



Pengaruh *Digital Payment* (OVO, GoPay, Dana) terhadap Minat Beli Mahasiswa di Marketplace

Inayah Ranitya^{1*}, Hezra Naumi Syariah Panjaitan²,

Hopkyn Dwiagstri Domisthira Lumbanbatu³

¹⁻³Politeknik Negeri Medan, Indonesia

Email: inayahranitya@students.polmed.ac.id¹, hezranaumi@students.polmed.ac.id²

hopkyndwiagstri@students.polmed.ac.id³

*Penulis Korespondensi: inayahranitya@students.polmed.ac.id

Abstract. Along with technological developments, Indonesia is experiencing a transformation in its payment system through the presence of Financial Technology (Fintech), particularly digital payments. Digital payment services such as OVO, GoPay, and Dana are increasingly used by students for transactions in marketplaces because they offer convenience, speed, and security. This study aims to analyze the influence of the use of digital payments OVO, GoPay, and Dana on students' purchasing interest in marketplaces. The variables studied include ease of use, service quality, and promotions offered by digital payment providers. The research method used a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to student marketplace users. Data were analyzed using regression analysis to determine the effect of each variable on purchasing interest. The results of this study are expected to provide an overview of the role of digital payments in encouraging student purchasing interest and serve as a reference for service providers and marketplace players in improving their digital service and promotion strategies.

Keywords: Digital Payment; OVO; Gopay; DANA; Purchase Interest.

Abstrak. Seiring perkembangan teknologi, Indonesia mengalami transformasi sistem pembayaran melalui kehadiran *Financial Technology (Fintech)*, khususnya digital payment. Layanan pembayaran digital seperti OVO, GoPay, dan Dana semakin banyak digunakan oleh mahasiswa dalam bertransaksi di marketplace karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan digital payment OVO, GoPay, dan Dana terhadap minat beli mahasiswa di marketplace. Variabel yang dikaji meliputi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan promosi yang ditawarkan oleh penyedia *digital payment*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa pengguna marketplace. Data dianalisis menggunakan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap minat beli. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peran digital payment dalam mendorong minat beli mahasiswa serta menjadi referensi bagi penyedia layanan dan pelaku marketplace dalam meningkatkan strategi layanan dan promosi digital.

Kata kunci: DANA; Digital Payment; Gopay; Minat Beli; OVO.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini berlangsung sangat pesat dan membawa banyak perubahan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari cara berkomunikasi, belajar, bekerja, hingga melakukan transaksi pembayaran (Purba dkk., 2025). Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini semakin banyak beralih ke sistem digital karena dianggap lebih praktis dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, konsumen masa kini cenderung memilih kemudahan dalam berbelanja. Angela (2019) menyebutkan bahwa kemudahan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen modern. Perubahan gaya hidup ini mendorong

masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu bidang yang mengalami perubahan besar akibat perkembangan teknologi adalah sektor keuangan, khususnya pada sistem pembayaran. Munculnya teknologi keuangan atau financial technology (fintech) menghadirkan metode pembayaran yang lebih cepat, mudah, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Fintech mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen serta menyederhanakan proses transaksi yang sebelumnya dianggap rumit (Aulia & Suryanawa, 2019).

Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang aktif menggunakan pembayaran digital, seiring dengan semakin berkurangnya penggunaan uang tunai. Saat ini, sistem pembayaran digital seperti OVO, GoPay, dan Dana menjadi e-wallet yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Wulandari & Ibrahim, 2023). Melalui layanan ini, pengguna dapat menyimpan saldo dan melakukan transaksi secara non-tunai dengan lebih cepat, aman, dan nyaman (Sugianto dkk., 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital dapat memengaruhi perilaku konsumsi dan minat beli mahasiswa di platform marketplace (Kosasih & Wulandari, 2025). Bahkan, kemudahan penggunaan e-wallet serta berbagai promo yang ditawarkan sering kali mendorong pembelian impulsif di kalangan mahasiswa (Sinaga, 2022; Nirmalasari & Basri, 2024).

