



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Memilih Pembayaran Digital vs Tunai pada Transportasi Online (Ojol)

¹Dwi Aprillita*, ²Daniel Widjaja, ³Ryani Dhyan Parashakti,
⁴Mina Sulastri Njotowidjojo, ⁵Elly Ingkiriwang

^{1,2,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Krida Wacana

³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Dian Nusantara

⁵Kedokteran, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Kristen Krida Wacana

e-mail : ² daniel.widjaja@ukrida.ac.id, ³ ryani.dhyan.parashakti@undira.ac.id,

⁴ mina.sulastri@ukrida.ac.id, ⁵ elly.ingkiriwang@ukrida.ac.id

*e-mail: ¹ lita@ukrida.ac.id

Received: 2025-01-11
Revised: 2025-02-18
Accepted: 2025-03-20

Page : 21-30

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dua variabel endogen atau variabel independen, yaitu X1 terkait Faktor Internal dan X2 terkait Faktor Eksternal, terhadap variabel eksogen atau variabel dependen Y. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan alat aplikasi analisis SmartPLS 4 dengan menggunakan uji Struktural Equation Modeling (SEM), Uji yang dilakukan yakni uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui keandalan dan ketepatan dalam mengukur variabel yang diteliti, serta uji multikolonieritas untuk melihat korelasi variabel, dan uji hipotesis untuk melihat apakah hipotesa diterima atau ditolak berdasarkan data yang ada. Dari hasil analisis, dinyatakan bahwa variabel X1 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y dengan pembuktian nilai p values sebesar 0,580 dan nilai f Square sebesar 0,004, jadi termasuk dalam kategori memiliki efek sangat kecil. Artinya bahwa kontribusi X1 dalam menjelaskan variabel Y tidak bermakna baik secara statistik maupun praktis. Sebaliknya variabel X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y yang dinyatakan dengan nilai p values 0,000 dan nilai f Square sebesar 0,103, jadi termasuk dalam kategori efek kecil. Walaupun X2 signifikan secara statistik, realitanya kontribusi terhadap Y masih terbatas. Oleh sebab itu perlu ada penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan adanya penambahan variabel lain yang lebih relevan agar dapat lebih akurat lagi hasilnya.

Kata kunci: Mahasiswa, pembayaran digital, preferensi konsumen, transportasi online, uang tunai.

Abstract : This study aims to analyze the influence of two endogenous or independent variables, namely X1 related to Internal Factors and X2

related to External Factors, on the exogenous or dependent variable Y. The research employs a quantitative approach utilizing SmartPLS 4 software for data analysis, applying Structural Equation Modeling (SEM) as the analytical technique. The analyses conducted include tests for validity and reliability to assess the accuracy and consistency of the measurement instruments, a multicollinearity test to examine correlations among variables, and hypothesis testing to determine whether the proposed hypotheses are accepted or rejected based on the empirical data. The analysis results indicate that X1 does not have a significant influence on Y, as evidenced by a p-value of 0.580 and an f Square value of 0.004, which falls into the category of a very small effect. This implies that the contribution of X1 in explaining Y is not meaningful either statistically or practically. Conversely, X2 demonstrates a significant influence on Y, as shown by a p-value of 0.000 and an f Square value of 0.103, which is categorized as a small effect. Although X2 is statistically significant, its practical contribution to explaining Y remains limited. Therefore, further research is recommended to include other relevant variables in order to enhance the explanatory power and accuracy of the model.

