Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)
Vol. 5, No. 1, November 2026,
ISSN: 2986-3546

ANALISIS DAMPAK DIGITALISASI PEMBAYARAN DI KANTIN SEKOLAH TERHADAP DAYA BELI SISWA DI SMA HANG TUAH 2 SIDOARJO

Silahudin[1], Iman Supriadi[2], Amrina Yulfajar[3]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Indonesia
email: udinranau@gmail.com, iman@stiemahardhika.ac.id, amrinayu@stiemahardhika.ac.id

Article Info

Article history:

Received : 28-10-2026
Revised : 07-11-2026
Accepted : 08-11-2026

Keywords:

Payment Digitalization, Non-Cash Transactions, Student Purchasing Power, School Canteen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of payment digitalization in the school canteen on students' purchasing power at SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach with a correlational design. The population consisted of 881 active students who used the school canteen, and 200 students from grades X and XI were analyzed using stratified random sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed via Google Forms and analyzed using SPSS, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results indicate that the frequency of non-cash transaction use has no significant effect on students' purchasing power ($B = -0.018$; $p = 0.829$), the volume of digital transactions has a positive and significant effect ($B = 0.484$; $p < 0.001$), and the level of digital service adoption and access has a negative and significant effect ($B = -0.164$; $p = 0.016$). Simultaneously, the three variables have a significant effect on purchasing power ($F = 31.844$; $p < 0.001$), with a coefficient of determination of 0.328, meaning that 32.8% of the variation in purchasing power is explained by the model, while the remaining 67.2% is attributable to other factors. The classical assumption tests show that the residuals are not normally distributed and that heteroskedasticity is present, so the findings should be interpreted with caution. These findings highlight that the benefits of payment digitalization in school canteens depend on how students use the system, and that digital payment adoption should be accompanied by financial literacy education.

This is an open access article under the CC BY license.

Corresponding Author:

Silahudin*
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Indonesia
Email: udinranau@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah sistem pembayaran di berbagai negara. Digitalisasi pembayaran yang mencakup uang elektronik (*e-money*), dompet digital (*digital wallet*), kode QR, dan transfer berbasis aplikasi menggeser dominasi uang tunai dalam transaksi sehari-hari. (*World Bank*, 2021) melaporkan bahwa lebih dari 76% orang dewasa di dunia telah memiliki akses ke rekening keuangan formal, naik dari 51% pada tahun 2011. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan pembayaran non-tunai juga terjadi di negara maju maupun berkembang (Marsan & Rahmawati, 2026).

Di Indonesia, digitalisasi pembayaran didorong oleh Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) sejak 2014 dan peluncuran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada 2019. Per Juni 2023, QRIS telah

mencapai 26,7 juta *merchant*, dan 91,4% di antaranya adalah UMKM (Bank Indonesia, 2023). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022 juga mencatat indeks inklusi keuangan sebesar 85,10%, naik dari 76,19% pada 2019 (Direktur Humas OJK, 2022). Capaian tersebut menunjukkan bahwa generasi muda, termasuk pelajar, semakin terpapar instrumen pembayaran digital dalam aktivitas ekonomi harian.

Pembayaran digital kini juga masuk ke lingkungan sekolah, termasuk kantin. Siswa SMA berada pada usia remaja yang belum sepenuhnya mandiri secara finansial dan masih bergantung pada uang saku. (Winarno et al., 2025) menyebut remaja sebagai segmen konsumen yang rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial dan responsif terhadap kemudahan akses, sehingga perubahan mekanisme pembayaran berpotensi memengaruhi pola konsumsi. Perilaku konsumen sendiri dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, personal, dan budaya (Khafidin, 2020).

Penelitian terdahulu tentang pembayaran digital sebagian besar berfokus pada konsumen dewasa, mahasiswa, atau pelaku usaha. (Nasikin, 2022) meneliti penerimaan mobile payment pada kalangan milenial, (Muzdalifa et al., 2024) membahas peran *fintech* bagi UMKM, sedangkan (Ardana et al., 2023) dan (Dewi, 2024) meneliti mahasiswa. Kajian yang menguji dampak digitalisasi pembayaran terhadap daya beli siswa SMA di kantin sekolah, khususnya di Kabupaten Sidoarjo, belum ditemukan oleh penulis.

SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo mengganti pembayaran kupon di *foodcourt* dengan pembayaran digital (EDC dan QRIS) mulai 2 Januari 2024. Kondisi ini memberikan konteks yang tepat untuk mengkaji dampak digitalisasi pembayaran terhadap daya beli siswa. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh frekuensi penggunaan transaksi non-tunai, volume transaksi digital, serta tingkat adopsi dan akses layanan digital terhadap daya beli siswa, baik secara parsial maupun simultan. Hasilnya diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi sekolah dan pengelola kantin dalam mengembangkan sistem pembayaran digital.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi dan Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, mencatat, mengklasifikasikan, dan menyajikan transaksi keuangan menjadi informasi bagi pihak yang berkepentingan (Sastroatmodjo & Purnairawan, 2021). Dalam lingkungan sekolah, pembayaran di kantin merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan data transaksi. Pembayaran digital membuat data tersebut tercatat secara elektronik sehingga frekuensi, jumlah, dan nilai transaksi lebih mudah ditelusuri.

Akuntansi keperilakuan mengkaji hubungan antara perilaku manusia dan sistem akuntansi (Raza, 2022). Pendekatan ini relevan karena penggunaan sistem pembayaran digital bergantung pada kemauan, pemahaman, dan keyakinan pengguna terhadap manfaat sistem. Dalam penelitian ini, perilaku siswa diamati melalui frekuensi penggunaan, volume transaksi, serta tingkat adopsi dan akses layanan digital.

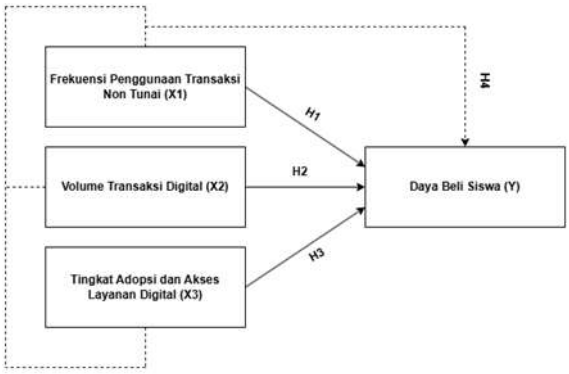
2.2. Digitalisasi Pembayaran

Digitalisasi pembayaran adalah perubahan metode pembayaran dari uang tunai ke sistem berbasis teknologi digital melalui instrumen seperti dompet digital, QRIS, *mobile banking*, *internet banking*, dan uang elektronik. (Suryanto & Dai, 2025) menjelaskan bahwa digitalisasi pembayaran dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan mendukung integrasi data secara elektronik. Menurut (Riska, 2022), indikator pembayaran digital mencakup persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, pengaruh sosial, dan niat berperilaku. Keunggulan pembayaran digital meliputi kemudahan, efisiensi, keamanan, dan pencatatan otomatis. Kelemahannya adalah ketergantungan pada jaringan internet, risiko keamanan siber, dan potensi perilaku konsumtif.

2.3. Daya Beli

Daya beli adalah kemampuan seseorang menggunakan sumber daya ekonominya untuk memperoleh barang dan jasa. Daya beli dipengaruhi oleh pendapatan, tingkat harga, kebutuhan dan preferensi, akses terhadap sistem pembayaran, serta lingkungan sosial. Pada pelajar, daya beli bersumber dari uang saku sehingga keputusan mengalokasikan uang saku menjadi bagian penting. Dalam penelitian ini, daya beli siswa dipahami sebagai kemampuan dan keputusan siswa melakukan pembelian di kantin sekolah setelah diterapkannya pembayaran digital.

