

Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Gopay dalam *Digital Financial Management*

**Lina Fatimah Lishobrina¹, Maliana Puspa Arum², Chusnul Maulidina Hidayat³,
Livia Irene Widianty⁴, Graciela Putri Wengkau⁵**

IT Telkom Purwokerto

Alamat : Jl. DI Panjaitan No.128, Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
53147

E-mail: lina.fatimah@ittelkom-pwt.ac.id¹, maliana@ittelkom-pwt.ac.id², chusnul@ittelkom-pwt.ac.id³,
21111001@ittelkom-pwt.ac.id⁴, 21111064@ittelkom-pwt.ac.id⁵

Abstract

The progress of technology for digitalisation impact on the payment system, analysis for problem situation, namely checking the quality of the Go-Pay e-wallet in various aspects, the urgency of the activity, namely to find out whether Go-Pay is a good e-wallet product, the goal namely to determine the quality of Gopay e-wallet, In addition to the research approach used, the kind of literature (Library search). The study's data collection procedures included data reduction, qualitative data collection using already-existing data sources, and ethical and logical conclusion-drawing. There is a table showing the results, discussion, and impact of several journals discussing Go-Pay. The advantages of Go-Pay are what encourage Gojek users to use it. Interest in using Gopay digital payment systems is also influenced by perceived utility and convenience of use. User interest is also influenced by the Go-Pay service's level of ease and perks in Indonesia. From the results and discussion of these journals, concluded that GOPAY has a good brand image and application quality that influences satisfaction and intention to continue using the application. The factors that consumers consider when using the Go-pay-wallet are very important in determining customer satisfaction.

Keywords : *Go-Pay, e-wallet, Customer Satisfaction, Digital Financial Management.*

Abstrak

Perkembangan teknologi untuk digitalisasi berdampak pada sistem pembayaran, analisis untuk situasi masalah yaitu memeriksa kualitas *e-wallet* Go-Pay dalam berbagai aspek, urgensi kegiatan yaitu untuk mengetahui apakah Go-Pay bagus produk *e-wallet*, tujuannya yaitu untuk mengetahui kualitas *e-wallet* Gopay, Dalam penelitian ini, selain teknik metodologi, dilakukan pencarian literatur pada perpustakaan untuk memperoleh informasi. Prosedur pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan cara mengurangi data dan menggunakan sumber data yang sudah tersedia, dan penarikan kesimpulan yang etis dan logis. Terdapat tabel hasil, pembahasan, dan dampak dari beberapa jurnal yang membahas tentang Go-Pay. Keunggulan Go-Pay inilah yang mendorong pengguna Gojek untuk menggunakannya. Ketertarikan menggunakan sistem pembayaran digital Gopay juga dipengaruhi oleh utilitas yang dirasakan dan kenyamanan penggunaan. Tingkat dalam mempermudah dan keuntungan menggunakan aplikasi Go-Pay juga mempengaruhi minat pengguna Indonesia. Dari hasil dan pembahasan jurnal tersebut, disimpulkan bahwa GOPAY memiliki brand image dan kualitas aplikasi yang baik sehingga mempengaruhi kepuasan dan niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen saat menggunakan dompet Go-paye sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Go-Pay, e-wallet, Customer Satisfaction, Digital Financial Management*

I. LATAR BELAKANG

Dalam zaman digital saat ini, teknologi mengalami kemajuan yang pesat dan segala sesuatu bisa menjadi lebih mudah. Digitalisasi juga telah mempengaruhi kehidupan masyarakat. Salah satu hal yang mempengaruhi digitalisasi adalah sistem pembayaran. Jika pembayaran pada awalnya hanya dapat dilakukan dengan uang tunai, saat ini sistem pembayaran dapat dilakukan secara digital dengan dompet elektronik atau dompet digital.

Dompet elektronik (dompet elektronik) adalah aplikasi untuk hal-hal digital melalui perangkat seluler online. *E-wallet* sebagai alternatif sistem pembayaran untuk memudahkan penggunaannya agar dapat melakukan transaksi. sebagai salah satu *fintech* (*financial technology*), *e-wallet* dapat dimanfaatkan untuk menyimpan uang secara digital yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan transaksi dan dapat pula menggunakan QR code.

