

## Analisis Preferensi Penggunaan *E-Payment* Pada Konsumen Generasi Generasi Z di Kabupaten Fakfak

**Muh. Fachruddin**

Politeknik Negeri Fakfak

**Tri Bata Biru Saputri**

Politeknik Negeri Fakfak

Jl. Imam Bonjol, Tanema, Kec.Fakfak, Kab.Fakfak, Papua Barat. 98611

*muh\_fachruddin@polinef.id*

**Abstract.** *Aspects of people's lives and behavior have changed a lot as a result of the rapid development of information technology. The financial aspect is one that is affected, which is marked by buying and selling transactions using digital payments (electronic payments). This was triggered by increasing the financial literacy skills of the community, especially the younger generation. Fakfak Regency is one of the districts included in West Papua Province where the Regional Government continues to encourage people to switch to digital financial transactions because it is faster, easier, safer and more reliable. Generation Z is used to information that is easily accessible via the internet and has greater ability to use information technology, one of which is using digital payment transactions (E-payment). This research aims to understand in depth the preferences for using e-payment, the obstacles faced, and the solutions desired by Genresai Z consumers. This research uses a qualitative approach with in-depth interviews as the main method of data collection. The research sample consisted of Generation Z consumers with diverse backgrounds, experiences and preferences regarding the use of e-payment. The research results show that the preference for using e-payment among Generation Z consumers in Fakfak Regency is influenced by several factors. Ease and speed in carrying out transactions, comfort and flexibility in payments are the main reasons for choosing e-payment.*

**Keywords:** *preferences, Generation Z, e-payment.*

**Abstrak.** Aspek kehidupan dan perilaku masyarakat telah banyak berubah akibat dari perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat. Aspek keuangan merupakan salah satu yang terpengaruh yang ditandai dengan telah dilakukannya transaksi jual beli menggunakan pembayaran digital (*electronic payment*). Hal tersebut dipicu oleh peningkatan kemampuan literasi keuangan masyarakat terutama generasi muda. Kabupaten Fakfak salah satu kabupaten yang termasuk dalam wilayah Provinsi Papua Barat dimana Pemerintah Daerah terus mendorong masyarakat untuk beralih melakukan transaksi keuangan secara digital karena lebih cepat, mudah, aman, dan andal. Generasi Z telah terbiasa dengan informasi yang mudah diakses melalui internet dan memiliki kemampuan yang lebih dalam menggunakan teknologi informasi salah satunya dalam menggunakan transaksi pembayaran digital (*E-payment*). Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang preferensi penggunaan *e-payment*, kendala yang dihadapi, dan solusi yang diinginkan oleh konsumen Genresai Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode utama

pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari konsumen Generasi Z yang beragam latar belakang, pengalaman, dan preferensi terkait penggunaan *e-payment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi penggunaan *e-payment* pada konsumen Generasi Z di Kabupaten Fakfak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, kenyamanan serta fleksibilitas dalam pembayaran menjadi alasan utama dalam memilih *e-payment*.

Kata Kunci: preferensi, Generasi Z, *e-payment*.

## LATAR BELAKANG

Penggunaan *e-payment* semakin berkembang pesat di berbagai daerah termasuk di Kabupaten Fakfak. Melihat tren ini, sangat penting untuk memahami preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-payment*, terutama pada konsumen milenial yang memiliki dampak besar terhadap penggunaan teknologi. Generasi Z dianggap sebagai generasi yang aktif menggunakan teknologi dan memiliki preferensi konsumsi yang berbeda. Menganalisis preferensi mereka terhadap *e-payment* dapat memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana teknologi ini dapat berkembang di masa depan. Dengan memahami preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-payment*, perusahaan *e-payment* dan penyedia layanan keuangan dapat melakukan penyesuaian untuk meningkatkan kualitas layanan. Hal ini akan membantu meningkatkan adopsi dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi ini. Penggunaan *e-payment* atau pembayaran elektronik semakin meningkat di Indonesia, termasuk di Kabupaten Fakfak. Hal ini terlihat dari adopsi beberapa aplikasi *e-payment* oleh masyarakat di Kabupaten Fakfak seperti Go-Pay, OVO, dan LinkAja. Penggunaan *e-payment* diharapkan dapat memberikan kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam melakukan transaksi keuangan. Konsumen milenial dianggap sebagai salah satu kelompok yang paling aktif dalam menggunakan *e-payment*. Oleh karena itu, analisis preferensi penggunaan *e-payment* pada konsumen milenial di Kabupaten Fakfak sangat penting untuk memahami tren penggunaan dan meningkatkan kualitas layanan. Kabupaten Fakfak merupakan termasuk dalam Papua Barat merupakan yang memperoleh indeks kemiskinan digital yang masih tinggi karena Kemampuan untuk mengakses teknologi informasi dan komunikasi menjadi terbatas serta minimnya pemanfaatan internet untuk digital marketing atau menggunakan ecommerce yang berhubungan tingginya indeks kemiskinan digital (Fachruddin, Nur, & Basri, 2022). Hal tersebut. Diharapkan dengan adanya penelitian terkait penggunaan *e-payment* di Kabupaten