2.4. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Frekuensi penggunaan transaksi non-tunai menunjukkan seberapa sering siswa memakai pembayaran digital. Kebiasaan ini dapat membentuk pola transaksi yang berbeda dari pembayaran tunai. (Paramita & Cahyadi, 2024) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, ekspektasi usaha, dan kondisi pendukung berkaitan dengan perilaku penggunaan QRIS, sedangkan (Dewi, 2024) menemukan pengaruh QRIS terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian dirumuskan:

1. **H_1:** Frekuensi penggunaan transaksi non-tunai berpengaruh terhadap daya beli siswa di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo.
2. **H_2:** Volume transaksi digital berpengaruh terhadap daya beli siswa di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo.
3. **H_3:** Tingkat adopsi dan akses layanan digital berpengaruh terhadap daya beli siswa di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo.
4. **H_4:** Frekuensi penggunaan transaksi non-tunai, volume transaksi digital, serta tingkat adopsi dan akses layanan digital secara simultan berpengaruh terhadap daya beli siswa di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji pengaruh frekuensi penggunaan transaksi non-tunai (X_1), volume transaksi digital (X_2), serta tingkat adopsi dan akses layanan digital (X_3) terhadap daya beli siswa (Y) (Sugiyono, 2022). Populasi penelitian adalah seluruh siswa aktif SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo yang menggunakan kantin sekolah, yaitu 881 siswa. Sampel diambil dengan *stratified random sampling* dengan kriteria: siswa aktif kelas X dan XI tahun ajaran 2024/2025, pernah menggunakan pembayaran digital di kantin sekolah minimal satu kali, dan menggunakan aplikasi pembayaran sekolah (*BTN Merchant*). Perhitungan rumus *Slovin* dengan toleransi kesalahan 5% menghasilkan 275 responden, sedangkan jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini adalah 200 siswa.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring (*Google Forms*) dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan resmi. Variabel X_1 diukur dengan 5 indikator (intensitas penggunaan, frekuensi transaksi QRIS atau dompet digital, kebiasaan memilih non-tunai, konsistensi penggunaan, dan kemudahan penggunaan). Variabel X_2 diukur dengan 5 indikator (jumlah transaksi, nilai transaksi, peningkatan penggunaan, intensitas pembelian, dan besarnya pengeluaran digital). Variabel X_3 diukur dengan 6 indikator (kemudahan akses, kemudahan memahami penggunaan, ketersediaan fasilitas, kepercayaan terhadap sistem, kemudahan transaksi, dan kesediaan menggunakan secara berkelanjutan). Variabel Y diukur dengan 6 indikator (kemampuan membeli produk, frekuensi pembelian, jumlah pengeluaran, keputusan pembelian, kemampuan memenuhi kebutuhan konsumsi, dan kecenderungan meningkatkan pembelian).

Data dianalisis dengan *IBM SPSS Statistics* melalui uji validitas (korelasi *Pearson Product Moment*), uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha*), uji asumsi klasik (normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*, multikolinearitas dengan *tolerance* dan VIF, serta *heteroskedastisitas*), dan regresi linear berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ (Ghozali, 2021). Hipotesis diuji dengan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2) pada taraf signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 200 siswa SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan kelas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	108	54,0%
	Laki-laki	92	46,0%
Usia	15 tahun	32	16,0%
	16 tahun	36	18,0%
	17 tahun	76	38,0%
	18 tahun	56	28,0%
Kelas	X	68	34,0%
	XI	132	66,0%

Sumber: Data primer, diolah (2026).

Responden perempuan (54,0%) sedikit lebih banyak daripada laki-laki (46,0%). Usia responden didominasi 17 tahun (38,0%) dan 18 tahun (28,0%). Siswa kelas XI mencakup 66,0% responden, hampir dua kali lipat siswa kelas X, sehingga sebagian besar responden telah lebih lama berinteraksi dengan sistem pembayaran digital di kantin.

4.2. Statistik Deskriptif

Tabel 2 meringkas jawaban responden pada setiap variabel. Rata-rata indikator X_3 paling tinggi, yang menunjukkan bahwa siswa menilai akses dan penerimaan layanan pembayaran digital sangat baik. Rata-rata indikator X_1, X_2, dan Y berada pada kategori sedang hingga cenderung positif.