Semakin berkembangnya teknologi, berbagai perusahaan berlomba-lomba memanfaatkannya untuk menciptakan inovasi berupa *e-wallet* sebagai upaya agar permintaankonsumen tetap terpenuhi. Saat ini terdapat berbagai *e-wallet* yang tentunya sudah tidak asing, diantaranya yaitu Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan masih banyak lagi. Berbagai perusahaan tersebut saling berkompetisi untuk memberikan layanan prima untuk konsumen.

Dikenal melalui aplikasi Gojek, Gopay bertransformasi menjadi salah-satu *e-wallet*terpopuler sejak 2019. Gopay yaitu salah satu *e-wallet* yang digunakan sebagai media pembayaran untuk *applications* Gojek, seperti Go-food, Go-ride, Go-car dan sebagainya. Berdasarkan survei dari DailySocial, Gopay adalah *e-wallet* yang merupakan *top user* yaitu sebanyak 87%. Kemudian disusul OVO dengan persentase sebanyak 80,4%, Dana sebanyak 75,6% responden, serta ShopeePay dan LinkAja sebanyak 53,2% dan 47,5%.

Dalam perusahaan jasa, kepuasan pelanggan tergantung pada tingkat pelayanan yang diberikan. Setelah pelanggan mendapatkan hasil tersebut, maka pelanggan akan memiliki rasa percaya kepada perusahaan.

II. KAJIAN TEORITIS

Go-Pay merupakan sebuah aplikasi uang elektronik yang berfungsi sebagai sarana untuk melakukan transfer uang pada Go-Jek. Selain itu, Go-Pay pun dapat digunakan secara mandiri oleh pelanggan atau pengemudi. Aplikasi Go-Pay ini dapat digunakan sebagai *payment* secara online atau langsung dengan entitas hukum yang bekerjasama dengan Gojek. Keberhasilan Go-Pay dalam menarik perhatian publik terbukti dari banyaknya orang yang telah mengunduh Go-Jek dengan fitur Go-Pay sebagai metode pembayaran. (Sisca Aulia, 2020).

Harga memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian karena konsumen tidak hanya membandingkan harga tetapi juga mengevaluasi harga yang diberikan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Saat ini, Gojek menawarkan harga yang sangat terjangkau melalui pembayaran dengan Go-Pay jika dibandingkan dengan pembayaran menggunakan uang tunai. atau menggunakan alat transportasi lainnya. Risiko lain yang dapat muncul adalah risiko teknologi. Walaupun konsumen sudah familiar dengan berbagai metode pembayaran elektronik, dompet teknologi termasuk teknologi yang belum banyak digunakan. Risiko dalam penggunaan teknologi adalah kejahatan dalam teknologi itu sendiri, yang menjadi semakin penting mengingat pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Namun, nama besar Gojek dapat memperkuat kepercayaan konsumen dalam penggunaan teknologi e-wallet, terutama karena Gojek telah bekerja sama dengan beberapa bank untuk mengatasi keamanan dan risiko dalam penggunaan pembayaran Go-Pay. Karena itu, kepercayaan konsumen menjadi faktor yang ikut mendorong penggunaan teknologi seperti Go-Pay. (Yosua, 2019).

Dalam penggunaan layanan pembayaran elektronik seperti Go-Pay, perilaku konsumen terbukti secara signifikan dipengaruhi oleh faktor manfaat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur biaya keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Go-Pay yang disediakan oleh Gojek. (Situngkir dkk, 2018).

