


Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Konsumen pada Pembayaran Digital

Angkin Kusuma Pertiwi¹

¹ Politeknik Akbara

Korespondensi: angkinkomp@gmail.com

Informasi Artikel	ABSTRACT
Riwayat artikel: Diterima Jun 30 th , 2025 Direvisi Jul 10 th , 2025 Diterima Jul 23 th , 2025	Perkembangan teknologi yang begitu cepat terlebih pula semenjak pandemi covid 19 membawa dampak terhadap dunia, salah satunya kepada aspek keuangan. Pembayaran digital merupakan sistem pembayaran yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan terus beradaptasi hingga mengadopsi teknologi digital agar dapat bertahan. Saat ini tantangan dunia digital semakin meningkat, tidak hanya persaingan antara perusahaan financial technology satu dengan lainnya, tetapi juga terdapat persaingan antara bank satu dengan bank lainnya. Salah satu cara untuk beradaptasi dan bertahan di era ini yaitu munculnya pembayaran digital. Masyarakat pun perlu didukasi tentang layanan pembayaran digital atau digital payment tersebut, karena literasi keuangan dan literasi digital harus dipahami terlebih dahulu. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi konsumen pada pembayaran digital yang ditujukan kepada Gen Millenial Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Gen Millenial Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Populasi penelitian ini berjumlah kurang lebih 6.000 orang dan jumlah sampel 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan cluster sampling dan dilanjutkan dengan random sampling. Hasil penelitian bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, dengan ditunjukkan nilai p -value (signifikansi) = $0,029 < 0,05$. Sedangkan literasi digital juga berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen dengan ditunjukkan nilai p -value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$.
Kata kunci: Kata kunci; Literasi Keuangan, Literasi Digital, Preferensi Konsumen	 © 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Penerbit Indonesia Imaji (Grup CV Indonesia Imaji). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Layanan keuangan e-money masuk dalam era disrupsi layanan keuangan dan kolaborasi dengan perbankan. Jika dilihat dari keunggulannya, e-money memberikan keuntungan dan manfaat bagi konsumen, perusahaan penyedia barang jasa e-money serta negara sekalipun. E-money diciptakan untuk mempermudah penggunaannya melakukan pembayaran, pengumpulan dana, transfer dana dengan mudah dan cepat.

Hal di atas tentu merupakan alasan bagi pengguna membutuhkan e-money untuk mempermudah aktivitasnya, terutama bidang keuangan dan teknologi. Berdasarkan data dari Bank Indonesia tahun 2021 bahwa volume transaksi uang elektronik mengalami peningkatan setiap tahunnya. Data terbaru tahun 2021, volume transaksi uang elektronik di tahun 2021 telah mencapai 134,12 Triliun. Sementara, tahun 2023 per bulan juli 2023 volume transaksinya sebesar 160,47 Triliun.

Berkembang pesatnya teknologi digital ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam menjaga kesinambungan hubungan bisnis para pihak. Sistem pembayaran yang merupakan salah satu pilar stabilitas sistem keuangan telah berkembang, yang semul hanya menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau bisa disebut sebagai e-money (electronic money). Kemajuan teknologi sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (currency) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran melainkan dengan cara transfer antar bank ataupun transfer intra bank melalui jaringan internet bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit, kartu kredit maupun e-wallet.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramaza (2023), Nurdien & Galuh (2023), Rifani Jihan (2023). bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan mobile banking sedangkan variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari, 2021 bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan, sementara digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Sibuea et al., (2023), Fitri et al., (2024), Sari (2021), Umami & Syofyan, (2023) bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan dan kemudahan penggunaan digital tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan uang digital.

