

Preferensi Generasi Z Dalam Metode Pembayaran Digital Pada E-Business: Upaya Meminimalkan Hambatan Transaksi Online

Feny¹, Fadhilah Syafitri Rangkuti², Nur Jihan Rokan³, Nikita Lailan Hasibuan⁴, Nurbaiti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹fenyfeny807@gmail.com, ²Fadhilahsyafitrirangkuti@gmail.com, ³jihanjihann002@gmail.com,
⁴nikitalailan@gmail.com, ⁵nurbaiti@uinsu.ac.id.

Email Penulis Korespondensi: ¹ fenyfeny807@gmail.com

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi, pengalaman, persepsi keamanan, serta harapan Generasi Z terhadap penggunaan metode pembayaran digital dalam transaksi e-business. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap 40 responden berusia 18–28 tahun yang aktif melakukan transaksi online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 28 responden (70%) masih memilih metode Cash on Delivery (COD) karena dianggap lebih aman dan memberikan kontrol langsung terhadap transaksi, sementara 12 responden (30%) menggunakan metode pembayaran digital seperti e-wallet dan mobile banking karena kepraktisan dan efisiensi. Kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan sistem menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan metode pembayaran. Hambatan teknis berupa gangguan aplikasi dan keterbatasan jaringan internet masih menjadi kendala utama dalam penggunaan pembayaran digital. Selain itu, faktor ekonomis seperti promo dan cashback terbukti mampu mendorong peningkatan minat Generasi Z terhadap pembayaran digital. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan stabilitas sistem, integrasi QRIS yang lebih seamless, pengurangan biaya administrasi, serta penerapan fitur one-click payment guna meminimalkan hambatan transaksi online. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memahami perilaku pembayaran Generasi Z serta menjadi rujukan bagi pengembangan ekosistem pembayaran digital yang lebih aman, praktis, dan terpercaya di Indonesia.

Kata Kunci: Preferensi Pembayaran Digital, Generasi Muda, E-Wallet, Keamanan Transaksi, Hambatan Transaksi Online

Abstract— This study aims to understand the preferences, experiences, security perceptions, and expectations of Indonesian youth regarding digital payment methods in online e-business transactions. Through in-depth interviews with 40 respondents aged 18-28 who are active in transactions, it was found that payment preferences are divided between the dominant Cash on Delivery (COD) method (60-70%) and digital payments such as e-wallets and mobile banking (30-40%). Trust in security and system reliability is the main factor influencing payment method choice. Technical obstacles like application disruptions and network limitations are major challenges in using digital payments. Young people are also influenced by economic factors, such as promotions and cashback, which can encourage the adoption of digital methods. Suggested system improvements include enhancing application stability, seamless QRIS integration, reducing administrative fees, and implementing one-click payment features to speed up transactions. These findings provide valuable insights for developing a safer, more practical, and trustworthy digital payment ecosystem in Indonesia.

Keywords: Digital Payment Preferences, Young Generation, E-Wallet, Transaction Security, Online Transaction Barriers

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, di mana e-business menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan eksponensial dalam dekade terakhir. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) penetrasi internet mencapai 79,5% dari total populasi pada tahun 2024, dengan kelompok usia 16-34 tahun mendominasi penggunaan internet dan transaksi digital [1]. Transformasi digital ini telah mendorong munculnya berbagai platform e-business yang menawarkan kemudahan berbelanja secara online, namun keberhasilan transaksi sangat bergantung pada ketersediaan dan preferensi metode pembayaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen, khususnya generasi muda yang menjadi segmen pasar terbesar [2]. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2024) metode pembayaran digital seperti e-wallet, mobile banking, dan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) telah berkembang pesat di Indonesia, dengan nilai transaksi pembayaran digital mencapai Rp 305,4 triliun pada tahun 2023. Namun demikian, hambatan dalam proses pembayaran digital masih menjadi permasalahan krusial yang menyebabkan tingginya angka cart abandonment, di mana sekitar 69,9% konsumen online meninggalkan keranjang belanja mereka sebelum menyelesaikan transaksi [4]. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi pembayaran dengan preferensi dan ekspektasi konsumen, khususnya anak muda yang memiliki karakteristik perilaku digital yang unik. Penelitian mengenai perilaku konsumen dalam konteks e-business telah banyak dilakukan, seperti studi tentang adopsi teknologi pembayaran digital, kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran online, dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen dalam e-commerce [5].

Generasi Z, yang saat ini menyumbang hampir 28 persen dari total pengguna sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), telah menjadi motor utama adopsi pembayaran digital di Indonesia dengan pertumbuhan transaksi mencapai 162,7 persen year on year per Juli 2025. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi pembayaran digital pada triwulan pertama 2025 mencapai 10,76 miliar transaksi atau tumbuh 33,50 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, dengan volume transaksi aplikasi mobile dan internet tumbuh masing-masing sebesar 34,51 persen dan 18,89 persen. Fenomena ini mencerminkan bahwa pembayaran digital, khususnya e-wallet seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay, telah menjadi preferensi utama Generasi Z dengan 80 persen responden memanfaatkannya untuk berbagai kebutuhan transaksi sehari-hari, sementara platform perbankan digital digunakan oleh 45 persen responden sebagai sarana pembayaran. Namun demikian, di balik pertumbuhan masif ini, masih terdapat hambatan teknis yang menghambat kelancaran transaksi online, termasuk gangguan server, masalah jaringan internet yang tidak stabil, pemeliharaan sistem (*maintenance*) yang tidak terduga, serta adanya biaya administrasi yang kerap menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih metode pembayaran.

