penggunaan Ulang. Nilai koefisien jalur untuk pengaruh mediasi menunjukkan adanya Complementary (partial mediation), yang berarti Kenyamanan Dirasakan berperan penting dalam mendorong niat pengguna untuk tetap menggunakan digital payment. Penelitian ini juga menemukan bahwa adopsi digital payment di Bali terus tumbuh, meskipun tantangan berupa kesenjangan digital di beberapa wilayah masih perlu diatasi. Kesimpulannya, peningkatan literasi digital dan akses internet yang merata diperlukan agar seluruh masyarakat dapat merasakan manfaat inklusi keuangan dari digital payment.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan dirasakan, niat penggunaan ulang, digital payment, Bali

### 1. Pendahuluan

Kemajuan Financial Technology (*FinTech*), khususnya dalam bentuk *Digital Payment Systems*, memberikan kemudahan dan kenyamanan signifikan yang mendorong minat penggunaan ulang (*reuse intention*) oleh konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* merupakan faktor penting yang meningkatkan niat pengguna untuk terus memanfaatkan teknologi ini. Rezaei dan Amin (2015) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan kembali, terutama bila aplikasi dirasakan mudah dioperasikan dan praktis.

Selain itu, *perceived enjoyment* menjadi mediator penting, di mana kesenangan yang dirasakan pengguna saat bertransaksi memengaruhi keinginan mereka untuk terus menggunakan layanan digital ini (Chin & Ahmad, 2015). *FinTech* juga memiliki dampak luas terhadap perekonomian, seperti meningkatkan efisiensi,

keamanan, serta mengurangi penggunaan uang tunai, yang relevan selama pandemi karena mengurangi risiko penularan penyakit (Widyaningtyas, 2022). Namun, tantangan kesenjangan digital di Indonesia, khususnya pada akses dan keterampilan di wilayah rural, membatasi potensi manfaat ini (Valdez & Javier, 2020; Onitsuka et al., 2018).

Kesenjangan tersebut mengindikasikan bahwa adopsi teknologi keuangan tidak merata, menghambat kemajuan ekonomi digital. Data dari International Telecommunication Union (ITU, 2020) mengungkapkan bahwa keterampilan digital masyarakat yang terbatas menjadi kendala bagi optimalisasi *FinTech*, mengingat hanya sebagian kecil yang memiliki kemampuan tingkat lanjut. Dengan demikian, upaya meningkatkan akses dan keterampilan digital menjadi krusial agar masyarakat dapat sepenuhnya merasakan manfaat *FinTech*, mempercepat inklusi keuangan, dan memperkuat ekonomi digital di Indonesia.

Berbagai negara di dunia telah mengimplementasikan inisiatif untuk mengurangi kesenjangan digital dan meningkatkan keterampilan digital masyarakat. Misalnya, India meluncurkan Digital India Campaign untuk memperluas konektivitas internet dan meningkatkan kapabilitas digital (Mohanta, Debasish, & Nanda, 2017). Di AS, program *The Community Technology Center* dan *The Neighborhood Networks* bertujuan untuk meningkatkan akses digital, sementara ASEAN menginisiasi ASEAN ICT *Masterplan* 2016–2020 guna membangun ekonomi digital yang terintegrasi di Asia Tenggara (ASEAN, 2020).

Inisiatif ini relevan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) PBB dalam modernisasi pedesaan melalui teknologi digital. Indonesia memiliki potensi besar dalam ekonomi digital, dengan nilai USD 70 miliar pada 2021 yang diperkirakan meningkat menjadi USD 146 miliar pada 2022 (Kementerian Keuangan, 2022). Namun, daya saing digital Indonesia masih tertinggal, berada di peringkat 53 dari 64 negara menurut IMD *World Digital Competitiveness Ranking* 2021. Kendala jaringan internet yang tidak stabil juga masih dirasakan oleh sebagian besar masyarakat (Katadata & Kominfo, 2021). Di sisi lain, adopsi pembayaran digital terus tumbuh seiring dengan integrasi perangkat seluler dan perbankan, menciptakan ekosistem pembayaran digital seperti *mobile payment* (Sharma et al., 2018; Ariffin et al., 2021).

