

PENGARUH KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN OVO (Studi Mahasiswa UIN STS Jambi)

Berlian Azira¹, Ahmad Syahrizal²
berlianaziraa@gmail.com¹, ahmadsyahrizal@uinjambi.ac.id²
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan dan kemudahan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif dan melibatkan 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling, yaitu mahasiswa yang pernah bertransaksi menggunakan OVO. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO, sementara variabel kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,520, yang berarti 52% variasi minat dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan strategi pemasaran OVO agar lebih efektif menjangkau mahasiswa, sekaligus memberikan kontribusi pada kajian fintech dan perilaku konsumen digital di Indonesia.

Kata kunci: Kemanfaatan, Kemudahan, Minat Menggunakan, OVO, Mahasiswa, Fintech.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of usefulness and ease of use on students' intention to use the OVO application as a digital payment tool at UIN STS Jambi. Employing a quantitative approach with an associative method, the research involved 100 respondents selected through purposive sampling, namely students who had used OVO at least once. Data were collected via an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that usefulness has a positive and significant effect on the intention to use OVO, while ease of use has a positive but insignificant effect. Simultaneously, both variables significantly influence intention with a coefficient of determination (R^2) of 0.520, meaning that 52% of the variation in students' intention can be explained by two variables. These findings are expected to provide insights for developing more effective OVO marketing strategies to attract students, as well as contribute to the literature on fintech and digital consumer behavior in Indonesia.

Keywords: Usefulness, Ease, Interest In Using, OVO, Students, Fintech.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat di era ini telah mengubah gaya hidup masyarakat, fenomena ini membuat mereka semakin bergantung pada keberadaan teknologi informasi yang memudahkan segala sesuatunya dan menjadikan hal tersebut lebih efektif, efisien, dan dinilai lebih ekonomis dibandingkan gaya hidup sebelumnya. Penerapan teknologi informasi telah banyak digunakan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat, hal ini ditandai dengan hadirnya berbagai kemudahan teknologi yang dikembangkan untuk masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak sangat cepat, dunia telah melihat bagaimana kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mampu mengubah manusia dan tatanan ekonomi dunia. Berbagai inovasi yang berkembang sangat cepat dan dinamis menghasilkan suatu produk baru dan mampu menggeser produk yang minim inovasi, salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah pada sistem pembayaran. Salah satu hasil perkembangan Fintech yang dapat dirasakan saat ini oleh masyarakat adalah pesatnya perubahan bentuk uang, baik uang kertas maupun logam mulia yang tergantikan

oleh uang elektronik atau biasa disebut e-money.

Electronic money merupakan instrumen pembayaran non tunai terkini. Electronic money memiliki beberapa keunggulan dibandingkan instrumen pembayaran elektronik lainnya, yaitu mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Sebagai instrumen pembayaran yang cukup populer di Indonesia, electronic money diharapkan mampu mengurangi pertumbuhan penggunaan uang tunai.

Seiring dengan makin mudahnya akses teknologi dalam pembayaran digital, kini berkembang layanan baru berupa dompet digital (e-wallet) sebagai penerus uang elektronik (e-money). Dompet digital ini memungkinkan penggunaannya untuk menyimpan sejumlah dana dalam sebuah aplikasi yang dapat diakses melalui gadget, seperti telepon genggam. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa aplikasi dompet digital yang populer di kalangan masyarakat, seperti OVO, GoPay, Dana, Doku, dan LinkAja. Keunggulan membayar menggunakan dompet digital ini terletak pada kepraktisan, kemudahan, dan keamanannya. Mekanisme pembayaran hanya dilakukan dalam beberapa langkah mudah hingga transaksi dinyatakan berhasil, dan bukti transaksi otomatis terkirim ke riwayat transaksi konsumen.

Salah satu bentuk aplikasi e-money yang saat ini tengah berkembang di Indonesia adalah aplikasi OVO. OVO merupakan platform pembayaran digital dan layanan keuangan di Indonesia. OVO mengakses berbagai persepsi kemudahan yang ditawarkan dalam bentuk aplikasi, seperti pembayaran, transfer, pembelian kembali, dan penarikan.