Kepuasan pelanggan mengacu pada perasaan senang atau kekecewaan yang dialami oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Ketidakpuasan muncul ketika produk atau jasa yang digunakan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan kepuasan terjadi ketika produk/ jasa sesuai keinginan pelanggan. Harapan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka, sumber informasi lain, seperti orang lain atau iklan dan promosi yang mereka lihat. (Lishobrina, 2020).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pencarian pustaka (*library search*), dan pencarian ini dilakukan hanya berdasarkan publikasi yang diterbitkan. Pengumpulan data untuk menggunakan metode kualitatif, digunakan data yang telah ada, seperti reduksi data dan Kesimpulan diambil dengan menggunakan logika dan etika, dengan mengacu pada beberapa jurnal ilmiah sebagai sumber data yang dikaji dengan perolehan data sekunder yang dapat mendukung kelengkapan dan interpretasi yang diperoleh dari sumber data langsung yaitu data dari jurnal yang telah dipilih. Data sekunder tersebut bersumber dari beberapa *web page* yang menginterpretasikan mengenai perkembangan *fintech* khususnya pada tingkat penggunaan layanan Go-Pay.

Berdasarkan penelusuran data sekunder yang telah kami lakukan membuktikan bahwasannya Go-Pay sebagai layanan pembayaran digital, termasuk yang populer dikalangan masyarakat Indonesia dinyatakan dalam Temuan dari studi Consistency That Leads InsightAsia terbaru: Prospek Industri *E-Wallet* 2023 menunjukkan bahwa Sebanyak 74% dari responden dalam survei ini banyak orang yang aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai transaksi keuangan mereka. Salah satu alasannya adalah karena penggunaan dompet digital dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan sebuah survei dilakukan Sebuah survei dilakukan pada 1.300 responden di 7 kota besar di Indonesia (Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru) pada rentang waktu 19 hingga 30 September 2022. Hasil survei menunjukkan bahwa metode pembayaran lain seperti tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%), dan transfer VA (16%) digunakan oleh responden. Selama lebih dari 5 tahun terakhir, GoPay telah menjadi platform dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen, dengan mayoritas pengguna dompet digital memilih GoPay (71%) dan masih aktif menggunakannya (58%). Selain

itu, GoPay telah dianugerahi penghargaan Bank Indonesia Award dalam kategori Perusahaan Fintech Teraktif Mendukung Gerakan Kas Nasional (GNNT), Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM (fintech indonesia, 2020). Kemudian Gojek memperbesar ekspansi Gopay melalui akuisisi 3 startup *fintech* nasional yaitu Kartuku, Midtrans, dan Mapan sehingga menjadikan Gopay sebagai layanan pembayaran digital dengan teknologi *multi-platform* yang memperkuat argumen pesatnya perkembangan penerapan *fintech* (Gopay) pada perusahaan Gojek.

Analisis Situasi

Penulis melakukan penelitian dengan pengumpulan data yang diambil dari karya tulis atau jurnal-jurnal yang telah dipublikasikan sebelumnya untuk mengetahui apakah Gopay merupakan produk *e-wallet* yang baik dalam berbagai aspek seperti, *brand image*, kepuasan pelanggan, fitur dan desain tampilan, serta kebermanfaatannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kami mendapatkan data yang menunjukkan bahwa Gopay merupakan produk *e-wallet* yang baik.

Urgensi Kegiatan

Penelitian mengenai kepuasan pengguna Go-Pay dalam *Digital Financial Management* ini dilakukan untuk mengetahui bahwa Go-Pay merupakan produk *e-wallet* yang baik dan bisa memenuhi kebutuhan masyarakat terutama dalam sistem pembayaran. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menemukan bukti relevan bahwa Gopay merupakan produk *e-wallet* yang baik dan juga berkualitas.

Tujuan

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui factor yang sekiranya berpengaruh dalam kepuasan masyarakat memanfaatkan salah satu fitur yang tersedia dalam aplikasi Gojek, yaitu Go-Pay. Dengan mengetahui faktor tersebut diharapkan pembaca menjadi paham akan risiko dan keuntungan dalam menggunakan fitur Go-Pay sebagai media aplikasi *e-wallet* dalam perkembangan kemajuan *digital finance* dimasa kini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Sumber Data