Pembayaran digital ini mempermudah transaksi melalui *smartphone* dan menjadikan pembayaran tanpa uang tunai lebih populer, terutama di kalangan muda, termasuk mahasiswa (Arifin & Wahyuhastuti, 2022). Berbagai studi menunjukkan bahwa *digital payment* menawarkan kenyamanan dan efisiensi yang tinggi, terutama dengan pemanfaatan internet dan perangkat seluler yang semakin meluas (Kalinić et al., 2021; Sarkar et al., 2020).

Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa pengguna *digital payment* meningkat pesat, tumbuh 122,89% antara 2017 hingga 2021, dengan peningkatan signifikan pada 2021 yang mencapai 305,435 juta pengguna. Hal ini mencerminkan ketertarikan konsumen terhadap kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan layanan ini, memungkinkan mereka melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja (Bezhovski, 2016). Kemudahan dan fleksibilitas ini menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan yang semakin tinggi (Coopers, 2019; Suryanto & Muhyi, 2022).

Untuk mempertahankan penggunaan yang berkelanjutan, diperlukan literasi yang memadai terkait layanan dan manfaat digital payment, serta pengelolaan

kepercayaan dan kepuasan konsumen. Jika pengalaman pengguna tidak memenuhi harapan, mereka cenderung meninggalkan layanan ini, yang dapat menurunkan loyalitas terhadap *digital payment* (Nguyen et al., 2017; Franque et al., 2021). Perkembangan *FinTech* di Indonesia juga memicu perusahaan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan demi menghadapi persaingan, sementara regulasi pemerintah diperlukan untuk melindungi konsumen (Widyaningtyas, 2022).

Perubahan ini juga tercermin pada tren perbankan di Bali, di mana transaksi melalui ATM turun 3,3% pada 2022 dibandingkan 2021, sedangkan transaksi melalui *mobile banking* meningkat signifikan dari 17,49% pada 2019 menjadi 28,05% pada 2021. Penggunaan layanan digital lainnya, seperti Internet Banking dan QRIS, juga mulai bertumbuh meskipun masih rendah dibandingkan *mobile banking* (Bisnis.com, 2022).

Fenomena adopsi *digital payment* di Bali menunjukkan pergeseran signifikan dari metode pembayaran konvensional menuju pembayaran digital, terutama seiring dengan penetrasi *smartphone* dan internet yang semakin luas. Tingginya adopsi *mobile banking* di Bali mencerminkan perubahan perilaku masyarakat yang semakin nyaman bertransaksi secara digital. Data menunjukkan penurunan penggunaan ATM secara bertahap di Bali, menandakan transisi preferensi masyarakat ke arah teknologi pembayaran yang lebih efisien dan nyaman.

Namun, di tengah pertumbuhan ini, tantangan kesenjangan digital masih hadir, terutama di wilayah rural yang terbatas akses terhadap jaringan internet berkualitas. Hal ini menjadi penghambat bagi beberapa kelompok masyarakat untuk secara penuh mengadopsi teknologi pembayaran digital. Mengingat daya tarik *digital payment* dalam hal fleksibilitas dan keamanan, peningkatan literasi digital dan akses internet di Bali menjadi krusial agar seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat teknologi ini.

Peningkatan kesadaran, literasi digital, dan upaya pemerintah untuk menyediakan infrastruktur telekomunikasi yang lebih merata dapat mempercepat adopsi *digital payment* secara luas, yang selanjutnya mendukung inklusi keuangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Bali. Inisiatif regulasi dari pemerintah daerah untuk mengawasi *FinTech* dan mendorong kerjasama dengan penyedia layanan telekomunikasi juga akan membantu menjembatani kesenjangan akses digital di wilayah ini, memastikan bahwa manfaat transformasi digital dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat di Bali.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menganalisis hubungan antara dampak kemudahan dan kenyamanan dirasakan terhadap niat penggunaan ulang pembayaran digital pada pengguna digital payment di Provinsi Bali. Sampel diambil menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pengguna yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Bali, dan telah menggunakan *digital payment* setidaknya dua kali dalam sebulan terakhir.

Jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden dalam penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2014), yang merekomendasikan sampel antara 100 hingga 200. Penelitian ini melibatkan 178 responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan, sehingga

memberikan data yang memadai untuk analisis dalam menguji hubungan antar variabel menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dengan *respon rate* sebesar 89%.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### A. Outer Model

Evaluasi outer model dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan tiga kriteria utama: *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

- 1) *Convergent validity* variabel penelitian ini diuji berdasarkan nilai *outer loading* setiap indikator, sesuai dengan rekomendasi Hair et al. (2014), yang menetapkan bahwa nilai *loading* di atas 0,50 menunjukkan validitas konvergen yang memadai, dan nilai di atas 0,70 dianggap sangat baik.