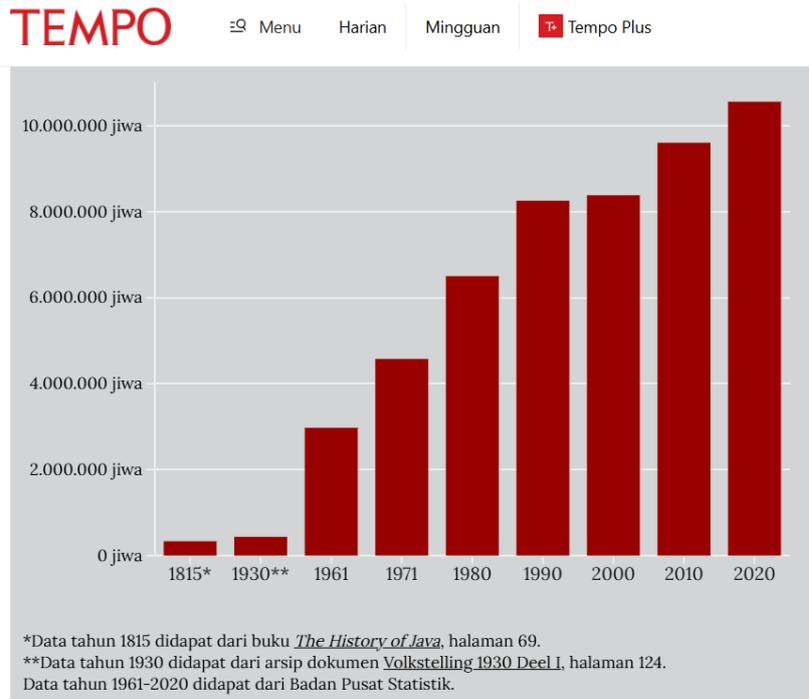
Keywords: *Students, digital payment, consumer preferences, online transportation, cash.*



Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEKMA) This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

1 Pendahuluan

Penduduk Indonesia selalu mengalami perkembangan dalam setiap tahunnya. Peningkatan yang signifikan terlihat dengan semakin padatnya penduduk Indonesia pada saat ini, termasuk Jakarta [2]. Sumber data TEMPO diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai penambahan penduduk Jakarta tiap dekade dapat dilihat pada diagram di bawah ini [1].



Gambar 1 Data Statistik Pertambahan Jumlah Penduduk Jakarta setiap dekade versi Laporan Tempo

Data di atas menunjukkan jumlah penduduk Jakarta yang terus bertambah dalam tiap dekadenya. Dengan adanya pertambahan jumlah penduduk akan bertambah pula tingkat kemacetan yang akan ditimbulkannya [3]. Tingkat kemacetan tinggi akan terlihat khususnya pada jalan-jalan penting dimana terdapat banyak mobilitas kegiatan atau aktivitas tinggi yang dilakukan oleh warga Jakarta, seperti perkantoran, kampus atau sekolah, dan tempat fasilitas umum [2][4][5][6]. Tingginya tingkat kemacetan kota Jakarta membuat warga Jakarta harus selektif dalam memilih moda transportasi untuk mengantar mereka ke tempat tujuan melaksanakan aktivitas kegiatannya sehari-hari, baik dari jenis moda yang akan digunakan maupun jenis transaksi pembayaran untuk moda transportasi tersebut [5][7][3][8][9]. Salah satu moda yang menjadi alternatif pilihan warga Jakarta antara lain adalah sepeda motor, karena moda transportasi tersebut bentuk ukurannya lebih kecil sehingga dianggap dapat dengan mudah menerobos dalam kemacetan atau dapat melewati jalan-jalan yang tidak dapat dilewati oleh kendaraan besar lainnya [2][3].

Sepeda motor adalah jenis kendaraan roda dua dan dijadikan salah satu moda transportasi umum bagi warga Jakarta. Sepeda motor diciptakan masyarakat untuk digunakan sebagai pengangkut barang atau penumpang yang sekarang ini lebih dikenal sebagai ojek [6]. Dahulu ojek menggunakan sistem mangkal pada tempat-tempat tertentu dalam satu area dekat mulut-mulut gang, namun sekarang dengan adanya perkembangan era globalisasi telah mengalami perubahan mengikuti revolusi industri menggunakan teknologi digital berbasis aplikasi, dimana pelanggan dapat menentukan titik awal penjemputan dan tempat pengantaran. Selanjutnya secara otomatis akan muncul tarif yang harus dibayarkan untuk sampai tempat tujuan saat melakukan pemesanan tersebut. Hal ini memudahkan pelanggan untuk menyiapkan besaran biaya yang harus dibayar. [10][11][12][13].