Permasalahan dalam penelitian ini didasarkan oleh adanya ketidakpastian dari hasil penelitian terdahulu (research gap) dan fenomena yang terjadi di Indonesia pada masyarakat khususnya gen milenial, dimana di era digitalisasi ini keputusan pembelian dan pembayaran para konsumen dengan digitalisasi, sehingga dibutuhkan literasi-literasi antara lain literasi keuangan dan literasi digital.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini jenis penelitian ialah menggunakan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah desain penelitian bertujuan guna mengetahui hubungan antar variable, menguji teori, mencari kesamaan bernilai prediktif dari berbagai hasil dengan bantuan statistik penelitian yang bersumber dari hasil kuesioner penelitian (Mustaqim, 2016). Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap referensi konsumen pada pembayaran digital, penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan link google form pada kuisisioner yang telah disediakan yang ditujukan kepada para Gen Milenial khususnya di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah Not Probability Sampling dengan cara cluster sampling yang dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak sesuai dengan area atau wilayah dari populasi tertentu kemudian setelah cluster sudah ditentukan. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 sampel Joseph F. Hair Halll, (2010). Pada sampel tersebut, peneliti membagi di 15 kelurahan yang ada di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji-uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, serta uji f dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment atau menggunakan *bivariate pearson*. Dari hasil uji validitas yang dilakukan, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid karena nilai korelasi r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 5%. Artinya seluruh angket yang digunakan dalam penelitian ini terbukti valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alfa	Toleransi	Keterangan
X1	0,768	0,60	Reliabel
X2	0,729	0,60	Reliabel
Y	0,784	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS, 2024

Pernyataan dinyatakan reliabel (handal) jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai toleransi sebesar 0,60. Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa seluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terbukti reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67764963
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.038
Kolmogorov-Smirnov Z		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov Smirnov* seperti pada tabel 2 terlihat bahwa nilai probabilitas adalah sebesar 0,200 lebih tinggi daripada $\alpha = 5\%$. Dengan demikian data penelitian dalam model penelitian ini dapat dinyatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada kolerasi diantara variabel independen yang satu dengan yang lainnya. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.793	2.428		3.622	.000		
	Literasi Keuangan	.200	.074	.271	2.695	.008	.787	1.271
	Literasi Digital	.266	.094	.285	2.830	.006	.787	1.271

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

Dari hasil perhitungan seperti pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa menunjukkan nilai tolerance X1 (Literasi Keuangan) = 0,787 dan X2 (Literasi Digital) = 0,787 > 0,10 dan nilai VIF untuk variabel X1 (Literasi Keuangan) = 1,271 dan X2 (Literasi Digital) = 1,271 < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.004	1.421		.707	.482
	Literasi Keuangan	.059	.043	.155	1.370	.174
	Literasi Digital	-.056	.055	-.115	-1.013	.314

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas dengan glejser menunjukkan p-value (sig) dari variabel) X1 (Literasi Keuangan) = 0,174 dan X2 (Literasi Digital) = 0,314 > 0,05 (tidak ada yang signifikan) ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk dapat melihat apakah terjadi korelasi di antara suatu periode dengan periode-periode sebelumnya.

**Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.02221
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	45
Z	-1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)	.228

a. Median

Hasil menunjukkan keadaan yang signifikan tidak signifikan 0,228 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

Analisis Regresi Linier Berganda

Guna menjawab permasalahan pada penelitian ini maka digunakan analisis regresi berganda. Regresi linier berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.793	2.428		3.622	.000
	Literasi Keuangan	.200	.074	.271	2.695	.008
	Literasi Digital	.266	.094	.285	2.830	.006

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

Dari Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi: $Y = 8,793 + 0,200 X1 + 0,266 X2 + e$

- Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Preferensi Konsumen) artinya: jika X1 (Literasi Keuangan) meningkat sebesar 1% maka Y (Preferensi Konsumen) akan meningkat sebesar 0,200 %, dengan asumsi X2 (Literasi Digital) konstan/tetap.
- Literasi Digital berpengaruh positif terhadap Preferensi Konsumen artinya: jika X2 (Literasi Digital) meningkat sebesar 1% maka Y (Preferensi Konsumen) akan meningkat sebesar 0,266 %, dengan asumsi variabel X1 (Literasi Keuangan) konstan/tetap.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh berpengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$).

- Uji – t Variabel X1 (Literasi Keuangan): Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = 0,008 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Literasi Keuangan terhadap Preferensi Konsumen. Kesimpulan: H1 yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen terbukti kebenarannya.
- Uji – t Variabel X2 (Literasi Digital). Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = 0,006 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan literasi Digital terhadap Preferensi Konsumen. Kesimpulan: H2 yang menyatakan bahwa Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Digital terbukti kebenarannya.

Uji F

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.474	2	40.737	14.181	.000 ^b
	Residual	278.636	97	2.873		
	Total	360.110	99			

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

b. Predictors: (Constant), Literasi Digital, Literasi Keuangan

Hasil perhitungan tabel Anova menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 14,181 dengan nilai signifikansi (p.value) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (Literasi Keuangan), X2 (Literasi Digital) terhadap Y (Preferensi Konsumen).