Tabel 1. *Convergent Validity*

Indikator	Kenyamanan Dirasakan (M)	Niat Penggunaan Ulang (Y)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)
M_01	0,859		
M_02	0,805		
M_03	0,864		
X_01			0,809
X_02			0,812
X_03			0,807
X_04			0,809
Y_02		0,852	
Y_03		0,878	
Y_01		0,863	

Dalam penelitian ini, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki validitas konvergen yang baik dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel-variabel penelitian.

- 2) *Discriminant validity* dalam penelitian ini diuji menggunakan Fornell-Larcker criterion, sesuai dengan panduan Hair et al. (2014). Metode ini menyatakan bahwa *discriminant validity* dianggap tercapai jika nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap variabel laten lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lainnya dalam model. Dengan demikian, jika nilai AVE dari variabel penelitian lebih tinggi daripada korelasi variabel lain, ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari variabel lain, dan *discriminant validity* dapat dinyatakan terpenuhi.

Tabel 2. *Discriminant Validity*

Variabel	Kenyamanan Dirasakan (M)	Niat Penggunaan Ulang (Y)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)
Kenyamanan Dirasakan (M)	0,843		
Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,709	0,864	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)	0,728	0,693	0,809

Hasil Fornell-Larcker Criterion menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini lainnya. Nilai akar AVE untuk Kenyamanan Dirasakan memiliki discriminant validity yang baik, ditunjukkan dengan nilai akar AVE yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan variabel laten (M), Niat Penggunaan Ulang (Y), dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) masing-masing sebesar 0,843, 0,864, dan 0,809, yang lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap variabel laten dalam model ini bersifat unik dan berbeda, sesuai dengan kriteria Fornell-Larcker untuk discriminant validity.

- 3) *Composite reliability* diuji dalam penelitian ini untuk memastikan konsistensi internal setiap variabel laten, mengacu pada rekomendasi Hair et al. (2014). Hair et al, menyarankan bahwa nilai composite reliability yang memadai harus berada di atas 0,70 untuk menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan nilai di atas 0,80 dianggap sangat baik.

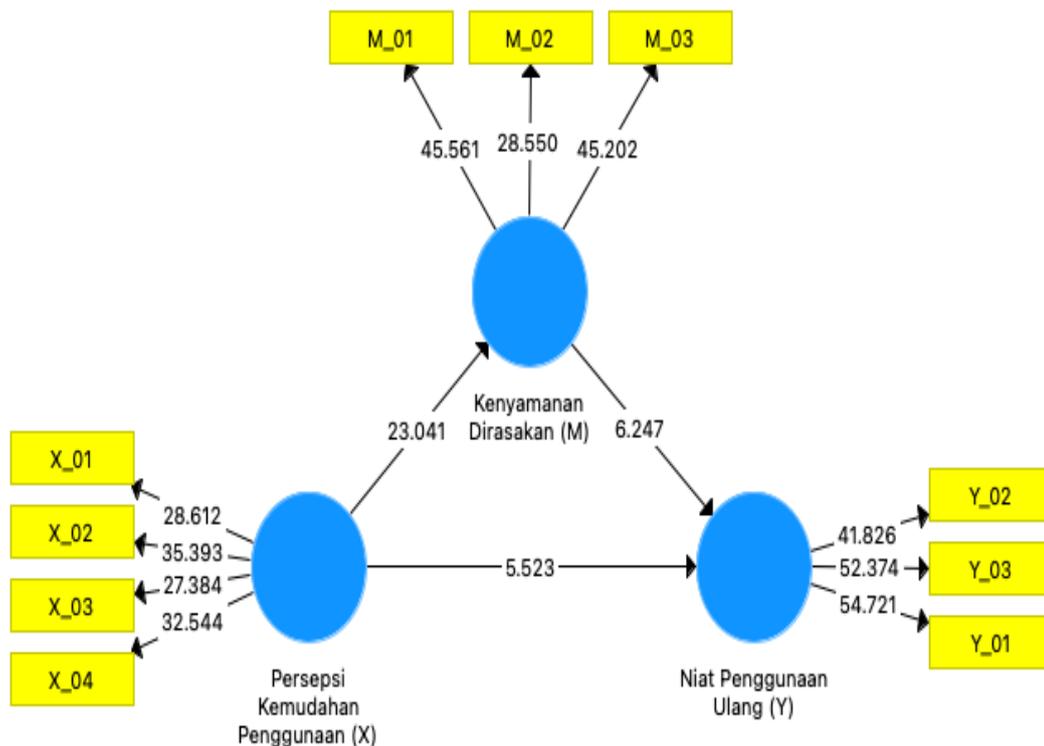
Tabel 3. *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kenyamanan Dirasakan (M)	0,796	0,880
Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,831	0,899
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)	0,824	0,883