Sekarang ini, penggunaan transportasi berbasis aplikasi dianggap lebih mudah, lebih cepat, lebih murah dan bisa diakses oleh semua pengguna transportasi yang memiliki aplikasi dalam perangkat Smartphone, termasuk didalamnya melakukan pembayaran digital menggunakan aplikasi dengan teknologi finansial [14][6][15]. Penerapan pembayaran digital dalam transportasi online memang memberikan kemudahan, kecepatan dan dianggap praktis bagi sebagian besar masyarakat Jakarta [9], namun tidak semua warga Jakarta menggunakan pembayaran digital, masih ada lagi sebagian lainnya

yang memilih pembayaran tunai karena dianggap lebih murah selain tidak tersedianya aplikasi pembayaran digital pada transportasi online yang dipilihnya tersebut [16].

Hal ini terjadi pula di kalangan mahasiswa pada perguruan tinggi, sehingga terlihat adanya perbedaan preferensi dalam memilih metode pembayaran saat mereka memilih transportasi online. Perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih pembayaran transaksi transportasi online saat mereka menentukan pilihannya.

2 Tinjauan Literatur

Transportasi Online

Transportasi online merupakan transportasi yang menggunakan jaringan internet berbasis aplikasi online saat pelanggan akan menggunakan jasanya, baik sepeda motor, mobil atau kendaraan khusus yang dijadikan moda transportasi [4]. Transportasi online memanfaatkan aplikasi digital berbasis teknologi informasi dan teknologi dalam menyediakan layanan transportasi dengan pelanggan secara langsung untuk proses pemesanan, penentuan tarif, titik jemput dan destinasi, serta metode pembayarannya [2].

Pembayaran Digital

Teknologi digital sangat mempengaruhi dan berdampak langsung dalam seluruh kegiatan ekonomi dewasa ini, salah satunya pada sektor finansial yang lebih dikenal dengan istilah *e-money*. Kehadiran *electronic money* merupakan salah satu program agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less money society* di negara Indonesia berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12PBI/2009. Tujuan melakukan transaksi pembayaran digital adalah untuk memudahkan manusia dalam melakukan berbagai macam transaksi dalam kehidupannya, karena tidak perlu harus membawa dan mengeluarkan ujud uang tersebut, sehingga dianggap mampu memberi keamanan [7].

Perilaku Konsumen

Tindakan seseorang atau organisasi dalam menentukan sesuatu untuk membeli, memilih, menggunakan ide, dalam bentuk barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya merupakan teori perilaku konsumen menurut pakar Kotler dan Keller [14][17][18]. Sebelum konsumen membuat keputusan pembelian, konsumen akan memikirkan terlebih dahulu harga, kualitas, dan keberfungsian dari barang yang akan dibelinya tersebut. Proses selanjutnya konsumen akan mengevaluasi dan mempertimbangkan kembali sampai pada akhirnya konsumen menetapkan keputusannya untuk membeli [14][18][19]. Pola yang demikian selalu akan terproses secara berulang pada diri setiap orang atau individu.

Preferensi Konsumen

Berdasarkan pendapat ahli, Kotler & Keller, 2016, yang dimaksudkan dengan preferensi konsumen adalah kecenderungan individu seseorang sebagai konsumen dalam memilih produk, jasa atau merek sesuai perspektif mereka akan kebermanfaatannya, risiko dan pengalaman sebelumnya, hingga pada akhirnya konsumen menemukan merek yang benar-benar memenuhi keinginannya. Artinya konsumen akan menentukan pilihannya sesuai selera dan kebutuhannya [20]. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen, dapat berasal dari faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal:

- Kemudahan penggunaan: pandangan persepsi bahwa teknologi digital akan meningkatkan kecenderungan konsumen beralih ke pembayaran digital.
- Kecepatan transaksi: waktu dalam bertransaksi menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih metode pembayaran.

- Keamanan: rasa aman terhadap penyimpanan data dan dana akan mempengaruhi keputusan konsumen.
- Kontrol pengeluaran: sebagian konsumen merasa lebih mudah mengontrol pengeluaran saat menggunakan uang tunai atau *cash*.
- Preferensi pribadi: preferensi dengan sendirinya akan muncul dari kebiasaan, gaya hidup, atau rasa kenyamanan pribadi.