Fakfak khususnya konsumen Generasi Z dapat meningkatkan literasi digital dan keuangan.

Kabupaten Fakfak juga memiliki potensi untuk mengembangkan ekosistem digital yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Analisis preferensi penggunaan *e-payment* dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dalam membangun infrastruktur dan layanan yang lebih baik. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menggali informasi mendalam tentang preferensi penggunaan *e-payment*, kendala yang dihadapi, dan solusi yang diinginkan oleh konsumen Genresai Z. Ini akan membantu mengatasi tantangan dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi *e-payment*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis preferensi penggunaan *e-payment* pada konsumen milenial di Kabupaten Fakfak menggunakan metode kualitatif untuk memahami tren penggunaan, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi, kendala atau hambatan, serta upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan *e-payment* untuk meningkatkan preferensi penggunaan *e-payment* pada konsumen milenial.

## **KAJIAN TEORITIS**

Preferensi mengacu pada pilihan atau kecenderungan seseorang terhadap satu hal daripada yang lain, berdasarkan pada faktor-faktor seperti keyakinan pribadi, nilai-nilai, preferensi subjektif, atau pengalaman sebelumnya (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks analisis preferensi penggunaan *e-payment* pada konsumen Generasi Z di Kabupaten Fakfak, preferensi mengacu pada alasan-alasan dan faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa konsumen dari generasi ini lebih suka atau cenderung menggunakan metode pembayaran elektronik (*e-payment*) daripada metode pembayaran tradisional seperti uang tunai atau cek. Preferensi ini bisa dipengaruhi oleh kenyamanan, kemudahan, keamanan, dan nilai-nilai lain yang dipegang oleh individu, serta faktor-faktor seperti literasi digital dan pengalaman pribadi.

Preferensi konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya, nilai-nilai, persepsi kualitas, harga, gaya hidup, dan aspek psikologis lainnya. Dalam dunia bisnis dan pemasaran, memahami preferensi konsumen sangat penting karena ini memungkinkan perusahaan untuk mengarahkan upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami preferensi

konsumen, perusahaan dapat merancang produk yang sesuai dengan selera dan harapan konsumen, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Preferensi konsumen dapat berubah seiring waktu karena pengaruh tren sosial, perkembangan teknologi, dan perubahan dalam lingkungan ekonomi.

Generasi Z adalah generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Terlahir antara tahun 1995 sampai 2012. Keberadaan teknologi dan internet menjadi elemen penting dari kehidupan dan keseharian mereka. Bagi Generasi Z teknologi dan internet merupakan sesuatu hal yang harus ada, bukan merupakan sebuah inovasi seperti pandangan generasi lainnya. Kemajuan teknologi dan pesatnya arus informasi melalui internet telah mempengaruhi kehidupan Generasi Z. Generasi Z sangat akrab dengan media sosial. Hasil penelitian Palley 2012 dalam Turner (2015) memperlihatkan bahwa 60% responden Generasi Z memulai kehidupan sosial mereka secara online, 50% Generasi Z lebih menyukai berkomunikasi secara online daripada berbicara langsung di kehidupan nyata, bahkan 70% Generasi Z lebih nyaman berkomunikasi dengan temannya secara online (A. Turner, 2015).