Dari hasil yang peneliti temukan generasi Z usia 15-20 tahun berpendapat bahwa mereka mengalami berbagai masalah dalam melakukan pembayaran seperti hambatan terkait jaringan yang tidak ada saat melakukan pembayaran kemudian pada melakukan pembayaran saldo sudah terpotong tetapi di platform belanja online belum terkonfirmasi sudah dibayar. Kondisi ini menciptakan permasalahan antara akselerasi adopsi teknologi pembayaran digital dengan keandalan infrastruktur pendukungnya, di mana pengguna seringkali mengalami kegagalan transaksi meskipun saldo mencukupi, gangguan koneksi pada saat jam sibuk, atau bahkan pemotongan saldo tanpa konfirmasi akibat error sistem. Penelitian sebelumnya banyak menggunakan teori seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk menjelaskan perilaku adopsi pembayaran digital. Teori-teori ini umumnya membahas faktor kemudahan, manfaat, dan niat penggunaan teknologi, namun penelitian yang secara spesifik menganalisis preferensi anak muda terhadap berbagai metode pembayaran digital dalam konteks meminimalkan hambatan transaksi online masih terbatas, khususnya pada konteks Indonesia yang memiliki ekosistem pembayaran digital yang sangat beragam dan dinamis. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung berfokus pada satu jenis metode pembayaran tertentu atau menggunakan pendekatan umum tanpa mempertimbangkan karakteristik demografis spesifik anak muda yang merupakan digital native dengan pola konsumsi dan preferensi teknologi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Selain itu, literatur yang ada belum banyak mengintegrasikan perspektif hambatan transaksi (*transaction barriers*) sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara preferensi pembayaran dan keputusan pembelian online.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi Generasi Z terhadap berbagai metode pembayaran digital dalam platform e-business serta menganalisis hambatan-hambatan teknis yang mereka hadapi dalam transaksi online, meliputi gangguan sistem maintenance, keterbatasan jaringan internet, dan biaya administrasi tambahan. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyajian bukti empiris berbasis wawancara mendalam yang mengungkap dinamika preferensi pembayaran Generasi Z antara metode digital dan non-digital (COD), serta bagaimana pengalaman dan hambatan transaksi membentuk tingkat kepercayaan dan keputusan penggunaan metode pembayaran. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru yang melengkapi studi-studi sebelumnya yang umumnya berfokus pada adopsi teknologi secara kuantitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku e-business dalam merancang strategi pembayaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan Generasi Z, serta memberikan rekomendasi untuk meminimalkan hambatan transaksi guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia.

E-Business dan Pembayaran Digital

E-bisnis adalah aktivitas bisnis yang dilakukan menggunakan internet dan teknologi digital untuk mendukung semua proses bisnis seperti pemasaran, pembelian, penjualan, pengiriman, dan pembayaran secara online. [6] menyatakan menyatakan bahwa e-bisnis melibatkan perencanaan, analisis, perancangan, penerapan, hingga evaluasi strategi digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan keuntungan perusahaan di era digital modern. Perkembangan e-bisnis telah mengubah cara perusahaan beroperasi dengan memungkinkan interaksi yang lebih efisien antara penjual dan pembeli tanpa batasan waktu dan tempat. Model B2C (business to consumer) menjadi dominan, di mana perusahaan langsung menyediakan produk dan layanan ke konsumen melalui platform digital dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar dan mengurangi biaya operasional [7]. Selain transaksi jual beli, e-bisnis juga mencakup pelayanan dan pengelolaan informasi menggunakan media digital sebagai enabler utama dalam bisnis modern [8].

Pembayaran digital adalah sistem non-tunai yang menggunakan media elektronik seperti aplikasi mobile banking, dompet digital, dan QR code untuk mendukung transaksi cepat, aman, dan praktis. Di Indonesia, transformasi pembayaran digital terbesar diwujudkan oleh implementasi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang mengintegrasikan berbagai penyedia layanan pembayaran ke dalam satu standar kode QR nasional. QRIS memainkan peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya bagi UMKM dan masyarakat

di daerah terpencil yang terbatas aksesnya ke perbankan konvensional [9]. Studi terbaru menunjukkan popularitas QRIS terus meningkat, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa, didorong oleh faktor kemudahan, keamanan, serta fleksibilitas penggunaannya. Pertumbuhan transaksi digital melalui QRIS tercermin dari kenaikan volume transaksi hingga Rp42 triliun dengan peningkatan jumlah pengguna signifikan tiap tahunnya [10].

Perilaku Konsumen Muda dalam Pembayaran Digital

Konsumen muda sangat cepat beradaptasi dengan pembayaran digital atau dompet digital. Menurut penelitian dalam jurnal ini, ada beberapa hal yang mempengaruhi perilaku mereka, yaitu: kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, pengaruh dari orang-orang di sekitar, dan sikap mereka terhadap teknologi. Mereka umumnya memiliki pandangan positif terhadap dompet digital karena kemudahan, keuntungan, dan dorongan dari lingkungan sosial mereka. Generasi muda juga cepat cocok dengan teknologi ini dan memilih dompet digital karena praktis, aman, dan gampang digunakan saat bertransaksi, terutama saat berlibur. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi menimbulkan pandangan positif, sementara keuntungan seperti diskon dan efisiensi memperkuat keinginan untuk menggunakan. Selain itu, dukungan dari teman dan keluarga juga mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan dompet digital [11].

Perilaku konsumen muda, menunjukkan kecenderungan tinggi untuk menggunakan pembayaran digital seperti QRIS karena kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial yang kuat. Generasi ini tumbuh di zaman teknologi, jadi mereka cepat beradaptasi dengan sistem transaksi tanpa uang tunai [12]. Kemudahan dalam menggunakan, seperti proses pemindaian QR yang mudah dan terintegrasi dalam aplikasi perbankan, menjadi alasan utama mereka ingin menggunakan. Selain itu, dorongan dari teman dan keluarga juga berpengaruh pada keputusan mereka untuk menggunakan QRIS. Namun, faktor keamanan, kegunaan, dan inovasi pribadi tidak terlalu berpengaruh karena dianggap sudah biasa dalam sistem pembayaran digital. Perilaku generasi muda dalam pembayaran digital lebih dipengaruhi oleh kenyamanan dan tren sosial daripada hanya alasan keamanan [12].