Faktor eksternal:

- Promo dan diskon: promo menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk menggunakan pembayaran digital.
- Akses teknologi: kepemilikan *smartphone* dan akses internet akan mempengaruhi konsumen dalam penggunaan dompet digital.
- Kendala teknis: *error system* atau saldo tertahan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam bertransaksi menggunakan pembayaran digital.
- Pengaruh sosial: lingkungan sosial seperti teman atau keluarga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam bertransaksi penggunaan pembayaran digital.
- Kebijakan pengemudi: ada pengemudi yang enggan menerima pembayaran digital karena berbagai alasan teknis atau preferensi pribadi.

3 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei *sampling random*. Tujuannya adalah untuk memperoleh data penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di dua kelas mata kuliah yang peneliti ampu. Data sampel yang mengisi kuesioner berjumlah 87 orang mahasiswa, dan hasil penyebaran kuesioner tersebut, peneliti olah datanya dengan menggunakan alat analisis SmartPLS 4, dengan menggunakan uji SEM. Peneliti memastikan bahwa instrumen yang peneliti gunakan memiliki keandalan dan ketepatan dalam mengukur variabel yang diteliti melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu peneliti juga akan melakukan uji multikolonieritas dan uji hipotesis untuk mengetahui korelasi dan pengaruh antar variabel.

4 Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Tabel 1 Data Karakteristik Mahasiswa sebagai Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	≤ 17 tahun	0	0%
	18-25 tahun	61	70,1%
	≥ 25 tahun	26	29,9%
Jenis Kelamin	Laki-laki	28	32,2%
	Perempuan	59	67,8%
Status pekerjaan mahasiswa	Bekerja	61	70,1%
	Belum bekerja	26	29,9%

Sumber: hasil olah data penelitian (2025)

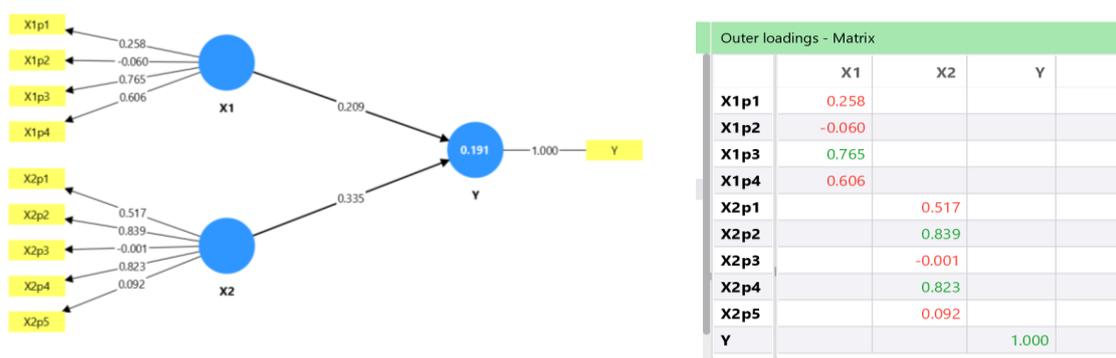
Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada responden, didapatkan berdasarkan karakteristik usia, adalah tidak adanya responden yang berusia kurang dari 17 tahun, sedangkan usia responden terbanyak adalah diantara rentang usia 18 tahun sampai dengan 25 tahun berjumlah 61 orang dengan jumlah persentase sebesar 70,1%. Dan berjumlah 26 orang responden dengan usia lebih dari 25 tahun dengan jumlah persentase 29,9%. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, terlihat lebih banyak wanita dibandingkan pria dengan jumlah

perbandingan 59 orang responden berjenis kelamin perempuan atau sekitar 67,8%, dan 28 orang responden berjenis kelamin laki-laki atau sekitar 32,2%. Berdasarkan status pekerjaan responden, lebih banyak responden yang sudah bekerja berjumlah 61 orang (70,1%) berarti responden termasuk dalam usia produktif, sedangkan responden yang belum bekerja 29,9%.

