
ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PERSEPSI KEGUNAAN APLIKASI DAN SIKAP TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL

Ahmad Asep Suhendi

Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

E-mail: dosen02975@unpam.ac.id

ABSTRAK

Studi ini menguji bagaimana sikap konsumen dompet elektronik terhadap pembayaran seluler, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, kredibilitas yang dirasakan, dan efikasi diri yang dirasakan memengaruhi niat mereka untuk menggunakan perilaku pembayaran seluler. Studi ini menggunakan desain cross-sectional dan metodologi penelitian deskriptif. Studi ini menggabungkan strategi pengambilan sampel yudisial dengan metode pengambilan sampel non-probabilitas. Ada seratus responden dalam studi ini. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data. Analisis deskriptif digunakan dalam studi ini untuk mengkategorikan tanggapan responden. Metode model persamaan struktural akan digunakan untuk menguji data dalam studi ini. Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam konteks dompet elektronik sangat memengaruhi sikap terhadap pembayaran seluler, menurut hasil pemrosesan dan analisis data. Selain itu, niat untuk menggunakan pembayaran seluler secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh sikap seseorang tentang pembayaran seluler. Namun, efikasi diri dan kredibilitas yang dirasakan tidak secara signifikan memengaruhi niat untuk menggunakan pembayaran seluler. Artinya, meskipun pengguna mungkin merasa yakin dengan kemampuan mereka untuk menggunakan e-wallet atau percaya pada keandalan e-wallet, hal ini tidak secara langsung memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan tidak perlu terlalu fokus untuk meningkatkan kedua aspek ini guna meningkatkan minat pembayaran digital.

Kata kunci: Persepsi Kegunaan, Sikap terhadap Pembayaran Seluler, Persepsi Kredibilitas, Pembayaran Digital

ABSTRACT

This study examines how consumers' attitudes toward mobile payments via electronic wallets, perceived benefits, perceived ease of use, perceived credibility, and perceived self-efficacy influence their intention to engage in mobile payment behaviour. The study employs a cross-sectional design and a descriptive research methodology. It combines a purposive sampling strategy with a non-probability sampling method. There are one hundred respondents in this study. A questionnaire was used to collect the data. Descriptive analysis was employed in this study to categorize respondents' responses. The structural equation modeling (SEM) method was used to test the data in this study. Based on data processing and analysis results, perceived benefits and perceived ease of use in the context of e-wallets significantly influence attitudes toward mobile payments. Additionally, the intention to use mobile payments is significantly

and positively influenced by individuals' attitudes toward mobile payments. However, perceived self-efficacy and credibility do not significantly influence the intention to use mobile payments. This implies that even though users may feel confident in their ability to use e-wallets or trust the reliability of e-wallets, these factors do not directly impact their willingness to use the service. Therefore, companies do not need to overly focus on improving these two aspects to boost interest in digital payments.

Keywords: *Perceived Usefulness, Attitude Toward Mobile Payment, Perceived Credibility, Digital Payment*

PENDAHULUAN

Dunia memiliki populasi yang besar, dan Internet telah berlipat ganda. Basis pengguna internet dunia tumbuh secara eksponensial setiap tahun, membuktikan hal ini. Orang-orang memanfaatkan Internet untuk pengembangan perusahaan, pencarian informasi, komunikasi, dan kegiatan lain yang membutuhkan kemudahan teknologi (Effendy, 2020). Pertumbuhan populasi di setiap benua dan negara mungkin juga memengaruhi pertumbuhan Internet. Setiap hari, 2 miliar orang memanfaatkan Internet di seluruh Asia. (Sudirjo, Setyo Oetomo, et al., 2024).

Dalam hal pengguna internet di seluruh dunia, Asia kini menempati posisi teratas. Fakta bahwa Asia memiliki populasi terbesar di dunia memberikan kepercayaan pada hal ini. (Tannady et al., 2024) Meskipun akses internet tidak dapat mengimbangi perkembangan pesat di Indonesia, Internet negara ini terus berkembang.

Pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 150 juta, dan jumlah ini terus bertambah. Mereka menghabiskan sekitar lima jam mengakses berbagai platform internet seperti media sosial, e-commerce, dan lainnya. Penggunaan perangkat seperti ponsel dan desktop untuk mengakses Internet juga dapat memengaruhi kemudahan penggunaan Internet. Saat ini, telepon seluler bukan lagi barang mewah karena beberapa perusahaan asing dapat memproduksi dan menjualnya dengan harga yang relatif murah. Namun, produk telepon seluler yang terjangkau ini tidak memiliki fitur yang memuaskan pengguna, mereka hanya perlu mengakses internet. Penggunaan telepon seluler juga memudahkan pengguna daripada desktop yang membutuhkan usaha lebih besar daripada telepon seluler. (Tannady et al., 2024).

Mengakses internet melalui telepon seluler kini lebih umum daripada mengakses internet melalui desktop. Banyaknya orang yang mengakses internet dengan perangkat ini dapat memberikan peluang bisnis yang sangat baik di industri teknologi. Banyak perusahaan rintisan sendiri hadir untuk menjawab beberapa permasalahan di masyarakat Indonesia. Potensi perusahaan rintisan yang pesat dapat dilihat dari banyaknya perusahaan rintisan lokal yang telah beroperasi di Indonesia. (Kim et al., 2016) Startup merupakan perusahaan yang baru merintis usahanya dan biasanya masih dalam tahap pengembangan dan riset untuk mencari pasar yang tepat bagi mereka untuk berkembang. Berkembangnya industri startup juga karena memiliki berbagai jenis industri, seperti startup transportasi, startup marketplace, startup keuangan, dan lain-lain. Berkembangnya industri startup juga karena adanya kesadaran pemerintah Indonesia saat ini untuk memajukan industri startup dengan membuat program yang disebut Gerakan 10.000 Startup dan membimbing para founder untuk menjalankan bisnis startup mereka dengan sukses (Fernandes Andry et al., n.d.).

Startup marketplace sendiri merupakan perusahaan baru yang membuat website atau aplikasi yang mana setiap orang dapat menjual barangnya dan membeli barang yang mereka butuhkan. Sedangkan perusahaan startup e-commerce merupakan perusahaan yang menjual



produknya dan menjualnya melalui media online, seperti website dan aplikasi yang dimilikinya. Berikut ini adalah startup yang saat ini tengah berkembang: startup transportasi digital. Startup transportasi ini dapat sedikit memecahkan masalah kemacetan lalu lintas. Tingkat di mana seseorang berpikir bahwa memanfaatkan teknologi tertentu akan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dikenal sebagai persepsi kegunaan. Pengguna pembayaran seluler juga dapat memanfaatkan persepsi kegunaan secara menguntungkan (Pramudito et al., 2024).

Persepsi kegunaan mencerminkan kebutuhan seseorang untuk menggunakan aplikasi dan berbagai fungsi aplikasi. Namun, seseorang hanya bersedia menerima inovasi jika inovasi tersebut memberikan keuntungan yang unik dan berharga dibandingkan solusi lain (Nurprihatin et al., n.d.). Selain itu, pengguna yang memanfaatkan inovasi teknologi akan mendapatkan keuntungan dari penggunaan pembayaran seluler. Inovasi hanya diterima jika inovasi tersebut dapat memberikan keuntungan dibandingkan teknologi yang ada. Tingkat di mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi akan membebaskan mereka dari upaya apa pun dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan.

Semakin ramah pengguna suatu teknologi, semakin cenderung pengguna ingin menggunakannya secara mandiri dan menuai manfaatnya. Ketika sesuatu dianggap mudah digunakan, penggunaan pembayaran seluler tidak memerlukan kerja ekstra dari pengguna (Oliveira et al., 2016). Ada berbagai cara untuk meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Proses untuk mencari tahu bagaimana sistem memungkinkan seseorang melakukan pembayaran lebih cepat dapat didasarkan pada tindakan orang tersebut, yang dapat meningkatkan hasil, efektivitas, dan efisiensi di tempat kerja.