Dalam penelitian ini, semua variabel laten memiliki nilai composite reliability di atas 0,70, menunjukkan bahwa indikator-indikator untuk setiap variabel dapat diandalkan dalam mengukur variabel laten yang dimaksud dengan konsistensi tinggi.

## B. *Outer Model*

Analisis inner model digunakan untuk memperkirakan hubungan sebab-akibat antara konstruk, yang dilakukan menggunakan Smart PLS dan disajikan dalam diagram pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Analisis Inner Model (Model Struktural)

Gambar 1, menunjukkan hasil analisis inner model melalui nilai R square ( $R^2$ ). Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel, nilai signifikansi, dan R-square pada variabel endogen. R-square digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, menunjukkan kekuatan pengaruh substantif. Hasil estimasi R-square dapat dilihat pada Tabel 4 menggunakan Smart PLS:

Tabel 4. Nilai R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kenyamanan Dirasakan (M)	0,530	0,527
Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,569	0,564

Nilai R Square sebesar 0,530 untuk variabel Kenyamanan Dirasakan (M) menunjukkan bahwa 53% variabilitas dalam kenyamanan dirasakan dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model. Sementara itu, R Square sebesar 0,569 untuk variabel Niat Penggunaan Ulang (Y) menunjukkan bahwa 56,9% variabilitas dalam niat penggunaan ulang dijelaskan oleh variabel eksogen. Kedua nilai ini mengindikasikan pengaruh yang cukup kuat dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model.

Tabel 5. Hasil Pengujian

Konstruk	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
<b>Pengaruh Langsung</b>				
Kenyamanan Dirasakan (M) -> Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,435	6,247	0,000	Diterima
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) -> Kenyamanan Dirasakan (M)	0,728	23,041	0,000	Diterima
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) -> Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,376	5,523	0,000	Diterima
<b>Pengaruh Tidak Langsung</b>				
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) -> Kenyamanan Dirasakan (M) -> Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,316	5,867	0,000	Diterima
P1) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) -> Kenyamanan Dirasakan (M)	0,728	23,041	0,000	
P2) Kenyamanan Dirasakan (M) -> Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,413	3,687	0,000	<i>Partial Mediation (Complementary)</i>
P3) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X) -> Niat Penggunaan Ulang (Y)	0,435	6,247	0,000	

Hasil pengujian pengaruh langsung dilakukan dengan menggunakan t-statistics. Apabila nilai t-statistics  $\geq$  nilai t-tabel (1,96), maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_1$  penelitian diterima. Metode pengujian variabel mediasi (Hair et al., 2019:249) digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji path coefficients menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kenyamanan Dirasakan, dengan nilai koefisien sebesar 0,728 dan nilai t-statistik 23,041, signifikan pada  $\alpha = 0,000$ . Demikian pula, Persepsi Kemudahan Penggunaan juga berpengaruh positif terhadap Kenyamanan Dirasakan, dengan nilai koefisien sebesar 0,413 dan nilai t-statistik 3,687, signifikan pada  $\alpha = 0,000$ .

Selanjutnya, Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat Penggunaan Ulang, dengan nilai koefisien sebesar 0,435 dan nilai t-statistik 6,247, signifikan pada  $\alpha = 0,000$ . Hasil pengujian mediasi uji koefisien jalur pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan Ulang yang dimediasi oleh Kenyamanan Dirasakan menunjukkan adanya pengaruh positif, dengan nilai koefisien sebesar 0,728 dan nilai t-statistik 23,041, melebihi nilai kritis 1,96, sehingga dinyatakan Complementary (partial mediation) menurut Hair Jr et al. (2019:250). Dengan demikian, peran mediasi dari Kenyamanan Dirasakan telah

sesuai dengan prosedur analisis mediator, yaitu Complementary (partial mediation) menurut Hair Jr et al. (2019:250).