Hasil Analisis Data

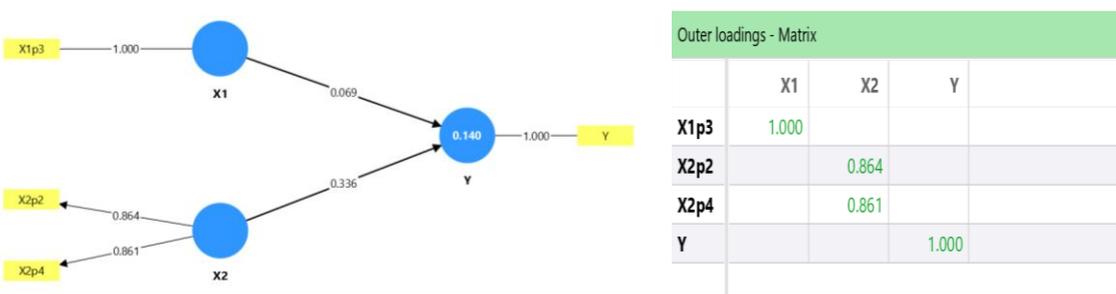
Pada evaluasi model pengukuran reflektif, penulis akan membahas Loading Factor (LF) > 0,70; Realibilitas (CR) 0,60-0,70; Average Variance Exttracted (AVE) > 0,50; Cross Loading; Fornell Lacker (Akar AVE > Korelasi); dan HTMT < 0,90.

Graphic Model Indikator X1 dan Indikator X2 terhadap Y peneliti sajikan untuk melihat nilai LF di atas 0,70 berdasarkan hasil olah data SmartPLS 4, dimana apabila terdapat nilai LF di bawah 0,70 akan peneliti keluarkan agar tidak mengganggu ke pengujian selanjutnya.



Gambar 2 Data Hasil Awal Indikator Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y

Dalam gambar graphic model di atas, terlihat jelas bahwa masih ada nilai LF di bawah 0,70 yang terdapat pada variabel eksogen atau independen yakni pada indikator X1p1, X1p2, X1p4, X2p1, X2p3 dan X2p5, sehingga perlu dikeluarkan, karena indikator tersebut dianggap tidak valid. Hasil olah data SmartPLS 4 setelah semua nilai LF di atas 0,70 dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3 Hasil Indikator X1 dan X2 terhadap Y

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (A...
X2	0.656	0.656	0.853	0.744

Gambar 4 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil olah data SmartPLS 4 di atas, menyatakan bahwa nilai AVE > 0,50, artinya isi pertanyaan yang peneliti ajukan kepada responden dapat dikatakan valid atau layak. Sedangkan hasil uji realibilitas yang dinyatakan pada hasil cronbach's alpha memiliki nilai 0,656, berada di antara nilai

rentang cronbach's alpha 0,60-0,70, sehingga masih dapat dianggap reliabel atas instrumen yang peneliti buat dan ajukan kepada responden. Nilai ideal cronbach's alpha yang baik harus memiliki nilai $> 0,70$, agar pada hasil olah data SmartPLS 4 angka yang menjadi hasilnya tidak berwarna merah.

Uji Multikolonieritas

Collinearity statistics (VIF) - Outer model - List	
	VIF
X1p3	1.000
X2p2	1.313
X2p4	1.313
Y	1.000

Gambar 5 Hasil Uji Multikolonieritas

Hasil olah data SmartPLS 4, menyatakan bahwa nilai VIF variabel eksogen dan variabel endogen < 10 , artinya adanya hubungan kolerasi antara variabel eksogen atau independen terhadap variabel endogen, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapatnya multikolonieritas atau penyimpangan dalam penelitian tersebut.

Discriminant validity - Cross loadings			
	X1	X2	Y
X1p3	1.000	0.468	0.227
X2p2	0.575	0.864	0.319
X2p4	0.231	0.861	0.317
Y	0.227	0.369	1.000

Gambar 6 Hasil Cross Loading

Cross Loading harus memiliki nilai lebih besar dari variabel lainnya, terlihat dari hasil olah data SmartPLS 4, nilai X1 terhadap X1p3 lebih besar dari nilai X2 terhadap X1p3, dan seterusnya.