Tabel 2. Ringkasan Statistik Deskriptif Indikator

Variabel	Jumlah indikator	Kisaran rata-rata	Rata-rata indikator	Kisaran simpangan baku
Frekuensi Penggunaan Transaksi Non Tunai (X_1)	5	3,385–3,785	3,590	0,774–0,860
Volume Transaksi Digital (X_2)	5	2,840–3,585	3,241	0,765–1,060
Tingkat Adopsi dan Akses Layanan Digital (X_3)	6	3,195–4,740	4,429	0,611–0,960
Daya Beli Siswa (Y)	6	2,875–4,585	3,505	0,725–1,138

Sumber: Data primer, diolah (2026). Rata-rata indikator dihitung dari rata-rata setiap butir pernyataan.

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh butir pernyataan memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,138; n = 200; $\alpha = 0,05$) dengan signifikansi 0,000 sehingga dinyatakan valid. Butir dengan korelasi terendah adalah X_{36} (0,385) dan Y_5 (0,270). Kedua butir tetap berada di atas r tabel sehingga tetap dipertahankan. Nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel (Tabel 3).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kisaran r hitung	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Frekuensi Penggunaan Transaksi Non Tunai (X_1)	0,723–0,877	0,879	Valid, reliabel
Volume Transaksi Digital (X_2)	0,785–0,889	0,884	Valid, reliabel
Tingkat Adopsi dan Akses Layanan Digital (X_3)	0,385–0,864	0,789	Valid, reliabel
Daya Beli Siswa (Y)	0,270–0,817	0,788	Valid, reliabel

Sumber: Data primer, diolah (2026).

4.4. Uji Asumsi Klasik

Uji *multikolinearitas* menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,418 (X_1), 0,426 (X_2), dan 0,964 (X_3) serta VIF sebesar 2,393 (X_1), 2,346 (X_2), dan 1,037 (X_3). Seluruh tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 sehingga tidak terdapat *multikolinearitas*.

Uji *heteroskedastisitas* dengan korelasi *Spearman's rho* menunjukkan signifikansi 0,000 (X_1; $\rho = 0{,}381$), 0,000 (X_2; $\rho = 0{,}537$), dan 0,010 (X_3; $\rho = -0{,}183$). Seluruh nilai berada di bawah 0,05 sehingga model mengalami gejala *heteroskedastisitas*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan *Asymp. Sig*. (*2-tailed*) sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga residual tidak berdistribusi normal. Kedua asumsi ini belum terpenuhi, sehingga hasil regresi berikut perlu ditafsirkan dengan hati-hati. Pelanggaran ini menjadi keterbatasan penelitian dan dapat ditangani pada penelitian lanjutan, misalnya dengan *robust standard error* atau transformasi data.

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Konstanta)	13,751	1,618	–	8,499	0,000
Frekuensi Penggunaan Transaksi Non Tunai (X_1)	−0,018	0,083	−0,020	−0,216	0,829
Volume Transaksi Digital (X_2)	0,484	0,074	0,586	6,535	0,000
Tingkat Adopsi dan Akses Layanan Digital (X_3)	−0,164	0,067	−0,146	−2,440	0,016

Sumber: Data primer, diolah (2026). Variabel terikat: Daya Beli Siswa (Y).

$$Y = 13{,}751 - 0{,}018X_1 + 0{,}484X_2 - 0{,}164X_3 + e$$

Konstanta sebesar 13,751 berarti daya beli siswa diperkirakan 13,751 apabila ketiga variabel bebas bernilai nol. Koefisien X_1 sebesar −0,018 tidak signifikan ($t = -0{,}216$; $p = 0{,}829$) sehingga H_1 ditolak. Koefisien X_2 sebesar 0,484 positif dan signifikan ($t = 6{,}535$; $p < 0{,}001$) sehingga H_2 diterima, dan variabel ini memiliki Beta terbesar (0,586). Koefisien X_3 sebesar −0,164 negatif dan signifikan ($t = -2{,}440$; $p = 0{,}016$) sehingga H_3 diterima, tetapi dengan arah pengaruh yang negatif.