Marketplace sebagai platform belanja online juga semakin berkembang seiring meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Marketplace menyediakan berbagai jenis produk dalam satu aplikasi, sehingga memudahkan konsumen dalam mencari dan membeli barang. Menurut Hutauruk dkk. (2021), perilaku belanja online dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, pengelompokan produk, serta kemudahan dalam proses pembayaran digital.

Meningkatnya penggunaan marketplace juga diikuti oleh peningkatan penggunaan pembayaran digital. Firmansyah (2018) menyatakan bahwa sistem pembayaran digital dapat meningkatkan efektivitas transaksi, kualitas layanan, serta pengelolaan keuangan. Hal ini didukung oleh Dewi dkk. (2021) yang menyebutkan bahwa pembayaran digital dinilai lebih praktis, efisien, dan aman.

Berdasarkan hasil survei, lebih dari 55% mahasiswa menggunakan pembayaran digital sebanyak 5–8 kali dalam sebulan, dan sekitar 20% menggunakannya lebih dari 8 kali dalam sebulan (Aldilla & Bayu, 2020). Tingginya frekuensi penggunaan ini dipengaruhi oleh adanya

promo, cashback, dan diskon yang ditawarkan oleh e-wallet, sehingga meningkatkan minat beli mahasiswa di marketplace (Pasaribu dkk., 2025; Wulandari dkk., 2025).

Penelitian Putra & Roekhudin (2022) juga menunjukkan bahwa minat menggunakan dompet digital dipengaruhi oleh faktor kemudahan, manfaat yang dirasakan, serta kebiasaan pengguna. Sementara itu, Azzahra dkk. (2024) menemukan bahwa mahasiswa pengguna ShopeePay dan GoPay cenderung memiliki pola konsumsi yang masih tergolong moderat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa terus meningkat dan memiliki potensi besar dalam memengaruhi minat beli di platform marketplace. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan pembayaran digital (OVO, GoPay, dan Dana) terhadap minat beli mahasiswa di marketplace.

2. KAJIAN TEORITIS

Financial Technology (Fintech)

Financial Technology atau fintech merupakan pemanfaatan teknologi dalam bidang keuangan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Aulia & Suryanawa (2019) menjelaskan bahwa fintech menghadirkan sistem keuangan yang lebih cepat, efisien, dan mudah digunakan. Hal ini membuat masyarakat mulai meninggalkan sistem pembayaran konvensional yang dinilai kurang praktis.

Di Indonesia, perkembangan fintech sangat pesat, terutama pada layanan pembayaran digital. Firmansyah (2018) menyebutkan bahwa inovasi fintech mampu meningkatkan efektivitas transaksi, kualitas pelayanan, serta pengelolaan keuangan. Kondisi ini mendorong tingginya minat penggunaan fintech, khususnya di kalangan mahasiswa. Digital payment adalah sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai. Salah satu bentuk digital payment yang biasanya digunakan adalah e-wallet. Menurut Sugianto et al. (2023), e-wallet merupakan aplikasi berbasis digital yang berfungsi sebagai media penyimpanan dana serta sarana untuk melakukan transaksi pembayaran secara online

OVO, GoPay, dan Dana merupakan jenis e-wallet yang paling sering digunakan di Indonesia (Wulandari & Ibrahim, 2023). Penggunaan e-wallet dinilai lebih praktis karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja, serta lebih aman dibandingkan membawa uang tunai. Dewi et al. (2021) menyebutkan bahwa sistem pembayaran digital menawarkan kemudahan, efisiensi waktu, serta tingkat kenyamanan yang tinggi bagi penggunanya, termasuk kalangan mahasiswa.

Digital Payment (E-Wallet)

Digital payment merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai. Salah satu bentuk digital payment yang paling umum digunakan adalah e-wallet. Menurut Sugianto dkk. (2023), e-wallet adalah aplikasi digital yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan dana sekaligus alat pembayaran dalam transaksi online.

OVO, GoPay, dan Dana merupakan e-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia (Wulandari & Ibrahim, 2023). Penggunaan e-wallet dinilai lebih praktis karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta dianggap lebih aman dibandingkan membawa uang tunai. Dewi dkk. (2021) juga menyatakan bahwa sistem pembayaran digital memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan kenyamanan bagi penggunanya, termasuk mahasiswa.