Perilaku konsumen muda, dalam pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh akses yang mudah dan gaya hidup praktis yang ditawarkan oleh e-wallet seperti DANA dan ShopeePay. Generasi ini dikenal sebagai digital native yang tumbuh bersama kemajuan teknologi, sehingga mereka cepat beradaptasi dengan sistem transaksi tanpa uang tunai [13]. Kemudahan transaksi, fitur promo, cashback, dan layanan paylater menjadi alasan utama yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa. E-wallet tidak hanya membuat pembayaran lebih mudah, tetapi juga membuat mereka lebih cenderung berbelanja impulsif karena terkena notifikasi promo dan pengaruh media sosial. Selain itu, ada keterkaitan yang kuat antara penggunaan e-wallet dengan kebiasaan konsumsi mahasiswa karena seberapa sering mereka menggunakan e-wallet. Jadi, perilaku konsumen muda dalam pembayaran digital lebih dipicu oleh kemudahan, kecepatan, dan promosi, bukan hanya kebutuhan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z perlu belajar lebih banyak tentang keuangan digital agar bisa mengatur pengeluaran dan menghindari belanja impulsif [13].

Generasi Z ini dikenal sebagai digital native yang tumbuh bersama kemajuan teknologi, sehingga mereka cepat beradaptasi dengan sistem transaksi tanpa uang tunai. Kemudahan transaksi, fitur promo, cashback, dan layanan paylater menjadi alasan utama yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa. E-wallet tidak hanya membuat pembayaran lebih mudah, tetapi juga membuat mereka lebih cenderung berbelanja impulsif karena terkena notifikasi promo dan pengaruh media sosial. Selain itu, ada keterkaitan yang kuat antara penggunaan e-wallet dengan kebiasaan konsumsi mahasiswa karena seberapa sering mereka menggunakan e-wallet. Jadi, perilaku konsumen muda dalam pembayaran digital lebih dipicu oleh kemudahan, kecepatan, dan promosi, bukan hanya kebutuhan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z perlu belajar lebih banyak tentang keuangan digital agar bisa mengatur pengeluaran dan menghindari belanja impulsif.

Hambatan Transaksi Online

Hambatan transaksi online merujuk pada berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian melalui platform digital. Hambatan transaksi online dapat dikategorikan menjadi hambatan teknis, psikologis, dan ekonomis yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama generasi muda yang merupakan pengguna aktif e-commerce. Dalam konteks e-business, hambatan teknis meliputi kompleksitas sistem pembayaran, kecepatan loading halaman, dan kompatibilitas platform dengan berbagai perangkat. Kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan informasi finansial menjadi hambatan psikologis utama yang menghambat adopsi metode pembayaran digital di kalangan anak muda. Hambatan ekonomis mencakup biaya transaksi tambahan, minimum pembelian, dan keterbatasan metode pembayaran yang tersedia. Hambatan transaksi online dapat mengurangi niat pembelian hingga 45% pada konsumen generasi milenial dan Z di Indonesia. Faktor-faktor seperti ketidakpastian kualitas produk, risiko penipuan online, dan kompleksitas proses checkout menjadi penyebab utama *cart abandonment* dalam transaksi e-commerce. Keterbatasan literasi digital dan kurangnya pemahaman tentang keamanan transaksi online menjadi hambatan struktural yang mempengaruhi preferensi metode pembayaran digital di kalangan generasi Z. Untuk mengurangi hambatan dalam transaksi online, diperlukan pendekatan yang melibatkan berbagai aspek, seperti meningkatkan infrastruktur teknologi, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendidik pengguna.

Peneliti Terdahulu

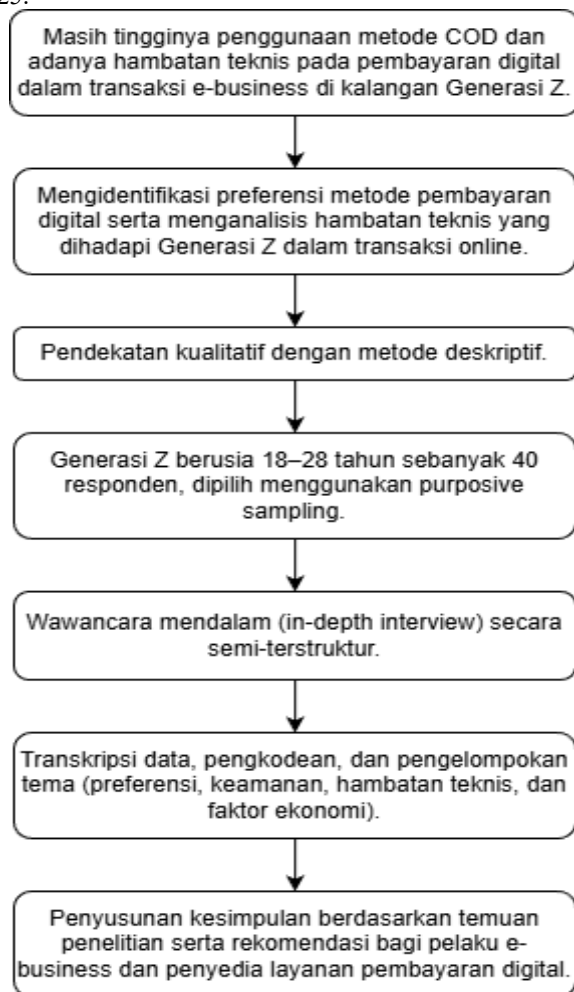
Penelitian terdahulu menjadi landasan penting untuk memahami perkembangan studi terkait perilaku dan preferensi pengguna terhadap pembayaran digital. [14] menemukan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, lebih memilih metode pembayaran digital seperti *mobile banking* karena kemudahan, kepraktisan, serta keamanan yang ditawarkan. [15] menegaskan bahwa faktor kondisi pendukung, seperti ketersediaan infrastruktur dan kemudahan akses, memiliki pengaruh paling besar terhadap niat penggunaan sistem pembayaran digital dibandingkan faktor lainnya.