No	Judul Jurnal	Hasil
1	Pengaruh Brand Image dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-wallet GOPAY	GOPAY memiliki brand image yang bagus.
2	Pengaruh Kualitas Aplikasi Go-Pay Terhadap Niat Terus Menggunakan Aplikasi Go-Pay Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Di Yogyakarta)	Kepuasan konsumen terbukti dapat mempengaruhi kualitas aplikasi GOPAY dalam niat untuk terus menggunakan aplikasi GOPAY.
3	Faktor-Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa E-Wallet Go-Pay.	Ketika berbelanja online menggunakan e-wallet Go-Pay, konsumen mempertimbangkan berbagai hal seperti fitur lengkap, desain dan tampilan yang menarik, fasilitas yang memudahkan, kepraktisan, penawaran yang menarik, mitra yang banyak, dan keamanan yang terjamin. informasi yang terus berkembang.
4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Gojek menggunakan Gopay	Pengguna Gojek melihat kebutuhan akan Layanan GoPay digunakan oleh pengguna karena keuntungan yang mereka peroleh.
5	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay	Hubungan antara variabel mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung.
6	Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia	Kenyamanan dan manfaat pengguna sangat tertarik dengan layanan Go Pay dan pengaruhnya sangat signifikan.
7	Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay	Kenyamanan pengguna mempunyai dampak yang positif dan penting terhadap kesetiaan pengguna terhadap layanan GoPay.
8	Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek	Sebagai layanan pembayaran, Gopay telah memudahkan bagi para pelanggan untuk melakukan pembayaran secara online, yang telah dikenal luas oleh konsumen.
9	Analisis Persepsi Manfaat Dan Faktor Sosial	Dalam konteks faktor sosial,

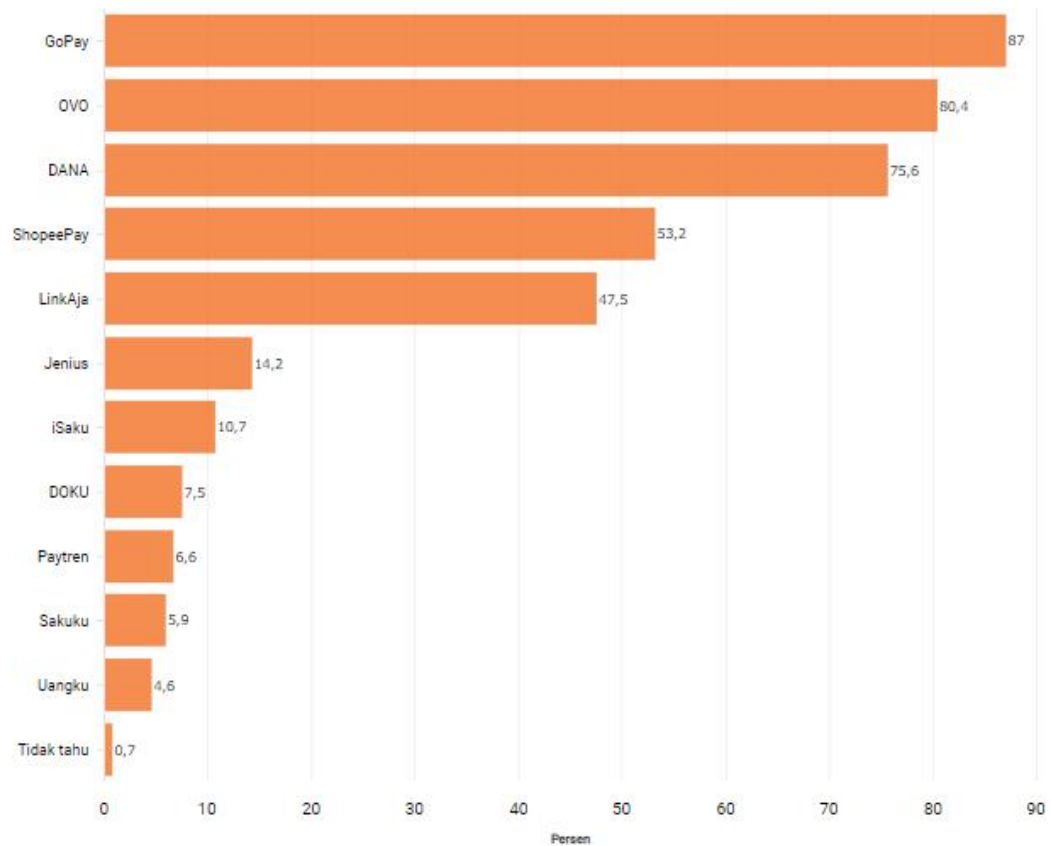
	Terhadap Minat Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Pay	terbukti bahwa dalam konteks penggunaan aplikasi dalam layanan Go-Pay, minat pengguna dalam menggunakan layanan tersebut mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.
10	Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Gojek	Fitur dari layanan Go-Pay sebaiknya harus dipahamidengan jelas dan mudah sehingga pengguna bisa mengetahui risiko dankeuntungan penggunaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah kami lakukan, keberadaan Go-Pay dianggap sebagai sebuah hal yang positif dan baik bagi pengguna Gojek, hal tersebut didasari dari berbagai pengaruh yang ada pada Go-Pay dan juga manfaat lain dalam penggunaan Go-Pay. Hal ini sejalan dengan adanya digitalisasi *finance* yang diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat. Dengan memahami berbagai jurnal yang telah kami kaji, ada beberapa faktor yang menjadikan Go-Pay merupakan hal yang positif dan kerap kali menjadi pilihan masyarakat dalam bertransaksi secara digital.