Marketplace

Marketplace merupakan platform belanja online yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu aplikasi. Melalui marketplace, konsumen dapat dengan mudah mencari produk, membandingkan harga, dan melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke toko. Hutaeruk dkk. (2021) menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi, pengelompokan produk, dan sistem pembayaran menjadi faktor utama yang memengaruhi minat belanja online.

Minat Beli

Minat beli merupakan keinginan atau dorongan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Minat beli muncul ketika konsumen merasa tertarik dan menilai bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Dalam konteks belanja online, minat beli dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan aplikasi, metode pembayaran, serta promo yang ditawarkan.

Kosasih & Wulandari (2025) menyatakan bahwa kemudahan dan kecepatan pembayaran digital dapat meningkatkan minat beli mahasiswa di marketplace karena proses transaksi menjadi lebih sederhana dan efisien.

Promo, Cashback, dan Diskon

Promo, cashback, dan diskon merupakan strategi yang sering digunakan oleh penyedia e-wallet untuk menarik minat pengguna. Promo tersebut biasanya berupa potongan harga atau pengembalian saldo. Pasaribu dkk. (2025) menyebutkan bahwa fitur promosi pada e-wallet dapat meningkatkan frekuensi transaksi, khususnya di kalangan mahasiswa.

Penelitian Sinaga (2022) serta Nirmalasari & Basri (2024) menunjukkan bahwa promo dan cashback dapat memicu pembelian impulsif karena konsumen merasa mendapatkan keuntungan tambahan dari transaksi yang dilakukan.

Penggunaan Digital Payment dan Perilaku Mahasiswa

Mahasiswa merupakan kelompok yang aktif menggunakan teknologi, sehingga memiliki peran besar dalam perkembangan digital payment. Aldilla & Bayu (2020) menyatakan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan e-wallet lebih dari lima kali dalam sebulan, terutama untuk transaksi di marketplace.

Putra & Roekhudin (2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kebiasaan pengguna berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet. Selain itu, Azzahra dkk. (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna e-wallet cenderung memiliki perilaku konsumsi yang masih tergolong wajar, meskipun dipengaruhi oleh kemudahan transaksi dan promo.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Survei. Metode Kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pengujian hipotesis serta pengukuran variabel penelitian berdasarkan data empiris (Firmansyah, Masrun & Dewa, 2021). Sementara itu, metode survei merupakan jenis penelitian yang bertujuan mengumpulkan data dari sejumlah sampel melalui penyebaran kuesioner atau wawancara guna merepresentasikan berbagai karakteristik populasi, dengan kuesioner sebagai instrumen utama pengumpulan data (Maidiana, 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Penelitian lapangan, hanya menggunakan Kuesioner. 2) Penelitian Kepustakaan, dengan cara Mempelajari, Mengkaji, dan Meneliti sesuatu yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan hasil pengolahan data dari kuesioner yang telah disebarkan kepada 48 responden yang merupakan mahasiswa. Kuesioner digunakan untuk menganalisis bagaimana pengaruh digital payment terhadap minat beli mahasiswa di marketplace. Data yang didapat akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi serta persentase. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan berdasarkan perilaku konsumsi mahasiswa.

Profil Responden

Tabel 1. Distribusi Jenis Kelamin.

Perempuan	70,8%
Laki-laki	29,2%

Tabel 2. E-Wallet Yang Paling Banyak Digunakan.

Dana	64,6%
Gopay	10,4%
OVO	8,3%
ShopeePay	10,4%
Seabank	6,3%

Berdasarkan Tabel 2, Mahasiswa paling dominan menggunakan Dana (64,6%), Dana memberikan layanan cashback, kemudahan top-up, dan keterhubungan langsung dengan marketplace hal ini yang menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih menggunakan Dana.

Tabel 3. Frekuensi Penggunaan.

Tidak Pernah	2,1%
1 kali seminggu	4,2%
2-3 kali seminggu	33,3%
3-5 kali seminggu	10,4%
>5 kali seminggu	52,1%

Berdasarkan Tabel 3, Sebagian besar mahasiswa menggunakan E-Wallet lebih dari lima kali dalam seminggu (52,1%). Hal ini menandakan bahwa digital payment sudah menjadi bagian dari aktivitas transaksi mahasiswa sehari-hari.