Generasi Z sering kali menggunakan berbagai jenis transaksi dalam kehidupan sehari-hari mereka, terutama dengan berkembangnya teknologi digital dan solusi pembayaran elektronik (Hastini, Fahmi, & Lukito, 2020). Beberapa jenis transaksi yang umumnya digunakan oleh Generasi Z meliputi:

1. *E-payment* (Pembayaran Elektronik): Generasi Z cenderung menggunakan *e-payment* untuk membayar berbagai layanan dan produk secara online. Ini termasuk pembayaran tagihan, pembelian barang di toko online, pembayaran transportasi umum, dan lain sebagainya. Metode *e-payment* meliputi kartu kredit/debit, dompet digital (e-wallet), transfer bank online, dan platform pembayaran digital seperti PayPal, Venmo, dan lainnya.
2. *M-Payment* (Pembayaran Melalui Perangkat Mobile): Banyak Generasi Z menggunakan aplikasi perbankan atau dompet digital di ponsel mereka untuk melakukan transaksi pembayaran sehari-hari. Mereka dapat membayar menggunakan QR code atau teknologi NFC (Near Field Communication).
3. **Pembelian Online:** Generasi Z cenderung sering melakukan pembelian online, termasuk dari situs e-commerce atau aplikasi belanja. Mereka menggunakan kartu kredit, debit, atau dompet digital untuk melakukan pembayaran.

*E-payment* didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu dan *e-payment* juga sering disebut dengan Uang Elektronik (*Electronic Money*). Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.

*E-payment* didefinisikan sebagai transfer nilai pembayaran elektronik dari pembayar ke penerima pembayaran melalui mekanisme pembayaran elektronik. Layanan *e-payment* ada sebagai antarmuka pengguna berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mengelola rekening bank dan transaksi mereka dari jarak jauh. *E-payment* juga dapat didefinisikan sebagai layanan perbankan modern dengan memanfaatkan teknologi yang dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan profuktifitas *e-payment* adalah salah satu pengiriman uang secara elektronik atau digital antara dua pihak sebagai kompensasi atau pembayaran untuk suatu barang atau jasa (Yutaviando & Fazaalloh , 2019).

Terdapat beberapa faktor kesuksesan dalam *e-payment* (Yuki Reza, 2019), yaitu:

1. *Independence*, yaitu beberapa bentuk *E-payment* membutuhkan software atau hardware khusus untuk membayar. Pembayaran elektronik metode ini membutuhkan penjual/merchant untuk menginstall *software* khusus untuk menerima dan melakukan pembayaran;
2. *Interoperability and portability*, yaitu bentuk *e-payment* dengan sistem yang menghubungkan antara sistem perusahaan lain dengan aplikasi. Metode pembayaran ini membutuhkan platform standard;
3. *Security*, tingkat keamanan, jaminan dan resiko untuk pembayar lebih tinggi dari pada resiko penerima;
4. *Anonymity*, Beberapa pembeli ingin identit (Yutaviando & Fazaalloh , 2019)as mereka pada tiap pembelian untuk tetap tidak ada namanya. Untuk keberhasilan, maka metode pembayaran seperti E-Cash harus menjaga anonymity;
5. *Ease of Use*, standar yang digunakan dalam kemudahan pemakaian;
6. *Transaction Fees*, mekanisme pembagian keuntungan antar pihak yang terlibat dalam *E-payment*;
7. *Regulacy*, semua pembayaran diatur dengan peraturan internasional dan negara.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan tujuan agar makna yang berasal dari masalah sosial dapat dipahami dengan memberikan gambaran secara keseluruhan dan kompleks (Cresswell, 2014). Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk dapat mengidentifikasi masalah dari sudut pandang partisipan penelitian dan memahami arti dan interpretasi yang mereka berikan terhadap tingkah laku, kejadian, atau objek. Pendekatan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara yang dilakukan pada generasi Z yang memiliki umur 18-26 tahun untuk mengetahui preferensi penggunaan *e-payment* di Kabupaten Fakfak.

Unutk memperoleh data yang dibutuhkan digunakan metode pengumpulan data dengan melakuakn Observasi, Wawancara dan Studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah model interaktif dari Miles dan Huberman (Sugiyono, 2012), yakni analisis data dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)
2. *Data Display* (Penyajian Data)
3. *Conclusion Drawing/Verification*

Pengecekan keabsahan data penelitian ini dilakukan melalui tahap pengecekan kredibilitas data dengan teknik *triangulation* yaitu mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh (Moleong, 2001).

Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*, untuk dapat memberikan informasi yang lebih akurat terkait masalah yang diteliti. Informan tersebut memiliki kriteria berdasarkan :

- 1) Memiliki Usia 18-25
- 2) Telah menggunakan *E-payment* lebih dari 6 bulan

Jumlah responden yang dalam penelitian ini berjumlah 50 orang berpartisipasi yang terdiri dari 15 Laki-laki dan 35 Perempuan, dengan rentan usai 18-24 Tahun, yang dimana usia 19 tahun yang lebih banyak menggunakan *e-payment* dalam penelitian ini yaitu sebesar 30 %. Dimana usia tersebut tergolong masa remaja yang terbiasa menggunakan

perangkat digital. Dengan masa penggunaan *e-payment* kurang dari 1 tahun hingga pemakaian lebih dari 5 tahun. Pengguna tertinggi yang ada penelitian ini adalah lama penggunaan kurang dari 1 tahun, 1 tahun, dan 3 tahun memiliki presentasi yang sama yaitu 26 %.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan obesrsavi yang dilakukan Preferensi untuk menggunakan pembayaran atau transaksi melalui *e-payment* atau tradisional adalah responden lebih memilih menggunakan *e-payment* dengan jumlah persentasi sebesar 82%, berdasarkan hasil wawancara yang dapat dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel.1 Penggunaan transaksi menggunakan *e-payment***

<b>Penggunaan <i>E-payment</i></b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
<i>E-payment</i>	41	82
Keduanya	4	8
Tradisional	5	10
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

*Sumber: data yang diolah*

Hal tersebut mencerminkan bahwa responden lebih memilih menggunakan *e-payment* dalam bertransaksi dari pada tradisional (cash) karena adanya tingkat kepercayaan responden (konsumen) yang tinggi yaitu 94%, berdasarkan hasil wawancara yang dapat dilihat pada table 2.

**Tabel. 2 Tingkat kepercayaan meggunakan *e-payment***

<b>Kepercayaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Percaya	47	94
Ragu	3	6
Tidak	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

*Sumber: data yang diolah*

Penggunaan *e-payment* yang paling banyak digunakan oleh Responden adalah Mobile banking (28,7%), ShopeePay (21,7%), Dana (21,7%), kemudian aplikasi lainnya sebanyak 32%, berdasarkan hasil wawancara yang dapat dilihat pada table 3.

**Tabel.3 *E-payment* yang digunakan responden**

<i>E-payment</i>	Jumlah	%
Mobile Banking (transfer)	33	28,7
ShopeePay	25	21,7
Dana	25	21,7
Gopay	10	8,7
Qris	9	7,8
OVO	8	7,0
Paypal	2	1,7
Brimo	2	1,7
Lainnya	1	0,9
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>

*Sumber: data yang diolah*

Faktor yang mempengaruhi preferensi pengguna menggunakan *e-payment* dari hasil dari wawancara adalah praktis, aman, mudah, nyaman, terjangkau, efisien, fleksibel, tepat, simpel, efektif dan cepat. Dengan 3 faktor yang paling tinggi mempengaruhi responden adalah faktor yang pertama kemudahan, kedua Kecepatan, ketiga Praktis, seperti yang ada pada table berikut:

**Tabel.4 Faktor menggunakan *e-payment***

Alasan Utama	Jumlah	%
Kemudahan	35	44
Kecepatan	11	14
Praktis	8	10
Keamanan	7	9
Efisien	5	6
Kenyaman	5	6
Fleksibel	3	4
Terjangkau	2	3
Tepat	1	1
Simpel	1	1
Efektif	1	1
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

*Sumber: data yang diolah*



Meskipun rata-rata pengguna *e-payment* merasakan kemudahan dan aman dalam penggunaannya, namun Responden menyatakan mengalami kendala dalam menggunakan *e-payment* sebesar 48% dan 52 % menyatakan tidak ada kendala, angka ini termasuk tinggi dalam kendala yang dihadapi responden. Kendala tersebut terjadi karena adanya permasalahan jaringan yang jelek/gangguan sebesar 70,83 %. Hal tersebut memang telah menjadi yang paling dasar dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital atau *e-payment*. Kabupaten Fakfak memang mempunyai kualitas jaringan yang kurang baik seperti kota-kota besar lainnya.