Sementara itu, penelitian mengenai hambatan transaksi online oleh [16] menunjukkan bahwa fenomena *shopping cart abandonment* disebabkan oleh proses checkout yang rumit, informasi berlebihan, kebijakan pengembalian yang sulit, dan terbatasnya pilihan pengiriman. Secara umum, hasil penelitian terdahulu menegaskan bahwa kemudahan, keamanan, dan dukungan fasilitas menjadi faktor utama pendorong penggunaan pembayaran digital, sedangkan hambatan teknis masih menjadi kendala utama dalam transaksi online.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berisi Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai preferensi, pengalaman, dan hambatan Generasi Z dalam menggunakan metode pembayaran digital pada transaksi e-business di Kota Medan. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan fakta dan karakteristik yang ditemukan di lapangan. Penelitian dilaksanakan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Medan merupakan kota metropolitan dengan penetrasi teknologi digital yang tinggi dan memiliki populasi Generasi Z yang signifikan sebagai pengguna aktif e-business. Penelitian dilakukan pada 1 November – 5 November 2025.



Gambar 1. Pendekatan Penelitian

2.2 Subjek Penelitian

D Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- Termasuk kategori Generasi Z (lahir tahun 1997-2012, berusia 13-28 tahun)
- Berdomisili di Kota Medan minimal satu tahun
- Aktif melakukan transaksi online minimal dua kali dalam sebulan
- Memiliki pengalaman menggunakan minimal dua jenis metode pembayaran digital.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 40 orang dengan kategori ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Kategori	Jumlah	Presentase (%)	Rentang Usia	Frekuensi Transaksi Per Bulan
Mahasiswa	20	50	18-24 Tahun	3-8 Kali
Pekerja	10	25	23-28 Tahun	4-10 Kali
Siswa SMA	10	25	16-18 Tahun	2-6 Kali
Total	40	100		

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pendekatan semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan fleksibilitas untuk mengeksplorasi respons informan secara mendalam sambil tetap mengikuti panduan pertanyaan yang telah disiapkan. Prosedur pengumpulan data meliputi:

- Persiapan
Menyusun pedoman wawancara (interview guide) yang mencakup pertanyaan terbuka tentang pengalaman, preferensi, dan hambatan penggunaan pembayaran digital.
- Pelaksanaan
Melakukan wawancara secara tatap muka dan daring (online) dengan durasi 10 menit per informan
- Dokumentasi
Merekam audio wawancara dengan persetujuan informan dan membuat catatan lapangan untuk mendokumentasikan konteks serta observasi non-verbal
- Verifikasi
Melakukan konfirmasi awal terhadap jawaban informan untuk memastikan pemahaman yang akurat

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif dari wawancara ini dimulai dengan mengubah semua rekaman wawancara menjadi teks tulisan yang lengkap. Setelah itu, peneliti membaca berulang kali seluruh jawaban partisipan untuk memahami pengalaman mereka secara menyeluruh. Peneliti kemudian menandai bagian-bagian penting dalam setiap jawaban, seperti metode pembayaran apa yang dipilih, alasan memilihnya, masalah yang pernah dialami, dan harapan mereka terhadap sistem pembayaran digital. Bagian-bagian penting ini kemudian dikelompokkan berdasarkan kesamaan tema, semua yang bicara tentang kemudahan dikelompokkan jadi satu, semua yang bicara tentang masalah teknis dijadikan satu kelompok, dan seterusnya.

Dari kelompok-kelompok tersebut, peneliti mencari pola dan tema yang lebih besar yang muncul dari jawaban banyak partisipan. Tema tentang pentingnya kecepatan dan kepraktisan bagi Generasi Z, atau tema tentang pengaruh promo dalam memilih metode pembayaran. Peneliti juga membandingkan jawaban antar partisipan untuk melihat persamaan dan perbedaan pengalaman mereka, serta mencari hubungan antara berbagai tema yang ditemukan. Proses ini tidak hanya mendeskripsikan apa yang dikatakan partisipan, tetapi juga memahami makna di balik perkataan mereka dan mengapa mereka memiliki preferensi tertentu.

Hasil analisis disajikan dalam bentuk penjelasan naratif yang mudah dipahami, dilengkapi dengan kutipan langsung dari wawancara sebagai bukti untuk mendukung setiap temuan. Peneliti memastikan bahwa interpretasinya benar-benar mencerminkan pengalaman partisipan dengan cara meminta konfirmasi dari beberapa partisipan atau mendiskusikan hasil dengan peneliti lain. Keseluruhan proses ini menghasilkan pemahaman mendalam tentang bagaimana Generasi Z memilih metode pembayaran digital, hambatan apa yang mereka hadapi, dan apa yang bisa diperbaiki untuk membuat transaksi online menjadi lebih mudah dan lancar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk memahami secara mendalam preferensi, pengalaman, persepsi keamanan, serta harapan pengguna terhadap metode pembayaran digital dalam transaksi online di kalangan generasi muda Indonesia. Melalui wawancara mendalam terhadap sekitar empat puluh responden berusia antara delapan belas hingga dua puluh lima tahun yang aktif menggunakan e-commerce, ditemukan bahwa perilaku generasi muda terhadap pembayaran digital saat ini berada pada fase transisi. Meskipun mereka tumbuh dalam era digital dan memiliki tingkat keterpaparan teknologi yang tinggi, hasil penelitian memperlihatkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital belum sepenuhnya mapan. Para responden memperlihatkan adanya dinamika yang kuat antara kebutuhan akan kepraktisan, keinginan mendapatkan keuntungan ekonomis, serta kekhawatiran terhadap aspek keamanan data dan risiko penipuan yang masih menjadi masalah utama dalam ekosistem transaksi online di Indonesia. Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku generasi muda dalam bertransaksi tidak hanya digerakkan oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi persepsi mereka terhadap risiko digital. dan bagian ini berisi hasil dan pembahasan dari topik penelitian, yang bisa di buat terlebih dahulu metodologi penelitian.