Bebas dari semua pekerjaan itu sangat penting untuk layanan pembayaran seluler karena mereka akan bersaing dengan solusi pembayaran lain dan yang sudah ada, jadi mereka harus menawarkan keuntungan dalam hal kegunaan. Kenyamanan yang dialami pengguna dapat berdampak positif terhadap sikap dan pandangan terhadap teknologi pembayaran seluler, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan manfaat maksimal dari layanan pembayaran seluler (Sudirjo, Nurbakti, et al., 2024). Tiga komponen dari gagasan multidimensi sikap adalah kognitif, afektif atau emosional, dan konkret atau perilaku. Persepsi orang tentang dampak penggunaan pembayaran seluler menentukan sikap mereka terhadapnya. Tingkat kecenderungan seseorang untuk merangkul teknologi pembayaran seluler dapat disimpulkan dari pendekatan inventif mereka untuk mencoba sesuatu yang baru.

Suka dan tidak suka dapat ditunjukkan melalui sikap seseorang terhadap penggunaan pembayaran seluler; sentimen terhadap jenis pembayaran ini dapat mengungkapkan sikap seseorang terhadap penggunaan pembayaran seluler. Niat seseorang untuk terlibat dalam aktivitas pembayaran seluler dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap perilaku (Didik Madyatmadja et al., 2020). Tingkat di mana seseorang diharapkan untuk percaya bahwa penggunaan perbankan seluler tidak akan membahayakan privasi atau keamanan mereka dikenal sebagai kredibilitas yang dirasakan. Keamanan dan privasi adalah dua faktor penting yang diperlukan untuk perilaku pembayaran seluler, dan keduanya disebut sebagai kredibilitas yang dirasakan.

Pengguna dapat dibujuk untuk menggunakan pembayaran seluler jika mereka yakin sistem tersebut dapat dipercaya dan aman saat menyelesaikan transaksi (Kegunaan et al., n.d.). Namun, kekhawatiran tentang keamanan sistem pembayaran seluler juga dapat muncul dari kurangnya kepercayaan yang dirasakan dalam transaksi ini. Pengguna dapat kehilangan minat dalam pembayaran seluler karena ketakutan ini, yang melibatkan pengungkapan

informasi keuangan atau detail pribadi mereka yang tidak sah kepada pihak lain. Ketakutan yang dirasakan oleh pengguna menciptakan tantangan bagi pengembang pembayaran seluler untuk menemukan cara mengembangkan dan meningkatkan kredibilitas yang dapat ditangani oleh pengguna pembayaran seluler (Effendy, 2020).

Efikasi diri yang dirasakan adalah kepercayaan diri seseorang dalam menggunakan pembayaran seluler. Seseorang dengan keterampilan yang relatif tinggi akan melihat pembayaran seluler mudah digunakan dibandingkan dengan orang dengan keterampilan rendah. Bagi seseorang yang sudah memiliki pengalaman menggunakan pembayaran mobile, ini bisa menjadi sebuah hal yang berarti

METODE PENELITIAN

Data untuk penelitian ini dikumpulkan pada satu titik waktu menggunakan desain cross-sectional dan metodologi deskriptif. Konsumen dalam penelitian ini adalah mereka yang telah melakukan pembayaran menggunakan dompet elektronik. Dalam penelitian ini, responden dipilih atas kebijakan peneliti menggunakan metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan non-probabilitas.

Secara keseluruhan, seratus responden mengambil bagian dalam penelitian ini. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam survei untuk memperoleh data primer. Analisis deskriptif digunakan dalam proses analisis data untuk mengatur dan menyusun data responden.

Selanjutnya, metode model persamaan struktural akan digunakan untuk mengevaluasi data dan menilai korelasi antara variabel yang diteliti. Dengan menggunakan strategi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang elemen-elemen yang memengaruhi perilaku konsumen saat menggunakan layanan dompet elektronik. Temuan penelitian ini akan memberikan informasi yang mendalam bagi bisnis untuk meningkatkan penawaran dompet elektronik mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

HASIL PENELITIAN

Temuan uji model struktural menunjukkan bahwa pandangan mengenai pembayaran seluler secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh manfaat yang dirasakan. Hasil ini konsisten dengan penelitian lain yang menunjukkan bagaimana manfaat yang dirasakan meningkatkan kualitas pengalaman bagi pelanggan pembayaran seluler dengan menawarkan manfaat yang nyata. Pembayaran seluler memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih nyaman dan praktis, terkadang memberikan manfaat yang lebih besar.