Tabel 5. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Model	*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
Regression	609,103	3	203,034	31,844	0,000
Residual	1.249,677	196	6,376		
Total	1.858,780	199			

Sumber: Data primer, diolah (2026). $R = 0{,}572$; $R^2 = 0{,}328$; *Adjusted* $R^2 = 0{,}317$; *Std. Error of the Estimate* = 2,52506.

Uji F menghasilkan F hitung sebesar 31,844 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga ketiga variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya beli siswa dan H_4 diterima. Nilai R^2 sebesar 0,328 (*Adjusted* $R^2 = 0{,}317$) menunjukkan bahwa model menjelaskan 32,8% variasi daya beli siswa, sedangkan 67,2% dipengaruhi faktor lain di luar model, seperti uang saku, harga produk, dan preferensi konsumsi.

4.6. Pembahasan

Pengaruh frekuensi penggunaan transaksi non-tunai terhadap daya beli siswa

Frekuensi penggunaan transaksi non-tunai tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli siswa. Seringnya siswa memakai pembayaran digital belum tentu mengubah kemampuan atau keputusan pembelian mereka di kantin. Keputusan pembelian kemungkinan lebih ditentukan oleh besarnya uang saku, kebutuhan konsumsi, dan jenis produk yang tersedia. Temuan ini berbeda dari (Riska, 2022) dan (Dewi, 2024) yang menemukan pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan objek (siswa SMA dibandingkan mahasiswa) dan variabel terikat (daya beli dibandingkan perilaku konsumtif).

Pengaruh volume transaksi digital terhadap daya beli siswa

Volume transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli siswa, dan menjadi variabel yang paling dominan dalam model. Semakin besar jumlah dan nilai transaksi digital siswa, semakin tinggi daya beli mereka di kantin. Kemudahan, kecepatan, dan efisiensi pembayaran digital memungkinkan siswa bertransaksi tanpa hambatan uang tunai, sehingga aktivitas pembelian meningkat. Hasil ini sejalan

dengan (Ardana et al., 2023) yang menemukan bahwa QRIS mempercepat transaksi dan memberi kemudahan, serta dengan (Riska, 2022) yang menemukan pengaruh positif pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh tingkat adopsi dan akses layanan digital terhadap daya beli siswa

Tingkat adopsi dan akses layanan digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya beli siswa. Rata-rata indikator X_3 sangat tinggi (4,429), sehingga hampir seluruh siswa sudah terbiasa dengan layanan ini. Siswa yang terbiasa dapat menjadi lebih selektif dalam mengelola saldo uang elektronik. Pengawasan orang tua melalui pembatasan saldo juga dapat membatasi pembelian. Kedua penjelasan ini belum diuji dalam penelitian ini sehingga perlu dikaji lebih lanjut. Hasil ini berbeda dari (Ardana et al., 2023) dan (Riska, 2022) yang melaporkan dampak positif digitalisasi pembayaran. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh tingkat kemandirian finansial siswa yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa serta aturan dan pengawasan di lingkungan sekolah.

Pengaruh simultan

Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap daya beli siswa, tetapi daya jelasnya sedang ($R^2 = 0{,}328$). Temuan ini sejalan dengan (Dewi, 2024) yang menemukan pengaruh digitalisasi kantin terhadap perilaku siswa dengan kontribusi 26,9%, dan dengan (Kurnia et al., 2025) yang menunjukkan manfaat operasional dan edukatif kantin digital. Namun, tidak semua dimensi digitalisasi berdampak searah. Keberhasilan digitalisasi pembayaran tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, tetapi juga oleh karakteristik pengguna, pengelolaan keuangan siswa, dan lingkungan sekolah.