#### 4. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Niat Penggunaan Ulang melalui variabel mediasi Kenyamanan Dirasakan pada pengguna digital payment di kalangan masyarakat Bali. Analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin besar pula kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan minat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hasil uji path coefficients menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Kenyamanan Dirasakan, dan Kenyamanan Dirasakan juga memediasi pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan Ulang dengan tipe mediasi Complementary (partial mediation) sesuai analisis Hair Jr et al. (2019). Hal ini menandakan bahwa kenyamanan yang dirasakan memainkan peran penting dalam mendorong pengguna untuk tetap menggunakan layanan pembayaran digital.

Penelitian ini juga menyoroti potensi yang dimiliki digital payment dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan keamanan, terutama di tengah pandemi, serta tantangan terkait kesenjangan digital di wilayah rural Bali yang menghambat pemerataan manfaat teknologi ini. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan akses internet yang merata menjadi penting untuk memastikan semua lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat inklusi keuangan dari digital payment, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi digital di wilayah tersebut.

#### 5. Daftar Rujukan

- Arifin, M., & Wahyuhastuti, D. (2022). Digital payment adoption among university students: A study of mobile payments. *Journal of Financial Technology*, 10(2), 87-102.
- ASEAN. (2020). *ASEAN ICT Masterplan 2016–2020*. Association of Southeast Asian Nations.
- Bezhovski, Z. (2016). *The impact of digital payments on society*. *International Journal of Digital Economy*, 7(1), 45-51.
- Chin, W. W., & Ahmad, M. A. (2015). *Perceived enjoyment and reuse intention in mobile payment systems*. *Journal of Financial Technology Research*, 3(4), 29-38.
- Coopers, L. P. (2019). *Factors affecting digital payment adoption in emerging markets*. *Journal of Digital Payments*, 5(3), 102-117.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
-

- Franque, F., Oliveira, T., Tam, C., & Santini, F. (2021). *A meta-analysis of the antecedents of electronic commerce adoption*. *Information & Management*, 58(3), 103-128.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- International Telecommunication Union (ITU). (2020). *Global connectivity report*. ITU Publications.
- Kalinić, Z., Marinković, V., Molinillo, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). *A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102-194.
- Katadata & Kominfo. (2021). *Survey of Digital Literacy in Indonesia*. Jakarta: Katadata and Ministry of Communication and Information.
- Mohanta, G. C., Debasish, N., & Nanda, B. (2017). *Digital India campaign: An analysis of its impact on rural economy*. *Journal of Emerging Economies*, 5(2), 55-63.
- Nguyen, T. N., Cao, T. K., Dang, P. L., & Nguyen, H. A. (2017). *Predicting consumer intention to use mobile payment services: Empirical evidence from emerging markets*. *Journal of Financial Technology*, 12(1), 1-10.
- Onitsuka, T., Bamba, Y., & Kudo, Y. (2018). *Digital divide and socioeconomic inequality in developing countries*. *Journal of Economic Development*, 4(1), 15-29.
- Rezaei, S., & Amin, M. (2015). *Exploring perceived value dimensions in relation to acceptance of mobile banking services in Iran*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 32-42.
- Sarkar, P., Sarkar, M., & Das, S. (2020). *Influence of mobile payment service quality on customer satisfaction and reuse intention*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(4), 65-76.
- Sharma, S., Goel, L., & Bajpai, N. (2018). *Factors influencing mobile payment adoption in India: An empirical study*. *Journal of Financial Technology*, 9(1), 11-27.
- Suryanto, T., & Muhyi, H. A. (2022). *The role of digital payment in supporting cashless society in Indonesia*. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(2), 120-132.
- Valdez, C., & Javier, M. (2020). *The digital divide and its impact on economic development: An analysis of Asia-Pacific*. *Journal of Digital Economy*, 6(2), 89-104.
-

Widyaningtyas, N. (2022). *The impact of FinTech on financial inclusion in Indonesia: A case study of digital payment systems*. *Journal of Southeast Asian Financial Studies*, 14(1), 45-65.

Wijaya, N. (2021). *The effect of perceived usefulness and perceived ease of use on intention to use online applications in the learning process during the pandemic era*. *Journal of Educational Technology*, 15(3), 45-61.