Brand image dari Gojek yang memang sudah familiar di masyarakat menjadi salah satu faktor mengapa Go-Pay mudah untuk masuk dalam jajaran dompet digital, hal ini didukung oleh penelitian dari Pamudji, D. D. dan Rizal, A. (2021) yang menjelaskan bahwa dengan adanya *brand image* tinggi maka kepuasan masyarakat akan produk dari Go-Pay juga semakin tinggi. Selain itu dijelaskan pula bahwa Go-Pay dianggap sebagai aplikasi yang mudah serta nyaman digunakan dalam melakukan transaksi. Adapun penelitian dari Putra, F.M. A. (2020) membuktikan bahwa dapat dilihat bahwa kualitas Go-Pay memiliki pengaruh langsung yang signifikan pada niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, kepuasan pelanggan juga terbukti mempengaruhi kualitas Go-Pay dan niat pengguna untuk terus memanfaatkannya. Dalam menggunakan layanan Go-Pay menurut pengguna ada lebih dari satu faktor yang mempengaruhi mereka untuk selalu memakai Go-Pay.

Go-Pay dianggap memiliki fitur yang cukup lengkap mulai dari Banyaknya pilihan pembayaran, jumlah promo yang tersedia, besaran nominal promo, serta kemudahan dalam memperolehnya, semuanya menjadi faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan e-wallet. Namun, kemudahan

dalam memanfaatkan promo merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan oleh konsumen (Suherlan, 2022). Dari faktor tersebut faktor lain yang dianggap berpengaruh juga dari variabel fitur dari Go-Pay, memiliki mekanisme pembayaran yang mudah dan cepat, kemudahan aplikasi untuk digunakan dimana saja hingga jumlah mitra yang tidak sedikit menjadikan pertimbangan pengguna dalam menggunakan Go-Pay. Penelitian sebelumnya (Situngkir, 2020). membuktikan bahwa para pengguna Go-Pay menggunakan layanan Go-Pay karena manfaat yang mereka rasakan. Beberapa manfaat tersebut yaitu, kemudahan penggunaan Go-Pay, kecepatan transaksi, penghematan waktu dalam melakukan pembayaran, tidak memerlukan uang kembalian, dan kenyamanan pelanggan saat melakukan transaksi menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan Go-Pay dan ternyata hipotesis mengenai persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan kegunaan memiliki pengaruh terhadap minat dan loyalitas pengguna, begitupun sebaliknya minat dan loyalitas pengguna memiliki pengaruh terhadap hipotesis-hipotesis tersebut secara positif. Untuk penilaian pengaruh signifikan, masing-masing jurnal yang telah kami kaji memiliki pandangan dan hasil yang tidak berbeda jauh. Hal ini diperkuat dari penelitian Tony Sitinjak, M. M. (2019), Dimana hasil penelitiannya membuktikan kebermanfaatan, kemudahan dan minat pengguna Go-Pay berpengaruh positif dan signifikan satu sama lain. Terbuktikan tingkat kemudahan dan manfaat pengguna layanan Go-Pay sangat berpengaruh terhadap minat pengguna (Anisa dkk, 2020). Lalu penelitian dari Widodo (2022), memperlihatkan persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif yang tidak terlalu signifikan karena kegunaan belum tentu menjadi pertimbangan utama yang mempengaruhi loyalitas pengguna, kemudian untuk persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan dikarenakan semakin mudah suatu layanan maka tingkat loyalitas pengguna akan meningkat, begitupun sebaliknya. Pamungkas dkk (2023), Memperoleh hasil penelitian bahwa manfaat yang dirasakan Pengguna memiliki dampak positif dan signifikan pada niat untuk menggunakan layanan Go-Pay, diikuti dengan dampak positif dan signifikan dari niat pengguna pada faktor sosial. Studi terbaru yang mendukung hipotesis tersebut adalah penelitian Achadi (2020), yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk, persepsi resiko, dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan pada pengguna layanan Go-Pay. Berikut merupakan grafik banyaknya jumlah pengguna adompert digital di Indonesia :