5. KESIMPULAN

Frekuensi penggunaan transaksi non-tunai tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli siswa di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo ($p = 0{,}829$). Volume transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0{,}484$; $p < 0{,}001$). Tingkat adopsi dan akses layanan digital berpengaruh negatif dan signifikan ($B = -0{,}164$; $p = 0{,}016$). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap daya beli siswa ($F = 31{,}844$; $p < 0{,}001$) dengan R^2 sebesar 0,328, sehingga 67,2% variasi daya beli dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Asumsi normalitas residual dan homoskedastisitas tidak terpenuhi. Jumlah responden (200) lebih kecil daripada hasil perhitungan Slovin (275). Penelitian dilakukan pada satu sekolah, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi.

6. SARAN

Bagi sekolah, disarankan mengembangkan sistem pembayaran digital di kantin dengan memperhatikan kemudahan dan keamanan, disertai edukasi penggunaan pembayaran digital secara bijaksana agar tidak mendorong perilaku konsumtif. Bagi pengelola kantin, disarankan memastikan sistem pembayaran berjalan lancar dan menyediakan pilihan metode pembayaran digital yang beragam. Bagi siswa, disarankan memanfaatkan pembayaran digital dengan mengutamakan kebutuhan dan mengelola uang saku secara efektif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel seperti uang saku, literasi keuangan, harga produk, gaya hidup, dan pengaruh teman sebaya, menggunakan responden yang lebih banyak atau sekolah yang berbeda, serta menggunakan metode yang lebih tahan terhadap pelanggaran asumsi klasik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardana, S. G., Luqyana, A. S., Ayu, I., Antono, L., & Puspita, R. (2023). *Efektifitas Penggunaan QRIS bagi Kalangan Mahasiswa UNNES untuk Transaksi Pembayaran dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi pada Era Digitalisasi*. *2*(2), 167–183.

Bank Indonesia. (2023). *Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi di Masyarakat, QRIS Raih Penghargaan Internasional*. Bank Sentral Republik Indoesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521123.aspx

Dewi, A. A. (2024). *The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour*. *5*(2), 75–85.

Direktur Humas OJK, D. (2022). Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. In *Otoritas Jasa Keuangan* (Number November). https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Khafidin. (2020). *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6801

Kurnia, A. R., Aini, S. Q., & Septiyani, F. (2025). *Upaya Meningkatkan Kewirausahaan Siswa melalui Penerapan Kantin Pembelajaran Berbasis Digital di SDN Ngagelrejo 1 / 396 Surabaya*. *4*(3), 3519–3530.

Marsan, G. A., & Rahmawati, A. (2026). Fintech Innovations Across Emerging Markets : Multiple Models , Shared Lessons. *ERIA Discussion Paper Series*, *11*(557), 520.

Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2024). *Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah)*. *3*(1).

Nasikin, Y. (2022). *Determinan Perilaku Kalangan Milenial Menggunakan Mobile Payment dalam Bertransaksi di Kota Jayapura Papua* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. http://etheses.uin-malang.ac.id/38532/

Paramita, E. D., & Cahyadi, E. R. (2024). *The Determinants of Behavioral Intention and Use Behavior of QRIS as Digital Payment Method Using Extended Utaut Model*. *10*(1), 132–145.

Raza, H. (2022). *Akuntansi Keperilakuan*. Literasi Nusantara Abadi.

Riska. (2022). *Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)*.

Sastroatmodjo, S., & Purnairawan, E. (2021). *Pengantar Akuntansi*. Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suryanto, S., & Dai, R. M. (2025). *Digitalisasi Pembayaran Dalam Pengelolaan Keuangan Publik : Strategi Efisiensi dan Transparanso*. *13*, 96–111.

Winarno, S. H., Hasan, S., Butarbutar, D. J. A., Nampira, A. A., & Mohamad, Y. (2025). *Analisis Perilaku Konsumen* (A. Muth'ah, Ed.; Cetakan Pe). PT Penerbit Naga Pusaka. http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6801

World Bank. (2021). *Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19 Executivemmary Executive Summary Executive Summary*. The Global Findex Database. www.worldbank.org