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai p -value (signifikansi) = $0,008 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa Literasi keuangan merupakan hal penting untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan suatu jenis produk yang ingin dibeli dalam rangka mencapai kesejahteraan. Hal ini relevan dengan penelitian (Sibuea et al., 2023) yang menyatakan bahwa pada variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen. Artinya semakin besarnya literasi keuangan seseorang maka minat dalam menentukan pilihan pembelian jenis produk tertentu semakin besar. Hal ini dapat diasumsikan semakin besar literasi keuangan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menentukan pilihan dalam pembelian produk.

Pengaruh Literasi digital terhadap Preferensi Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai p -value (signifikansi) = $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital hal penting untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan suatu jenis produk yang ingin dibeli dalam rangka mencapai kesejahteraan. Hal ini menyatakan bahwa Gen Milenial mengetahui bahwa literasi digital memberikan respon positif terhadap pilihan konsumen dalam menentukan pembelian jenis produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningsih, 2021) bahwa literasi digital (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Adanya pengaruh positif yang signifikan literasi keuangan terhadap preferensi konsumen pada pembayaran digital, 2) Adanya pengaruh positif yang signifikan literasi digital terhadap Preferensi Konsumen pada pembayaran digital, dan 3) Dengan demikian H1 dan H2 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi konsumen pada pembayaran digital. Beberapa saran yang bisa diajukan adalah Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel lebih luas dan memperpanjang periode pengamatan. Hal ini dimaksudkan agar kesimpulan yang dihasilkan dari peneliti tersebut memiliki cakupan yang lebih luas. Serta Memasukkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini yang dapat digunakan untuk penyempurnaan penelitian.

REFERENSI

- Andrew & Linawati. (2014). Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. Semantic Scholar.
- Argitama. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53m(9),1699.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Arthur Gideon. (2018). Hal yang Perlu Diketahui Soal DANA, Dompot Digital Besutan Anak Negeri. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3802191/hal-yang-perlu-diketahui-soal-dana-dompot-digital-besutan-anak-negeri?page=2>
- Danang Nur Ikhsan. (2021). Gen Z dan Milenial Dominan, Ini Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi. *Solopos*. <https://news.solopos.com/gen-z-dan-milenial-dominan-ini-komposisi-penduduk-indonesia-berdasarkan-generasi-1103746>

- Dewi, S., Febria, G., & Anggraini, R. (n.d.). Pengaruh Teknologi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Memilih Uang Digital Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Masyarakat Kota Bukittinggi). www.bi.go.id
- Fitri, R. N., Fahmiluddin, M., & Kudus, I. (2024). IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Mahasiswa Dalam Layanan Keuangan Digital. 2, 64–70.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Joseph F. Hair (Jr.), Joseph F. Hair Halll, P. (2010). Multivariat Data Analysis. Pearson Education.
- Krissandi Tunggal Pradini, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI.
- Lestara Permana, G. P., & Dewi, L. P. K. (2020). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Ovo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.38043/jiab.v4i2.2331>
- Nasruddin, N., & Bado, B. (2021). Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v5i1.24649>
- Nurdien, faiz G., & Galuh, A. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Menggunakan Qris Bsi Mobile (Studi Kasus Gen Z Di Kota Malang). *Islamic Economics and Finance In Focus*, 2(4), 588–601.
- Ramaza, M. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Rawandho & Wulan, 2020. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Gopay Pada Masyarakat Kota Klaten (Vol. 5). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Rifani Jihan, D. A. F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile Sebagai Digital Payment.
- Ryder, N. B. (1965). The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*. 30(6), 843. <https://doi.org/10.2307/2090964>
- Sari, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Inovasi*, 2(3), 344–352. <https://conference.uts.ac.id/index.php/SEMAI/article/view/355>
- Sibuea, C. A., Simorangkir, H. H., Nababan, C., Nadapdap, T. I., & Sipayung, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 696–701. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1669>
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Umami, N., & Syofyan, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 02(1), 341–354.
- Wahyuningsih, R. (2021). 2080-Article Text-7907-1-10-20230919. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 1361–1373.
- Wiji Nurastuti. (2011). *Teknologi Perbankan*. Graha Ilmu.