Kemudahan layanan OVO tidak hanya dapat dirasakan pada operasional OVO saja melainkan dapat digunakan pada aplikasi yang telah bermitra dengan OVO seperti grab, dalam penggunaan aplikasi Grab anda dapat menggunakan e-money OVO sebagai alat pembayaran untuk transaksi pemesanan makanan, transportasi, pengiriman barang, belanja dan lain sebagainya, sehingga OVO dapat memudahkan para penggunaannya untuk melakukan pembayaran secara langsung melalui e-money OVO. Dan juganpada aplikasi belanja Tokopedia dengan memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran transaksi tanpa harus mengunjungi Indomaret atau Alfamart untuk menyelesaikan pembayaran belanja, kini dapat dengan mudah dibayarkan menggunakan OVO yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga menghemat waktu dan mempercepat transaksi pembayaran tanpa harus mengantri dan keluar rumah.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa kemanfaatan dan kemudahan berperan penting dalam membentuk minat terhadap penggunaan dompet digital. Rinuastuti (2020) dalam penelitiannya di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menemukan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan OVO. Arifin (2020) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan berdampak positif terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi OVO di kalangan mahasiswa pascasarjana Universitas Riau. Selain itu, penelitian oleh Sari (2019) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen OVO.

Menurut Davis dalam Abdi, Perceived usefulness (kemanfaatan) didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna suatu teknologi diyakini dapat memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Sedangkan Perceived ease of use (kemudahan) didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan survey pendahuluan kepada 21 mahasiswa UIN STS Jambi yang dipilih secara acak dari fakultas yang berbeda untuk menanyakan pandangan mahasiswa UIN STS Jambi terkait Pembayaran Elektronik OVO.

No	Pertanyaan	Jawaban Mahasiswa		
1	Mengetahui sistem pembayaran OVO	Ya: 19 Orang	Tidak: 2 Orang	
2	Tingkat menggunakan OVO	Ya: 17 Orang	Tidak: 4 Orang	
3	Tingkat menggunakan OVO	Sering: 2 orang	Tidak Sering: 3 Orang	Sangat tidak sering: 16 Orang

Dari hasil survei menunjukkan bahwa peminat OVO dikalangan Mahasiswa sangat rendah padahal mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja yang mana dapat disebut juga dengan generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan sangat pesat. Generasi ini identik dengan adanya perkembangan teknologi apalagi di tahun 2025 layanan keuangan digital di Indonesia termasuk OVO terus mengalami perkembangan dan inovasi. Dengan semakin meningkatnya adopsi teknologi digital di kalangan generasi muda, penelitian ini menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa di UIN STS Jambi merespons kemudahan dan kemanfaatan OVO. Pasca pandemi COVID-19, perilaku konsumen, termasuk mahasiswa, semakin cenderung beralih ke pembayaran digital. Di tahun 2024 ini apakah perubahan perilaku masih bertahan dan bagaimana kemanfaatan serta kemudahan OVO berperan dalam mempertahankan minat mahasiswa. Mahasiswa semakin mencari layanan yang memudahkan kehidupan sehari-hari mereka, termasuk dalam hal pembayaran. Penelitian ini dapat menjelaskan apakah fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh OVO cukup menarik untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan semakin banyaknya pilihan dompet digital seperti DANA, ShopeePay, dan GoPay, penting untuk memahami apa yang membuat mahasiswa memilih OVO di tengah kompetisi yang ketat.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul —Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan terhadap minat menggunakan OVO pada Mahasiswa UIN STS Jambill, karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana kemanfaatan dan kemudahan penggunaan OVO, apakah kemanfaatan dan kemudahan OVO dapat memengaruhi minat mahasiswa UIN STS Jambi di tengah perkembangan keuangan digital.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Menurut Sugiyono dalam Sandu, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dimana hasilnya akan disajikan dalam bentuk laporan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Data Primer

Sumber Data Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang di lakukan oleh peneliti. Data primer disebut

juga sebagai data asli atau data baru. Data primer diperoleh melalui kegiatan survei dengan cara menyebarkan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

No	R Hitung	Tabel	Keterangan
1	0.8002	.1966	Valid
2	0.8473	.1966	Valid
3	0.8384	.1966	Valid
4	0.8442	.1966	Valid
5	0.7821	.1966	Valid

Berdasarkan tabel hasil dari uji validitas variable Kemanfaatan menunjukkan bahwa data yang terkumpul valid. R hitung lebih besar dari R tabel. Dua pernyataan dari variable kemanfaatan menunjukkan angka yang lebih besar dari R tabel.

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.8591	0.1966	Valid
2	0.8773	0.1966	Valid
3	0.7854	0.1966	Valid
4	0.8342	0.1966	Valid
5	0.8042	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel hasil dari uji validitas variable Kemudahan menunjukkan bahwa data yang terkumpul valid. R hitung lebih besar dari R tabel. Dua pernyataan dari variable kemudahan menunjukkan angka yang lebih besar dari r tabel 0.1966.