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Dompot Digital

Seluruh hasil diatas yang mengungkapkan mengenai faktor apa saja yang berpengaruh dalam kepuasan pengguna dalam menggunakan Go-Pay menjadi salah satu alasan mengapa Go-Pay sendiri dianggap menjadi aplikasi *e-wallet* teratas yang sering digunakan. Hal tersebut didukung oleh hasil survey dari DailySocial yang mengungkapkan bahwa sebanyak 87% responden memilih menggunakan Go-Pay dari pada aplikasi *e-wallet* lainnya seperti Dana, ShopeePay, hingga Link Aja.

Dampak

Berdasarkan penelitian sebelumnya terkait kegunaan fitur Go-Pay dalam aplikasi Gojek menyatakan bahwa memberikan dampak yang baik dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia dalam mempermudah sistem pembayaran secara digital dengan ini bahwa dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dapat mempengaruhi para pengguna Gojek terutama dalam penggunaan fitur Go-pay baik kepercayaan maupun manfaat Go-Pay kepada pengguna.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari temuan yang ditemukan oleh para peneliti sebelumnya, kemudahan penggunaan dan manfaat penggunaan fungsi Go-Pay pada aplikasi Gojek sangat mempengaruhi minat pengguna. Tidak sulit bagi konsumen untuk menggunakan fungsi Go-Pay di tempat mereka, sehingga dapat menggunakan fungsi Go-Pay di mana saja dan kapan saja. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi Gojek menunjukkan bahwa menggunakan Go-Pay telah menjadi pilihan alternatif yang populer di kalangan pengguna karena lebih efektif dan efisien. Selain itu, fitur tersebut juga memiliki banyak keunggulan yang membuatnya menarik bagi pengguna Gojek dan memberikan keunggulan yang tinggi terhadap pesaingnya.

DAFTAR REFERENSI

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). "Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Gojek". *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 17, No. 1, Hal. 1
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Sainifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 37-49.
- Aulia, S. (2020). Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311-324.
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (Tam) terhadap minat konsumen sistem pembayaran Gopay pada layanan Gojek. *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 2(2), 1-11.
- Lishobrina . Lina Fatimah. 2020. Pengaruh Customer Relationship Management Melalui Customer Satisfaction Terhadap Repeat Purchase Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bandung. Bandung. Telkom University.
- Pamudji, D. D., & Rizal, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-wallet GOPAY. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 582-592.
- Pamungkas, R. P., Jhoansyah, D., & Komariah, K. (2023). Analisis Persepsi Manfaat Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Pay. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 341-349.
- Putra, F. M. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Aplikasi Go-Pay terhadap Niat Terus Menggunakan Aplikasi dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel mediasi (Kasusdi Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Suherlan, P. R. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG DI PERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA E-WALLET GO-PAY* (Doctoral dissertation, UPNVeteran Jawa Timur).
- Situngkir, T. L., Hurriyati, R., & Sultan, M. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Gojek menggunakan Gopay. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 111-121.
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Widodo, J. W. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay/Jose Wylie Widodo/28180352/Pembimbing: MorryessaBrandinie.