**Tabel.5 Permasalahan dalam penggunaan *E-payment***

Permasalahan	Jumlah	%
Akses Internet/ Jaringan yang kurang baik	17	70.83
belum terbiasa	1	4.17
keamanan	1	4.17
lebih boros	1	4.17
lupa password	2	8.33
sistem eror	1	4.17
paket data terbatas	1	4.17
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

*Sumber: data yang diolah*

Harapan pengguna *e-payment* di kabupaten Fakfak agar ada peran pemerintah maupun non pemerintah untuk dapat meningkatkan fasilitas dan penggunaan *e-payment* berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel.6 Harapan pengguna *E-payment***

No.	Kategori	Sub Kategori	Pihak yang berperan
1	Aspek Sarana dan Prasarana	Meningkatkan kualitas jaringan	Pemerintah Daerah
		Menambahkan infrastruktur	
		Meningkatkan akses layanan	
2	Aspek Kebijakan	Perlu dilakukan sosialisasi	Pemerintah Daerah, Instansi Pendidikan, Pelaku Usaha
		Meningkatkan jumlah pengguna	
		Digunakan oleh UMKM	

No.	Kategori	Sub Kategori	Pihak yang berperan
3	Aspek Layanan Apikasi	Jaminan Keamanan	Pelaku Usaha, Pengembang aplikasi (developer)
		Mempertahankan kenyamanan	
		Memberikan fitur beragam	

*Sumber: data yang diolah*

Pengguna khususnya Generasi Z memaparkan bahwa masih banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang belum terintegrasi *e-payment*, kemudian permasalahan yang paling sering dikeluhkan adalah akses jaringan internet yang kurang baik di kabupaten Fakfak diperlukan kolaborasi yang baik agar penggunaan *e-payment* lebih berkembang sehingga dapat berdampak bagi pertumbuhan ekonomi dan literasi digital di Kabupaten Fakfak.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini yaitu: Preferensi untuk menggunakan *e-payment* pada konsumen Generasi Z di Kabupaten Fakfak dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu praktis, keamanan, kemudahan, kenyamanan, terjangkau, efisien, fleksibel, tepat, simpel, efektif dan cepat. Dengan 3 faktor yang paling tinggi yaitu kemudahan, Kecepatan, dan Praktis.

Konsumen Generasi Z lebih memilih untuk menggunakan *e-payment* dari pada menggunakan cash sebagai alat pembayaran. *E-payment* yang digunakan oleh pengguna generasi Z di kabupaten fakfak yaitu Mobile Banking, ShopeePay, Dana, Gopay, Qris, OVO, Paypal, dan Brimo.

Mobile Banking, ShopeePay, dan Dana merupakan 3 *e-payment* yang paling banyak digunakan. Penggunaan *e-payment* dalam bertransaksi mengalami beberapa kendala dengan kendala yang paling banyak yaitu permasalahan akses internet atau jaringan yang kurang baik di Kabupaten Fakfak.

## DAFTAR REFERENSI

- A. Turner. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *J. Individ. Psychol.*, 71(2), 103–113.
- Cresswell, J. C. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. USA: Sage Publications, Inc. .
- Fachruddin, M., Nur, M., & Basri, H. (2022). Collaborative Governance dalam Pengembangan UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kabupaten Fakfak. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6).

- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020, April). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1).
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Mahyuni, L. P., & Paramitha, N. A. (2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(5), 583-592.
- Meitry, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies In Economic, Finance, And Banking*, 1(1).
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. H. (2020, Desember). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa 189 Universitas Hasanuddin. *Jurnal Emik*, 3(2).
- Perkasa, H. R., & Setiawati, C. I. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Electronic Wallet (E-Wallet) Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 Agustus*, 7(2), 3536.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuki Reza. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3(1).
- Yutaviando, A., & Fazaalloh, A. (2019). *Analisa Determinan Preferensi Transaksi Non-Tunai (Studi Kasus Penggunaan E-Money Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis)*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.