Dalam konteks dompet elektronik, manfaat yang dirasakan juga diyakini memengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan dompet elektronik. Kemudahan yang ditawarkan dompet elektronik dalam melakukan transaksi non-tunai dan berbagai promosi serta diskon yang sering tersedia dapat membuat pengguna merasa bahwa dompet elektronik sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga didukung oleh nilai rata-rata manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini, yang berada dalam kategori sangat baik (5.3). Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat yang dirasakan, perusahaan dompet elektronik dapat mengoptimalkan layanan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna.



Dengan cara ini, diharapkan sikap positif pengguna terhadap dompet elektronik dapat meningkat, yang pada akhirnya akan mendorong adopsi yang lebih luas di masyarakat. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan secara signifikan memengaruhi pandangan mengenai pembayaran seluler. Hasil ini konsisten dengan penelitian lain yang menunjukkan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan sepenuhnya memengaruhi opini konsumen terhadap pembayaran seluler. Hal ini karena pengguna yang menganggap pembayaran seluler mudah digunakan cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap teknologi tersebut.

Opini pelanggan terhadap penggunaan dompet elektronik dianggap dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan juga. Tingkat kenyamanan pengguna terhadap dompet elektronik dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek, termasuk seberapa mudahnya mengisi saldo menggunakan salah satu dari banyak opsi yang dapat diakses dan membayar pesanan menggunakan dompet elektronik. Temuan ini selanjutnya diperkuat oleh skor persepsi kemudahan penggunaan rata-rata penelitian, yang berada dalam kisaran sangat baik (5,4). Dengan lebih memahami persepsi kemudahan penggunaan, perusahaan dompet elektronik dapat meningkatkan pengalaman pengguna saat menggunakan layanan mereka.

Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan navigasi yang mudah dipahami dan informasi yang terus diperbarui dalam aplikasi dompet elektronik mereka. Dengan cara ini, diharapkan sikap positif pengguna terhadap e-wallet dapat meningkat, yang pada akhirnya akan mendorong adopsi yang lebih luas di masyarakat. Hasil uji model struktural menunjukkan bahwa perilaku dan niat yang terkait dengan pembayaran seluler dipengaruhi secara signifikan secara positif oleh sikap terhadap pembayaran seluler. Hasil ini sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa niat konsumen untuk menggunakan pembayaran seluler secara aktif dipengaruhi oleh sentimen positif mereka terhadap pembayaran ini.

Dalam konteks e-wallet, sikap positif terhadap pembayaran seluler diyakini memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan e-wallet secara konsisten. Ketika konsumen memiliki sikap positif terhadap e-wallet, mereka cenderung memiliki motivasi tinggi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Nilai rata-rata sikap terhadap pembayaran seluler dalam penelitian ini, yang berada dalam kategori sangat baik (5,5), juga memperkuat hasil ini. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik tentang sikap pengguna terhadap pembayaran seluler dapat membantu perusahaan e-wallet meningkatkan adopsi dan penggunaan e-wallet di masyarakat.

Perusahaan dapat fokus pada peningkatan kualitas layanan, keamanan, dan kenyamanan e-wallet untuk memperkuat sikap positif pengguna terhadap layanan mereka. Dengan demikian, diharapkan e-wallet dapat menjadi pilihan pembayaran yang disukai dan digunakan secara luas oleh masyarakat. Hasil uji model struktural, yang menunjukkan bahwa kredibilitas yang dirasakan tidak secara signifikan memengaruhi perilaku dan niat pembayaran, memang menarik.