Analisis Faktor Motivasi Penggunaan E-Wallet

Tabel 4. Kemudahan penggunaan.

Sangat setuju	50%
Setuju	47,9%
Ragu-ragu	2,1%
Tidak Setuju	0%
Sangat Tidak Setuju	0%

Berdasarkan Tabel 4, Sebanyak 97,9% mahasiswa menilai bahwa E-Wallet mudah digunakan. Sementara itu, hanya 2,1% responden yang menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa E-Wallet dinilai mudah untuk digunakan dan tidak menimbulkan kesulitan bagi pengguna, khususnya mahasiswa. Kemudahan penggunaan tersebut yang mendorong minat mahasiswa dalam melakukan transaksi di marketplace.

Tabel 5. Pengaruh Promo dan Diskon.

Sangat setuju	29,2%
Setuju	45,8%
Ragu-ragu	14,6%
Tidak Setuju	8,3%
Sangat Tidak Setuju	2,1%

Berdasarkan Tabel 5, bisa diketahui bahwa promo yang diberikan oleh E-Wallet memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap Keputusan responden dalam menggunakannya. Hal ini bisa dilihat dari tingginya persentase yang mengatakan setuju

(45,8%) dan sangat setuju (29,2%), sehingga secara keseluruhan sebanyak 75% responden menyetujui bahwa promo dan diskon menjadi faktor utama yang memengaruhi penggunaan E-Wallet. Sementara itu, ada 14,6% responden menyatakan ragu-ragu, hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna belum sepenuhnya menjadikan promo sebagai faktor utama dalam penggunaan E-Wallet. Di sisi lain, hanya Sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju (8,3%) dan sangat tidak setuju (2,1%), yang menandakan bahwa promo bukanlah faktor dominan bagi responden tersebut.

Tabel 6. Persepsi Keamanan.

Sangat setuju	37,5%
Setuju	52,1%
Ragu-ragu	6,3%
Tidak Setuju	4,2%
Sangat Tidak Setuju	0%

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas responden memiliki penilaian yang positif terhadap keamanan penggunaan E-Wallet. Hal ini dapat dilihat dari persentase responden yang menyatakan setuju (52,2%), dan sangat setuju (37,5%), Secara keseluruhan ada 89,6% responden menilai bahwa keamanan juga menjadi faktor utama dalam penggunaan E-Wallet.

Tabel 7. Persepsi Kecepatan Proses Pembayaran.

Sangat setuju	50%
Setuju	45,8%
Ragu-ragu	0%
Tidak Setuju	2,1%
Sangat Tidak Setuju	2,1%

Berdasarkan Tabel 7, mayoritas responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kecepatan proses pembayaran pada penggunaan E-Wallet. Hal ini terlihat dari tingginya persentase responden yang menyatakan setuju (45,8%) dan sangat setuju (50%) terhadap pernyataan bahwa kecepatan proses pembayaran membuat mereka lebih memilih E-Wallet. Secara keseluruhan, terdapat 95,8% responden yang menilai bahwa kecepatan transaksi merupakan faktor penting dalam penggunaan e-wallet.

Tabel 8. Pengaruh Pengalaman Sebelumnya.

Sangat setuju	50%
Setuju	41,7%
Ragu-ragu	0%
Tidak Setuju	4,2%
Sangat Tidak Setuju	4,2%

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa pengalaman penggunaan E-Wallet memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap preferensi mahasiswa dalam bertransaksi. Hal ini dapat dilihat dari tingginya persentase responden yang memilih sangat setuju (50%) dan setuju (41,7%). Respon yang positif ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan maka semakin besar minat mahasiswa untuk terus menggunakan E-Wallet.

Tabel 9. Kemudahan Akses.