3.1 Preferensi Metode Pembayaran Digital Generasi Z

Tabel 2 Ringkasan Preferensi Metode Pembayaran Digital Generasi Z

Metode Pembayaran	Jumlah Responden	Presentase (%)	Alasan Utama Pemilihan
Cash On Delivery (COD)	28	70	Keamanan dan dapat memeriksa barang langsung
E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShoopeePay)	8	20	Praktis, Promo & Cashback serta Integrasi Platform
Mobile Banking	4	10	Efisien, Tidak perlu Top Up dan nominal besar
Total	40	100%	

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap 40 responden Generasi Z di Kota Medan, ditemukan bahwa preferensi metode pembayaran dalam transaksi online masih sangat beragam dan menunjukkan pola yang menarik. Dari total responden, sekitar 60-70% masih memilih metode Cash on Delivery (COD) sebagai pilihan utama, sementara 30-40% sisanya lebih memilih menggunakan metode pembayaran digital seperti e-wallet dan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z dikenal sebagai digital natives yang mahir teknologi, kepercayaan mereka terhadap pembayaran digital masih belum sepenuhnya terbentuk. Kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital di Indonesia sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman positif sebelumnya dalam menggunakan teknologi tersebut.

Dominasi COD di kalangan responden menunjukkan bahwa faktor kepercayaan dan keamanan masih menjadi pertimbangan utama dalam memilih metode pembayaran. Responden seperti Saskia R.A. menjelaskan bahwa COD memberikan rasa aman karena memungkinkan mereka untuk memeriksa kondisi barang secara langsung sebelum melakukan pembayaran. Hal ini sejalan metode COD memberikan kontrol langsung kepada konsumen terhadap transaksi mereka, sehingga mengurangi risiko kekecewaan akibat ketidaksesuaian produk dengan deskripsi online. Responden juga mengungkapkan kekhawatiran terkait keamanan data pribadi, khususnya kebocoran informasi seperti nomor rekening yang dapat disalahgunakan untuk keperluan pinjaman online atau penipuan lainnya. Kekhawatiran ini bukan tanpa alasan, mengingat kasus kebocoran data di Indonesia cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir sebagaimana dilaporkan dalam berbagai media.

Meski demikian, responden yang memilih COD juga menunjukkan fleksibilitas dalam pilihan mereka. Beberapa responden seperti Saskia menyatakan bahwa mereka akan beralih menggunakan metode pembayaran digital jika terdapat promo besar atau potongan harga yang signifikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan insentif berupa cashback atau diskon dapat menjadi pendorong utama dalam mengubah perilaku pembayaran konsumen. Promosi dan program reward merupakan strategi efektif untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital di Indonesia, terutama di kalangan konsumen yang masih ragu-ragu terhadap keamanan transaksi online. Di sisi lain, responden yang memilih metode pembayaran digital seperti e-wallet (GoPay, OVO, Dana, ShoopeePay) dan mobile banking memiliki pertimbangan yang berbeda. Responden seperti Modilla Balqis dan Adinda (20 tahun) menjelaskan bahwa metode digital jauh lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan harus menyiapkan uang tunai atau menunggu kurir datang untuk pembayaran COD. Kepraktisan ini menjadi nilai tambah yang sangat dihargai oleh Generasi Z yang terbiasa dengan gaya hidup serba cepat dan instant. Kemudahan

penggunaan dan kegunaan yang dirasakan merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi niat konsumen Indonesia untuk menggunakan e-wallet dalam transaksi sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi metode pembayaran di kalangan generasi muda masih terbelah antara dua kelompok besar. Sekitar enam puluh hingga tujuh puluh persen responden lebih memilih menggunakan metode Cash on Delivery (COD) karena merasa lebih aman dan nyaman ketika dapat memeriksa kondisi barang terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran. Di sisi lain, tiga puluh hingga empat puluh persen lainnya memilih metode pembayaran digital seperti e-wallet dan mobile banking karena menilai metode tersebut lebih praktis, cepat, dan efisien. Tingginya proporsi pengguna COD menunjukkan bahwa meskipun generasi muda hidup di era digital, metode pembayaran konvensional ini masih memiliki tempat penting dalam perilaku transaksi online masyarakat Indonesia. Fenomena ini mengindikasikan bahwa adopsi pembayaran digital di Indonesia tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada sejauh mana masyarakat merasa aman, percaya, dan nyaman dalam menggunakannya. Dalam konteks ini, kepercayaan dan persepsi keamanan muncul sebagai faktor yang sama pentingnya dengan kemajuan teknologi.