Temuan menunjukkan bahwa, dalam skenario khusus ini, kredibilitas yang dirasakan tidak menguntungkan kecenderungan pengguna untuk menggunakan pembayaran seluler meskipun ada temuan dari beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan sebaliknya. Salah satu alasan untuk hasil ini adalah besarnya kepercayaan pelanggan terhadap layanan e-wallet tertentu. Seperti yang tercatat,

beberapa pengguna e-wallet mungkin khawatir tentang keamanan dan privasi. Meskipun demikian, hal itu tidak banyak memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan e-wallet meskipun ada kekhawatiran ini. Hal ini dapat terjadi karena faktor-faktor lain, seperti kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, sangat memengaruhi niat pengguna. Untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan e-wallet di masyarakat, perusahaan e-wallet harus tetap memperhatikan masalah keamanan dan privasi, meskipun hal itu tidak secara langsung memengaruhi niat pengguna.

Dengan memastikan bahwa layanan e-wallet mereka aman dan benar generasi yang terbiasa dan berpengetahuan tentang teknologi digital—juga menjelaskan mengapa efikasi diri yang dirasakan tidak terlalu memengaruhi niat untuk terlibat dalam perilaku seluler. Bisnis dompet elektronik dapat mempertimbangkan berbagai strategi untuk memengaruhi niat pengguna berdasarkan temuan ini, khususnya untuk segmen pengguna dengan keahlian yang cukup dalam memanfaatkan pembayaran seluler.

Dimungkinkan untuk mengalihkan penekanan ke elemen lain, seperti kegunaan yang dirasakan atau kemudahan penggunaan, yang mungkin berdampak signifikan pada niat pengguna. Dengan demikian, bisnis dapat menyesuaikan pengembangan layanan dan upaya pemasaran mereka dengan lebih baik sesuai dengan tuntutan dan preferensi pelanggan mereka. Informasi penting diberikan oleh temuan uji model struktural, yang menunjukkan bahwa efikasi diri yang dirasakan secara signifikan memengaruhi kemudahan penggunaan yang dilaporkan.

Hasil ini konsisten dengan penelitian lain yang telah menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri mereka. Bagi perusahaan dompet elektronik, meningkatkan efikasi diri yang dirasakan pelanggan dalam konteks pembayaran seluler dapat menjadi taktik yang berhasil. Ini dapat dilakukan dengan memberikan pedoman penggunaan yang jelas dan mudah dipahami serta informasi dan pelatihan yang memadai. Dengan meningkatnya rasa percaya diri pengguna dalam menggunakan pembayaran seluler, diharapkan persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan pembayaran seluler juga akan meningkat. Dengan temuan ini, perusahaan dompet elektronik dapat merancang strategi untuk meningkatkan persepsi efikasi diri penggunaannya. Melalui langkah-langkah seperti memberikan panduan yang lebih baik, informasi yang lebih lengkap, dan penggunaan praktis, diharapkan kepercayaan diri pengguna dalam menggunakan dompet elektronik juga akan meningkat. Hal ini dapat membantu meningkatkan adopsi dan penggunaan dompet elektronik.

KESIMPULAN

Pemrosesan dan analisis data telah menghasilkan kesimpulan bahwa sikap terhadap pembayaran seluler dalam konteks dompet elektronik secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang lebih positif tentang penggunaan dompet elektronik jika mereka semakin yakin bahwa dompet tersebut praktis dan mudah digunakan.

Untuk mengubah persepsi konsumen tentang layanan pembayaran seluler, bisnis harus terus berfokus pada dan meningkatkan kedua area ini. Selain itu,



perilaku dan niat yang terkait dengan pembayaran seluler secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh sikap terhadap pembayaran seluler. Ini berarti bahwa semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan dompet elektronik, semakin besar keinginan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan juga harus terus memperhatikan citra positif layanan untuk meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakannya.