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion			
	X1	X2	Y
X1	1.000		
X2	0.468	0.863	
Y	0.227	0.369	1.000

Gambar 7 Hasil Fornel Lacker

Hasil Fornel Lacker dinyatakan lolos, karena nilai X1 $>$ dari nilai X2, begitupun *diskriminant validity* dinyatakan lolos karena nilai HTMT $< 0,90$, hasilnya dapat dilihat pada gambar 8 di bawah ini.

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix			
	X1	X2	Y
X1			
X2	0.577		
Y	0.227	0.455	

Gambar 8 Hasil Diskriminant Validity

Uji Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
X1 -> Y	0.069	0.070	0.125	0.553	0.580	
X2 -> Y	0.336	0.344	0.079	4.259	0.000	

Gambar 9 Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dinyatakan dengan nilai p values X1 terhadap Y sebesar 0,580, menyatakan bahwa responden merasa aman menyimpan uangnya dalam dompet digital, yang menjadi salah satu faktor internal, tidak berpengaruh signifikan ketika responden menentukan keputusannya memilih ojek online yang dipilih dan digunakan responden, artinya responden masih memungkinkan membayar dengan uang tunai atau *cash* apabila pada saat responden memilih dan menentukan ojek online berbasis aplikasi namun muncul tarif harga lebih murah melalui aplikasi digital walaupun ojek online tersebut tidak menyediakan aplikasi pembayarannya dengan digital seperti ojek online Maxim.

Nilai p values X2 terhadap Y sebesar 0,000, menyatakan responden merasa bahwa *smartphone*-nya mendukung apabila responden menyimpan uangnya dalam dompet digital seperti kebanyakan teman-teman lainnya sehingga berpengaruh signifikan kepada responden dalam menentukan keputusan akhir menentukan pilihannya dalam menggunakan ojek online yang memiliki aplikasi pembayaran digital. Responden beranggapan bahwa menggunakan dompet digital akan terlihat lebih modis dan sesuai perkembangan jaman.

5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Faktor Internal) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y (Preferensi Mahasiswa), terlihat dari nilai p values sebesar 0,580 jauh lebih besar dari nilai signifikan 0,05. Artinya X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Selain itu juga, mendukung pernyataan nilai f Square sebesar 0,004 termasuk dalam kategori efek sangat kecil dan sangat lemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa X1 berpengaruh signifikan terhadap Y ditolak.

Pengaruh X2 (Faktor Eksternal) terhadap Y (Preferensi Mahasiswa) memiliki nilai p values sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dinyatakan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Nilai f Square sebesar 0,103 termasuk ke dalam kategori efek kecil, artinya meskipun Faktor Eksternal signifikan secara statistik, namun pengaruh terhadap Y juga tidak besar, tetapi tetap memiliki arti penting secara praktis, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y diterima.

Secara menyeluruh, dengan melihat nilai R Square sebesar 0,140 menunjukkan bahwa Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan 14% variasi yang terjadi pada Y, sehingga model penelitian ini masih memiliki prediksi yang rendah, jadi masih perlu adanya penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin dapat lebih besar berpengaruh.



Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa Universitas Kristen Krida Wacana dan Universitas Dian Nusantara yang telah berpartisipasi mengisi kuesioner yang peneliti ajukan. Semoga penelitian ini bermanfaat membuka wacana baru untuk penelitian selanjutnya yang relevan.