Responden yang lebih memilih COD cenderung menilai bahwa metode ini memberikan rasa aman dan kendali penuh terhadap transaksi yang dilakukan. Mereka dapat memastikan kualitas barang, memeriksa kesesuaian dengan deskripsi, dan hanya membayar setelah yakin produk tersebut sesuai dengan ekspektasi. Misalnya, Saskia R.A., salah satu responden, menyampaikan bahwa COD adalah pilihan paling aman karena tidak memerlukan pengiriman data pribadi seperti nomor rekening atau saldo e-wallet yang berpotensi bocor. Bagi sebagian responden, pengalaman negatif dalam transaksi online seperti penipuan, barang tidak dikirim, atau produk tidak sesuai deskripsi menjadi alasan kuat untuk tetap bertahan menggunakan COD. Dalam hal ini, keamanan menjadi prioritas utama yang mengalahkan kenyamanan. Namun, menariknya, beberapa responden juga menambahkan bahwa mereka bersedia beralih menggunakan pembayaran digital apabila terdapat promo besar, diskon menarik, atau cashback yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan metode pembayaran sangat kontekstual, di mana rasionalitas ekonomi sering kali menjadi faktor pendorong perubahan perilaku. Dengan kata lain, rasa aman dapat dikompensasikan oleh insentif finansial apabila manfaat yang diperoleh dianggap cukup besar.

Sementara itu, kelompok responden yang lebih memilih e-wallet atau mobile banking memiliki pandangan yang berfokus pada kepraktisan dan efisiensi. Mereka menilai bahwa pembayaran digital menghemat waktu karena transaksi dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun tanpa perlu membawa uang tunai. Responden seperti Modilla Balqis menuturkan bahwa ShopeePay menjadi pilihan utamanya karena sering memberikan cashback dan potongan harga besar, terutama saat kampanye belanja seperti 9.9, 10.10, dan 11.11. Insentif ekonomi ini dianggap sangat membantu, khususnya bagi mahasiswa atau pekerja muda dengan anggaran terbatas. Responden lain, Adinda, menjelaskan bahwa ia lebih memilih mobile banking karena metode tersebut langsung terhubung dengan rekening utama tanpa perlu melakukan top-up saldo secara manual. Menurutnya, mobile banking memberikan kendali lebih besar terhadap arus keuangan pribadi karena dapat melacak pengeluaran secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda yang melek teknologi cenderung memilih solusi pembayaran yang cepat, fleksibel, dan terintegrasi dengan gaya hidup digital mereka.

Selain faktor efisiensi, gaya hidup digital yang serba cepat juga mendorong meningkatnya penggunaan pembayaran elektronik di kalangan anak muda. Mereka terbiasa menggunakan berbagai aplikasi digital seperti media sosial, online marketplace, hingga layanan transportasi daring, sehingga penggunaan e-wallet terasa sebagai bagian alami dari rutinitas mereka. Beberapa responden bahkan menyebut bahwa menggunakan pembayaran digital memberi kesan modern dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam konteks sosial, penggunaan e-wallet juga menciptakan simbol status digital baru di mana seseorang dianggap lebih “up to date” atau tech-savvy. Aspek citra diri ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan teknologi, termasuk sistem pembayaran, tidak semata didasari oleh fungsi, tetapi juga oleh makna simbolik dan identitas sosial yang melekat pada pengguna.

Namun demikian, pengalaman pengguna terhadap pembayaran digital tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Sebagian besar responden melaporkan berbagai kendala teknis saat menggunakan e-wallet atau mobile banking. Gangguan tersebut antara lain berupa kesalahan sistem, transaksi gagal, saldo terpotong tanpa konfirmasi, hingga gangguan jaringan internet. Responden seperti Yulia (19 tahun) menyampaikan bahwa ketika ia berada di daerah pedesaan dengan koneksi internet yang lemah, transaksi digital menjadi sangat sulit dilakukan. Ada pula responden yang mengaku kehilangan saldo akibat kesalahan sistem yang membutuhkan waktu lama untuk proses pengembalian dana. Hambatan-hambatan seperti ini menimbulkan rasa frustrasi dan menurunkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital. Beberapa responden bahkan menyatakan bahwa mereka kembali menggunakan COD setelah mengalami gangguan berulang pada aplikasi pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan sistem dan kualitas infrastruktur digital menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pengguna terhadap layanan keuangan berbasis teknologi.

ShopeePay muncul sebagai e-wallet favorit di kalangan responden, terutama karena integrasi yang kuat dengan platform e-commerce Shopee dan program promosi yang menarik. Banyak responden menyebutkan bahwa mereka mendapatkan potongan harga khusus ketika menggunakan ShopeePay untuk transaksi di Shopee, yang

membuat metode pembayaran ini lebih menarik dibandingkan opsi lainnya. Strategi integrasi platform dan ekosistem digital seperti ini terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Integrasi layanan dalam satu ekosistem digital dapat meningkatkan customer engagement dan frekuensi penggunaan secara signifikan, terutama ketika disertai dengan program insentif yang menarik bagi konsumen muda.

Selain e-wallet, mobile banking juga menjadi pilihan bagi sebagian responden, terutama untuk transaksi dengan nominal yang lebih besar. Adinda menjelaskan bahwa mobile banking lebih efisien karena terintegrasi langsung dengan rekening bank, sehingga tidak perlu melakukan top-up seperti pada e-wallet. Kemudahan transfer langsung dari rekening juga memberikan kenyamanan tersendiri, terutama ketika saldo di e-wallet tidak mencukupi untuk transaksi besar. Mobile banking menawarkan keunggulan dalam hal fleksibilitas finansial dan kontrol yang lebih baik terhadap keuangan pribadi, sehingga lebih dipilih untuk transaksi dengan nominal besar.