Namun, kredibilitas yang dirasakan dan efikasi diri yang dirasakan tidak secara signifikan memengaruhi perilaku dan niat pembayaran seluler. Ini berarti bahwa meskipun pengguna mungkin merasa yakin dengan kemampuan mereka untuk menggunakan dompet elektronik atau percaya pada keandalan dompet elektronik, hal ini tidak secara langsung memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan tidak perlu terlalu fokus untuk meningkatkan kedua aspek tersebut guna meningkatkan minat pembayaran melalui ponsel. Berdasarkan hasil analisis, para peneliti mengantisipasi bahwa temuan ini akan berdampak positif terhadap pengembangan perusahaan di masa mendatang, khususnya terkait penciptaan layanan pembayaran melalui ponsel seperti dompet elektronik. Untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong penerimaan publik terhadap layanan pembayaran melalui ponsel, perusahaan berharap dapat lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan minat pengguna terhadap layanan ini. Pemahaman ini akan membantu mereka merancang strategi pemasaran dan pengembangan layanan yang lebih efektif.

Selain itu, para peneliti juga mendorong penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan penelitian ini lebih jauh. Hal ini dapat dilakukan dengan memperluas cakupan sampel, melibatkan lebih banyak variabel, atau menggunakan pendekatan metodologi yang lebih mendalam. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian lebih lanjut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna saat menggunakan ponsel, sehingga memberikan panduan yang lebih baik bagi perusahaan dalam mengembangkan layanan yang lebih baik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Didik Madyatmadja, E., Liliana, L., Fernandes Andry, J., & Tannady, H. (2020). RISK ANALYSIS OF HUMAN RESOURCE INFORMATION SYSTEMS USING COBIT 5 RISK ANALYSIS OF HUMAN RESOURCE INFORMATION SYSTEMS USING COBIT 5 EVARISTUS DIDIK MADYATMADJA, 2 LYDIA LILIANA. *Article in Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 15(21). <https://www.researchgate.net/publication/346643786>
- Effendy, F. (2020). Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompet Digital Di Kalangan Milenial. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(2), 1-11. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i2.67>
- Fernandes Andry, J., Gunawan Sudarsono, B., Tannady, H., & Krishartanto, Y. (n.d.). *Enterprise Architecture Using Zachman Framework at Paint Manufacturing Company*. <https://www.researchgate.net/publication/341767660>
- Kegunaan, P. P., Penggunaan, K., Keamanan, D., Niat, T., Kembali, P., Digital, D., Di, L., Bandarlampung, K., Widiyanto, D., Wiryawan, D., Manajemen, J., Ekonomi, F.,



- Bisnis, D., & Lampung, U. (n.d.). *The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, and Security on the Intention to Reuse Linkaja Digital Wallet in Bandarlampung City*. <https://insightasia.com/>
- Kim, S. C., Yoon, D., & Han, E. K. (2016). Antecedents of mobile app usage among smartphone users. *Journal of Marketing Communications*, 22(6), 653–670. <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.951065>
- Nurprihatin, F., & Tannady, H. (n.d.). *An Integrated Transportation Models and Savings Algorithm to Minimize Distribution Costs*. <https://www.researchgate.net/publication/335231165>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pramudito, D. K., S.Pettalongi, S., Risal Tawil, M., A, H., & Zein, A. (2024). Application of Rapid Application Development Method to Design E-Commerce Systems in National Expedition Company to Increase Marketing Effectiveness. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 144–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.489>
- Sudirjo, F., Nurbakti, R., Hadi Nugroho, I., Ekaputra, A., & Yuniarti Utami, E. (2024). Analysis of The Influence of Technology Perceived Quality, Digital Advertising and Technology Digital Experiential Marketing on Customers Intention to Purchase at Marketplace Platform Tokopedia. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 285–290. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.454>
- Sudirjo, F., Setyo Oetomo, D., Grace Putrianti, F., Abubakar, F., & Lamboy Sinaga, V. (2024). Analysis of The Influence of Price, Digital Advertising and E-Service Quality on Digital Repurchase Intention of Online Travel Platform Users. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 170–175. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.493>
- Tannady, H., Dewi, C. S., & Gilbert. (2024). Exploring Role of Technology Performance Expectancy, Application Effort Expectancy, Perceived Risk and Perceived Cost On Digital Behavioral Intention of GoFood Users. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 80–85. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.477>