No	R Hitung	Tabel	Keterangan
1	0.8552	1966	Valid
2	0.9051	1966	Valid
3	0.8811	1966	Valid
4	0.8731	1966	Valid
5	0.8731	1966	Valid

Berdasarkan tabel hasil dari uji validitas variable perilaku konsumsi menunjukkan bahwa data yang terkumpul valid. R hitung lebih besar dari R tabel. Dua pernyataan dari variable perilaku konsumsi menunjukkan angka yang lebih besar dari r tabel 0.1966

2. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kemanfaatan (X1)	0,879	0,60	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,888	0,60	Reliabel
Minat (Y)	1,949	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menghasilkan nilai cronbach_s alpha memiliki nilai lebih besar dari > 0.60 dari variable Kemanfaatan (X1), Kemudahan (X2), dan variabel Minat (Y) sehingga dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.74331309	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.061	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.063	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.061	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.055
		Upper Bound	.067

Hasil perhitungan kolmogorov smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.063 > 0.05$. Dengan demikian data yang diuji dapat dikatakan berdistribusi normal dan dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

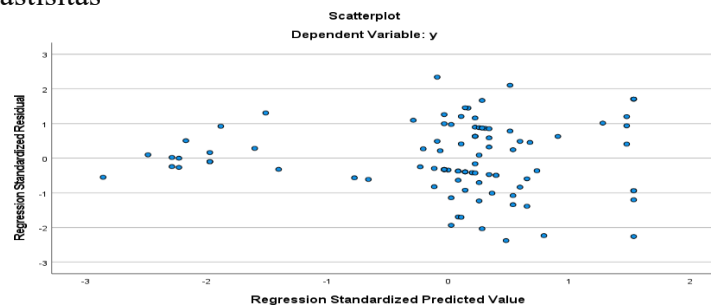
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.995	2.431		2.878	.005		
	x1	.377	.183	.303	2.061	.042	.412	2.428
	x2	.085	.162	.078	.527	.600	.412	2.428

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel Kemanfaatan (X1) adalah (0,412), dan Kemudahan (X2) adalah (0,412) sedangkan nilai VIF Kemanfaatan (X1) adalah (2,428) dan Kemudahan X2 (2.428) $< 10,00$. Maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil analisis grafik diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, dan tidak bisa terdapat pola tertentu yang jelas. Maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pembahasan

1. Pengaruh Kemanfaatan (X1) Terhadap Minat Menggunakan OVO Studi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Tahaha Saifuddin Jambi.

Berdasarkan hasil analisis regresi parsial, variabel kemanfaatan memiliki nilai t hitung sebesar 2,061 dan nilai signifikansi 0,042 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi untuk menggunakan OVO.

Hasil ini menggambarkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan OVO dalam aktivitas sehari-hari. Dalam konteks ini, kemanfaatan bukan hanya bermakna fitur-fitur canggih, tetapi bagaimana aplikasi ini membantu pengguna menyelesaikan kebutuhan

praktis secara efisien. Beberapa aspek manfaat yang paling dirasakan oleh mahasiswa, berdasarkan indikator dan temuan lapangan, meliputi:

- a. Efisiensi waktu: Mahasiswa tidak perlu lagi pergi ke ATM atau minimarket untuk menyelesaikan pembayaran.
- b. Fleksibilitas: Dapat digunakan untuk membayar transportasi (Grab), belanja online (Tokopedia), pulsa, listrik, air, hingga BPJS.
- c. Keuntungan tambahan: Seperti cashback dan OVO Points yang bisa digunakan untuk transaksi selanjutnya.
- d. Keamanan transaksi: Adanya notifikasi transaksi dan riwayat pembayaran yang jelas, sehingga pengguna merasa aman.

Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya melihat aplikasi dari sisi teknologi, tapi dari seberapa besar manfaat nyata yang bisa mereka peroleh dalam menjalankan aktivitas keuangan mereka.

Secara teoritis, hal ini sesuai dengan prinsip dalam teori perilaku konsumen bahwa seseorang akan memiliki minat atau keinginan untuk menggunakan suatu produk apabila produk tersebut memberikan nilai atau solusi langsung terhadap kebutuhan hidupnya. Kemanfaatan tersebut berperan sebagai nilai guna yang membuat konsumen merasa aplikasinya relevan, praktis, dan membantu.

2. Pengaruh Kemudahan (X2) Terhadap Minat Menggunakan OVO Studi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Dari hasil uji parsial, diperoleh $t_{hitung} = 0,527 < t_{tabel} = 1,985$ dan nilai signifikansi $0,600 > 0,05$, maka hipotesis H_2 ditolak. Artinya, kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi menggunakan OVO.