3.1.1 Hambatan dalam Penggunaan Pembayaran Digital

Tabel 3 Hambatan Yang Dialami Dalam Penggunaan Pembayaran Digital

Jenis Hambatan	Jumlah Responden	Persentase (%)	Contoh Kasus
Gangguan aplikasi/error sistem	12	30	Saldo terpotong tanpa konfirmasi dan transaksi gagal
Jaringan internet tidak stabil	8	20	Transaksi lambat dan gagal di daerah sinyal lemah
Biaya Administrasi	7	17.5	Biaya tambahan mengurangi minat transaksi kecil
Proses verifikasi terlalu kompleks	3	7.5	PIN, OTP dan konfirmasi berulang memakan waktu
Kekhawatiran kebocoran data	10	25	Takut data pribadi disalahgunakan untuk pinjol
Total	40		

Meskipun metode pembayaran digital menawarkan banyak kemudahan, responden melaporkan berbagai hambatan yang mereka alami selama menggunakan layanan tersebut. Hambatan teknis menjadi salah satu keluhan utama, dengan beberapa responden melaporkan aplikasi yang sering error atau mengalami gangguan. Kasus yang paling sering disebutkan adalah masalah pada aplikasi Dana, dimana saldo terpotong tetapi transaksi gagal diproses atau tidak sampai ke penerima. Pengalaman negatif seperti ini sangat mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap keandalan sistem pembayaran digital. Kegagalan teknis dalam transaksi digital dapat menurunkan kepercayaan konsumen secara drastis dan mendorong mereka untuk kembali ke metode pembayaran tradisional seperti COD atau pembayaran tunai.

Hambatan jaringan juga menjadi masalah signifikan, terutama bagi responden yang tinggal di daerah dengan infrastruktur internet yang kurang memadai. Yulia (19 tahun) menjelaskan bahwa sinyal yang lemah di daerahnya sering menyebabkan transaksi gagal atau membutuhkan waktu lama untuk diproses. Ketergantungan pembayaran digital pada koneksi internet yang stabil menjadi kelemahan mendasar, terutama di Indonesia dimana kualitas jaringan masih belum merata di seluruh wilayah. Selain masalah teknis, responden juga melaporkan pengalaman negatif terkait penipuan dalam transaksi online. Beberapa kasus yang disebutkan antara lain barang yang tidak dikirim meskipun pembayaran sudah dilakukan, atau penjual yang menghilang setelah menerima transfer. Ada juga kasus dimana kurir tidak datang meskipun metode COD sudah dipilih, sehingga responden harus menunggu lama atau bahkan kehilangan pesanan mereka. Pengalaman-pengalaman negatif ini memperkuat kekhawatiran responden terhadap keamanan transaksi online dan membuat mereka lebih berhati-hati dalam memilih metode pembayaran. Pengalaman penipuan atau fraud dalam transaksi online memiliki dampak jangka panjang terhadap kepercayaan konsumen dan dapat mengubah perilaku pembelian mereka secara permanen.

Masalah biaya admin juga menjadi keluhan beberapa responden. Meskipun nominal biaya admin biasanya tidak terlalu besar, namun bagi mahasiswa atau generasi muda dengan budget terbatas, biaya tambahan ini bisa menjadi pertimbangan penting dalam memilih metode pembayaran. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih COD untuk menghindari biaya admin, terutama untuk transaksi dengan nominal kecil. Kompleksitas proses juga disebutkan sebagai hambatan oleh beberapa responden. Meskipun dianggap praktis, beberapa responden merasa bahwa proses verifikasi yang terlalu banyak (seperti memasukkan PIN, OTP, dan konfirmasi berkali-kali) justru membuat transaksi menjadi tidak efisien dan memakan waktu. Ada juga keluhan tentang aplikasi yang terlalu banyak meminta update atau mengirimkan notifikasi yang mengganggu aktivitas pengguna.

3.1.2 Saran Peningkatan Sistem Pembayaran Digital

Berdasarkan pengalaman dan ekspektasi responden, terdapat berbagai saran yang dapat menjadi masukan berharga untuk pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih baik di masa depan. Saran-saran ini mencerminkan kebutuhan riil pengguna dan dapat menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan pembayaran digital dalam meningkatkan kualitas layanan mereka agar lebih sesuai dengan harapan konsumen Indonesia. Salah satu saran yang paling sering muncul adalah implementasi fitur one-click payment untuk meningkatkan efisiensi waktu transaksi. Adinda menyebutkan bahwa proses pembayaran yang terlalu banyak tahap sering membuat transaksi terasa lambat dan tidak praktis, terutama ketika harus dilakukan berulang kali dalam sehari untuk berbagai kebutuhan. Fitur one-click payment yang sudah tersimpan informasi pembayaran dan hanya memerlukan verifikasi sederhana dapat mempercepat proses checkout secara signifikan.

Integrasi QRIS yang lebih cepat dan seamless juga menjadi harapan banyak responden. Saskia menyarankan adanya kerja sama yang lebih baik antarprovider pembayaran digital agar sistem QRIS dapat digunakan secara universal tanpa hambatan di berbagai merchant. Saat ini, meskipun QRIS sudah diluncurkan sebagai standar pembayaran nasional oleh Bank Indonesia, masih ada beberapa merchant yang belum mendukung sistem ini atau proses scan yang sering gagal karena masalah teknis. Integrasi yang lebih baik dapat meningkatkan user experience dan mendorong adopsi pembayaran digital secara lebih luas. Pengurangan atau penghapusan biaya admin menjadi saran lain yang cukup sering disebutkan oleh responden. Responden merasa bahwa biaya admin, meskipun kecil nominalnya, dapat menjadi beban terutama untuk transaksi berulang atau dalam jumlah kecil yang dilakukan hampir setiap hari. Beberapa responden menyarankan agar biaya admin hanya dikenakan untuk transaksi dengan nominal tertentu atau dihapuskan sama sekali untuk meningkatkan daya tarik pembayaran digital dibandingkan dengan pembayaran tunai atau COD. Model bisnis yang mengandalkan volume transaksi tinggi dengan margin rendah atau zero transaction fee sudah mulai diterapkan oleh beberapa fintech di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi metode pembayaran digital di kalangan generasi muda Indonesia sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor kepraktisan, keamanan, pengalaman pribadi, dan keuntungan ekonomi. Meskipun hidup di era digital, mayoritas responden masih memilih metode COD karena memberikan rasa aman dan kontrol penuh terhadap transaksi. Sementara itu, responden yang memilih e-wallet atau mobile banking menekankan nilai kepraktisan, kecepatan, dan insentif ekonomi seperti cashback dan promo. Temuan ini menegaskan bahwa teknologi pembayaran digital belum sepenuhnya menggantikan metode tradisional seperti COD, karena persepsi keamanan masih menjadi pertimbangan utama.