Referensi (Reference) Minimal 10 Referensi

- [1] F. A. Palguna, "Berapa Jumlah Penduduk Jakarta Tiap Dekade," *TEMPO*. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.tempo.co/data/data/berapa-penduduk-jakarta-tiap-dekade--991205>
- [2] A. E. Widjaja dan L. Indrawati, "Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online," *J. Bisnis Terap.*, vol. 2, no. 02, hal. 169–178, 2018, doi: 10.24123/jbt.v2i02.1617.
- [3] Y. Yamin, N. Novalia, M. Ayu, dan P. F. Ali KM, "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Transportasi Online," *J. Manaj. Mandiri Saburai*, vol. 6, no. 4, hal. 245–252, 2022, doi: 10.24967/jmms.v6i4.2020.
- [4] V. B. S. Adi dan E. Suryawardana, "Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online Di Semarang," *Solusi*, vol. 16, no. 4, hal. 59–78, 2019, doi: 10.26623/slsi.v16i4.1668.
- [5] M. M. Andi, "Pemanfaatan Transportasi Ojek Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Pelanggan Grabbike)," *J. Anthropol.*, vol. 3, no. 1, hal. 7, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://eprints.unm.ac.id/20673/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/20673/1/AndiMaulanaM.pdf>
- [6] * Wananda, P. Maulidi, W. P. Maulidi, H. F. Zahra, dan S. Hidayat, "Analisis Persaingan Ojek Online Pada Aplikasi Gojek, Maxim Dan Grab," *J. Ilm. Mhs.*, vol. 2, no. 2, hal. 70–79, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.950>
- [7] M. Ridwan, N. Nurlaila, dan R. Salam, "Determinan Preferensi Masyarakat Kota Medan Dalam Menggunakan Pembayaran Non Tunai," *At-tijarah J. Ilmu Manaj. dan Bisnis Islam*, vol. 6, no. 2, hal. 161–175, 2020, doi: 10.24952/tijarah.v6i2.2655.
- [8] M. Ali, A. Kharis, dan D. Karlina, "Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram," *JIAP (Jurnal Ilmu Adm. Publik)*, vol. 6, no. 2, hal. 75, 2019, doi: 10.31764/jiap.v6i2.641.
- [9] S. Devica, "Dompot Digital: Beragam Program Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Secara Impulsif," *J. Bisnis Terap.*, vol. 6, no. 1, hal. 33–42, 2022, doi: 10.24123/jbt.v6i1.4756.
- [10] K. Trifiyanto, S. Tinggi, I. Ekonomi, P. Bangsa, dan D. Artati, "Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS Fakultas Ekonomi Universitas Tidar Studi faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ojek Online di Kabupaten Kebumen dan Purworejo," 2019.
- [11] Sri Muliani, Rahmad Dian Sembiring, dan Dessy Eresina P, "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Ojek Online Go-Jek Di Kota Medan," *J. Ruang Luar dan Dalam FTSP*, vol. 03, no. 01, hal. 35–41, 2022, [Daring]. Tersedia pada:



<http://ejurnal.istp.ac.id/index.php/jrld/article/view/161/165>

- [12] G. J. . Sianipar, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan).,” *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 19, hal. 183–196, 2019, doi: 10.54367/jmb.v19i2.576.
- [13] M. S. Mauludin, D. Ratnawati, N. Arianti, M. D. Pryastara, dan V. A. Novitawati, “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek,” *SALIMIYA J. Stud. Ilmu Keagamaan Islam*, vol. 3, hal. 123–141, 2022.
- [14] P. D. Marketing *et al.*, “Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi PADA LIVE STREAMING MARKETING SHOPEE LIVE (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta) Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi (JEKMA),” vol. 3, no. April, hal. 11–25, 2024.
- [15] W. S. Ningrum, “Perilaku Berbelanja Online Menggunakan E- Wallet Saat Pandemi Sampai Sekarang,” *JAMBURA J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, hal. 148–153, 2022, doi: 10.37479/jimb.v5i1.14263.
- [16] L. Y. Nasution, R. Agus, dan E. Seri, “Implementasi Sistem Pembayaran Tunai Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam,” *J. Syarikah J. Ekon. Islam*, hal. 477–488, 2021.
- [17] D. H. Perkasa, A. Solihin, R. D. Parashakti, S. B. Stephani, dan D. Aprillita, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih UNDIRA Bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Semester II,” *J. Wira Ekon. Mikroskil*, vol. 11, no. 2, hal. 123–136, 2021, doi: 10.55601/jwem.v11i2.779.
- [18] M. S. N. Dwi Aprillita, “Pengaruh Citra dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah (Studi Kasus :Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana Semester I),” *Manag. Sustain. Dev. J.*, vol. 5, no. 1, hal. 76–91, 2023, doi: <https://doi.org/10.46229/msdj.v5i1.583>.
- [19] Setianingsih, “Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek,” *Pros. Ekonoi Kreat. diera Digit.*, vol. 1, no. Citra Merek, hal. 1, 2022.
- [20] P. and K. L. K. Kotler, *Marketing Manajemen*. Pearson Education, Inc, 2016.