Meskipun kemudahan penggunaan merupakan faktor penting menurut model TAM, hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan saja belum cukup untuk meningkatkan minat. Hal ini bisa jadi karena mahasiswa UIN STS Jambi sudah terbiasa menggunakan berbagai dompet digital lain seperti DANA, GoPay, atau ShopeePay yang juga mudah digunakan, sehingga OVO tidak memberikan nilai pembeda yang signifikan dalam hal kemudahan. Berikut Aspek-Aspek Penyebab Variabel Kemudahan Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menggunakan OVO:

- a. Kemudahan dianggap fitur umum, bukan keunggulan kompetitif.
- b. Kemudahan tidak menimbulkan dorongan baru, karena mahasiswa merasa itu sudah sewajarnya.
- c. Kemudahan tidak berarti jika fungsi aplikasi tidak cocok dengan kebutuhan nyata.
- d. Minat dibentuk oleh kebiasaan sosial, bukan hanya fitur yang mudah.
- e. Kemudahan kalah pengaruh dibanding manfaat finansial langsung.

Variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan OVO karena dianggap sebagai hal yang umum, bukan lagi keunggulan. Mahasiswa lebih tertarik pada faktor-faktor lain seperti manfaat nyata, fungsi yang relevan dengan aktivitas harian, pengaruh sosial, serta keuntungan finansial langsung.

Pengaruh Kemanfaatan (X1) dan Kemudahan (X2) Terhadap Minat (Y) menggunakan OVO Studi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Tahaha Saifuddin Jambi.

Berdasarkan uji F, diperoleh $F_{hitung} = 7,514 > F_{tabel} = 3,939$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis H_3 diterima. Artinya, secara simultan kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi menggunakan OVO.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan secara parsial tidak signifikan, namun jika digabungkan dengan kemanfaatan, keduanya mampu secara bersama-sama memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan OVO. Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa keputusan penggunaan teknologi biasanya tidak hanya didasarkan pada satu aspek, tetapi pada kombinasi dari beberapa manfaat dan kenyamanan.

KESIMPULAN

1. Pengaruh Kemanfaatan (X1) terhadap Minat Menggunakan OVO (Y) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi dalam menggunakan OVO. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan mahasiswa seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, keamanan, serta keuntungan berupa cashback atau poin, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan OVO. Hal ini membuktikan bahwa persepsi kemanfaatan menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa dalam memilih layanan dompet digital. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan OVO.
2. Pengaruh Kemudahan (X2) terhadap Minat Menggunakan OVO (Y) Variabel kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aplikasi OVO mudah dipahami, mudah digunakan, dan memiliki antarmuka yang sederhana, faktor kemudahan belum cukup kuat untuk meningkatkan minat mahasiswa. Penyebabnya adalah karena hampir semua aplikasi dompet digital (seperti DANA, ShopeePay, dan GoPay) juga menawarkan tingkat kemudahan yang relatif sama, sehingga faktor ini bukan lagi menjadi pembeda yang dominan.
3. Pengaruh Kemanfaatan (X1) dan Kemudahan (X2) secara simultan terhadap Minat Menggunakan OVO (Y) Secara simultan, kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa UIN STS Jambi dalam menggunakan OVO. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi manfaat nyata yang ditawarkan oleh OVO serta kemudahan penggunaan aplikasi dapat mendorong mahasiswa untuk lebih berminat menggunakan OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nurya Dina. —Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. | Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 8, no. 3 (2020): 1006–12
- Alamsyah, Abdi. —Pengaruh penerimaan sistem pembayaran gopay menggunakan technology acceptance-model terhadap pendapatan driver gojek di kota medan, | 2019.
- Almukiani, Siti, et al. "PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM
- Ambok Pangiuk, —Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Penurunan Kemiskinan Di Provinsi Jambi Tahun 2009-2013, | ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research 2, no. 2 (2018): h.62.
- Anam, Choiril, dan M.E.I. —E-Money (uang elektronik) dalam perspektif Hukum Syari'ah. | Qawānīn Journal of Economic Syaria Law 2, no. 1 (2018): 95–112.
- Anggraini, Resi Putri, Novi Mubyarto, and Addiarrahman Addiarrahman. "Analisis Technology Acceptance Model Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Mobile Banking Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Jambi." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 9.1 (2023): 1576-1588.
- Arsi, Andi, dan Herianto Herianto. —Langkah-langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS, | 2021.
- Atriani, APLHRB, Lalu Adi Permadi, dan Baiq Handayani Rinuastuti. —Pengaruh Persepsi Manfaat

- dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. | Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora 6, no. 1 (2020): 54–61.
- Azzahroo, Risma Arum, dan Sri Dwi Estiningrum. —Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. | Jurnal Manajemen Motivasi 17, no. 1 (2021): 10.
- Baso, Sardjan, dan Basra. “Penerapan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada PT. Mandiri Perkasa Utama Di Makassar.” Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 6, no. No 2 (2023). <https://doi.org/10.56070/jinema.v6i2.80.299>.
- Bhirawa, WT. —Proses pengolahan data dari model persamaan regresi dengan menggunakan statistical product and service solution (SPSS). | Jurnal Mitra Manajemen 7, no. 1 (2020): h. 6.
- Cendekia, M.S., M.S. Dr. Drs. Ismail Nurdin, M.S. Dra. Sri Hartati, dan A.I. 228/JTI/2019.
- Darmawi, Herman. Manajemen perbankan. Bumi Aksara, 2011.
- Dini Oktavia and Rofiqoh Frawati, —Gen-Z Dan Minat Beli Kosmetik Di ECommerce, | Manajemen Keuangan Syariah 5, no. 1 (2025): h.94.
- Effendy, Faried, Janner Simarmata, A Rumondang, dan Acai Sudirman. —Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital, | 2019.
- Fitria, Dea, Eja Armaz Hardi, and Agusriandi Agusriandi. "PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI MOBILE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
- Fitriani, D. Perilaku Konsumen Digital. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Ginting, Paham, dan Syafrizal Helmi Situmorang. —Filsafat ilmu dan metode riset. | Terbitan Pertama. Medan USUPress, 2018, hlm 78.
- Habriyanto Habriyanto, Bambang Kurniawan, and David Firmansyah, —Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Kerupuk Ikan SPN Kota Jambi, | Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi 21, no. 2 (2021): h.857.
- Habriyanto, Habriyanto, and Bambang Kurniawan. "Determinan Minat Mahasiswa Fakultas Halin, Hamid. —Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan semen baturaja di palembang pada pt semen baturaja (PERSERO) Tbk. | Jurnal Ecoment Global 3, no. 2 (2018): h. 10.
- JAMBI." Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen 3.1 (2025): 414-426.
- MANAJEMEN STRATEGI BAGI GEN Z." Jurnal Perspektif Manajemen dan Keuangan 6.3 (2025).
- Marey, Dian Ramadhani Elyosha, dan E Purwanto. —Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). | Technology Adoption: A Conceptual Framework, 2020, 31–50.
- Metodologi Penelitian Sosial. MEDIA SAHABAT CENDEKIA, 2019.
- Mufidah, Zahra Aulia, dan Rachmad Risqy Kurniawan. —Electronic Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Pandangan Islam, | 2022.
- Muhammad Rifkhi, Ahmad Syahrizal, and Achyat Budianto, —Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Locus of Control Terhadap Perilaku Manajemen Bisnis Pada UMKM Parfum Reffil Di Kota Jambi, | Pusat Publikasi Ilmu Manajemen 3, no. 2 (2025):h.254.
- Munsaidah, Siti, Rita Andini, dan Agus Supriyanto. —Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) pada Perusahaan Property Dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014. | Journal Of Accounting 2, no. 2 (2016): h. 7.
- Mutia, Agustina. "Pengaruh gaya hidup dan minat terhadap kebiasaan pembelian barang yang tidak terencana masyarakat kota jambi." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 1.1 (2017): 78-99.
- Nadia Chotimatuz Zuhro, Siti Saroh, dan Dadang Krisdianto, —Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO), | *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)* 10, no. 2 (2021): 284–93.

- Nadia Maharani, Putri Apria Ningsih, and Dessy Anggraini, —Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Investor Muda Di Pasar Modal Syariah,|| Manajemen Keuangan Syariah 5, no. 1 (2025): h.79.
- Novitasari, Rinda, dan Supriyanto Supriyanto. —Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.|| Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan 17, no. 1 (2020): 34–45.
- Nur Oktamayuni, —Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2019,|| Manajemen Keuangan Syariah 1, no. 1 (2021):h.74.
- Oktaviani, Naulia, Widji Astuti, dan Achmad Firdiansjah. —Pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembentukan komitmen pelanggan dan e-WOM pada pengguna aplikasi e-money _OVO.‘|| Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa 12, no. 1 (2019): 93– 112.
- Pambudi, Amadea Rambu. —Analisa perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavior intention pada aplikasi digital payment OVO.|| Jurnal Strategi Pemasaran 6, no. 2 (2019): 10.
- Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Menabung Pada Bank Syariah XYZ." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 5.1 (2021): 73-85.