Penelitian juga mengungkap bahwa berbagai hambatan seperti gangguan sistem, koneksi internet yang tidak stabil, transaksi gagal, hingga risiko penipuan masih menjadi kendala besar dalam penggunaan pembayaran digital. Selain keamanan faktual, keamanan yang dirasakan (perceived security) berperan penting dalam membentuk kepercayaan pengguna. Kurangnya literasi digital dan ketidakpahaman mengenai langkah-langkah keamanan turut memperkuat keraguan pengguna terhadap transaksi digital.

Secara keseluruhan, keberhasilan adopsi pembayaran digital di Indonesia tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan penyedia layanan dalam membangun kepercayaan, meningkatkan keandalan sistem, memberikan edukasi keamanan, serta merespons keluhan pengguna secara cepat dan transparan. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, penyedia e-commerce, dan perusahaan fintech sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem transaksi digital yang aman, inklusif, dan dapat dipercaya oleh generasi muda sebagai pengguna utama layanan digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada para responden Generasi Z di Kota Medan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka mengenai penggunaan metode pembayaran digital. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama penelitian berlangsung. Terima kasih kepada pihak Program Studi dan institusi yang telah menyediakan fasilitas serta dukungan akademik. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih satu sama lain atas kerja sama, dedikasi, dan kontribusi setiap anggota tim dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik e-business di Indonesia.

REFERENCES

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Profil Pengguna Internet Indonesia 2024,"

- Jakarta, 2024. [Online]. Available: <https://apjii.or.id/survei>
- [2] Y. T. Prasetyo *et al.*, “Factors affecting customer satisfaction and loyalty in online food delivery service during the COVID-19 pandemic: Its relation with open innovation,” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–17, 2021, doi: 10.3390/joitmc7010076.
- [3] Bank Indonesia, “Statistik Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah,” Jakarta, 2024.
- [4] Baymard Institute, “48 Cart Abandonment Rate Statistics 2023,” 2023.
- [5] A. A. Alalwan, Y. K. Dwivedi, and N. P. Rana, “Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust,” *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 37, no. 3, pp. 99–110, 2017, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002.
- [6] R. J. Malioy and D. Manongga, “Analisis Strategis e-Business untuk Strategi Pemasaran dan Penjualan,” *Aiti*, vol. 20, no. 1, pp. 111–124, 2023, doi: 10.24246/aiti.v20i1.111-124.
- [7] J. I. Julaika and M. I. Fasa, “The Role of E-Business and E-Commerce in Improving Marketing Competitvity in Syariah Banks,” *JICN J. Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, vol. 2, no. 1, pp. 346–456, 2025.
- [8] A. Sudarso, B. Purba, D. P. Y. Ardiana, S. O. Manullang, and A. Karim, *FullBook Konsep E-Bisnis*. 2020.
- [9] A. Suryawirawan, “Transformasi Qris sebagai Instrumen Pembayaran Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *J. Ekon. Manaj. Pariwisata dan Perhotelan*, vol. 4, pp. 81–94, 2025.
- [10] J. T. Rosliana and A. A. Azzahra, “Mengungkap Tren Pembayaran Qris Terpopuler Dan Dinamika Perilaku Pengguna Di Salah Satu Ptn Vokasi Bandung,” *Media Mahard.*, vol. 23, no. 2, pp. 306–316, 2025, doi: 10.29062/mahardika.v23i2.1242.
- [11] R. Fahlevi, E. Elsa, and F. A. Sinambela, “Perilaku Penggunaan Dompot Digital Oleh Konsumen Generasi Z Saat Berwisata,” *J. Ekuilnomi*, vol. 7, no. 1, pp. 139–147, 2025, doi: 10.36985/gecxpb52.
- [12] Y. Pratiwi, M. R. Slamet, and F. Wulandari, “Adopsi QRIS: Analisis Perilaku Generasi Z di Era Pembayaran Digital,” *BAJ Behav. Account. J.*, vol. 8, no. 1 SE-Articles, pp. 65–75, 2025, [Online]. Available: <https://baj.upnjatim.ac.id/index.php/baj/article/view/370>
- [13] F. Sari, R. A., & Rahmawati, “Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Era Digital,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 500–507, 2021.
- [14] N. Fatikha and D. A. Septiyani, “Mobile Banking Dalam Pengalaman Belanja Konsumen Generasi Z Di Era Digital: Persepsi Dan Preferensi Pengguna,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 38–44, 2025, doi: 10.55049/jeb.v17i1.391.
- [15] A. Faradila, R. S. Sianturi, and D. Kurnianingtyas, “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Melalui fasilitas sumber yang tersedia,” 2024.
- [16] A. M. Sundjaja, A. V. Tatuil, D. V. Scholus, and Y. D. Restiani, “The Determinant Factors of Shopping Cart Abandonment Among E-commerce Customers in Indonesia,” *CommIT J.*, vol. 18, no. 1, pp. 29–38, 2024, doi: 10.21512/commit.v18i1.9308.