Sangat setuju	35,4%
Setuju	54,2%
Ragu-ragu	10,4%
Tidak Setuju	0%
Sangat Tidak Setuju	0%

Berdasarkan Tabel 9, terlihat bahwa sebagian besar responden menilai kemudahan akses sebagai aspek penting dalam penggunaan E-Wallet. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya persentase responden yang menyatakan setuju (54,2%) dan sangat setuju (35,4%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa bahwa E-Wallet mudah diakses, baik dari segi tampilan aplikasi, langkah penggunaan, maupun ketersediaannya di berbagai platform marketplace.

Analisis Faktor Motivasi Penggunaan E-Wallet

Tabel 10. Penghematan Waktu.

Ya	79,2%
Mungkin	18,8%
Tidak	2,0%

Berdasarkan Tabel 10, sebagian besar responden menyatakan bahwa penggunaan E-Wallet membantu mereka menghemat waktu, dengan persentase “Ya” mencapai 79,2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasakan efisiensi yang ditawarkan E-Wallet dalam proses transaksi, terutama karena pembayaran dapat dilakukan secara cepat tanpa tahapan yang rumit.

Tabel 11. Kemudahan Pencatatan Pengeluaran.

Ya	64,6%
Mungkin	27,1%
Tidak	8,3%

Berdasarkan Tabel 11, Fitur pencatatan transaksi pada E-Wallet dinilai cukup bermanfaat bagi mahasiswa. Sebanyak 64,6% responden menyatakan “Ya” yang berarti mayoritas pengguna merasa terbantu dalam memantau pengeluaran melalui riwayat transaksi yang tersedia secara otomatis. Selain itu, 27,1% responden memilih “Mungkin” yang dapat menandakan bahwa sebagian mahasiswa belum sepenuhnya memanfaatkan fitur tersebut.

Tabel 12. Persepsi Keamanan Dibanding Metode Lain.

Ya	35,4%
Mungkin	50%
Tidak	14,6%

Berdasarkan Tabel 12, mayoritas responden berada pada kategori “Mungkin” (50,1%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih bersikap hati-hati dalam menilai apakah E-Wallet lebih aman dibandingkan metode pembayaran lainnya. Sementara itu, 35,4% responden menjawab “Ya” menandakan bahwa sekelompok mahasiswa memiliki keyakinan bahwa E-Wallet menawarkan tingkat keamanan yang lebih baik.

Tabel 13. Pengelolaan Keuangan.

Ya	43,8%
Mungkin	31,3%
Tidak	25,0%

Berdasarkan Tabel 13, sebanyak 43,8% responden menyatakan “Ya” yang menunjukkan bahwa penggunaan E-Wallet membantu mereka dalam mengelola keuangan. Sementara itu, 31,3% responden memilih “Mungkin” menandakan bahwa sebagian mahasiswa merasakan manfaat tersebut, namun belum sepenuhnya konsisten dalam memanfaatkan fitur-fitur pengelolaan keuangan yang disediakan, seperti riwayat transaksi atau pengingat pengeluaran.

Tabel 14. Kesiediaan Rekomendasi.

Ya	64,6%
Mungkin	33,3%
Tidak	2,1%

Berdasarkan Tabel 14, sebanyak 64,6% responden menjawab “Ya” yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa bersedia merekomendasikan penggunaan E-Wallet kepada orang lain. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan dan kepercayaan yang cukup tinggi terhadap layanan E-Wallet yang mereka gunakan.

E-Wallet Sebagai Media Edukasi Keuangan

Tabel 15. Persepsi terhadap E-Wallet sebagai Alat Edukasi.

Sangat setuju	37,5%
Setuju	58,3%
Ragu-ragu	2,1%
Tidak Setuju	2,1%
Sangat Tidak Setuju	0%

Berdasarkan Tabel 15, sebanyak 58,3% responden menyatakan setuju dan 37,5% sangat setuju bahwa E-Wallet berperan sebagai media edukasi keuangan. Persentase yang tinggi ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa terbantu dalam memahami pola pengeluaran, mengelola saldo, serta memantau transaksi melalui fitur-fitur yang tersedia di aplikasi.

Tabel 16. Peran E-Wallet dalam membantu mahasiswa mengatur keuangan

Ya	62,5%
Mungkin	35,4%
Tidak	2,1%

Berdasarkan Tabel 16, sebanyak 62,5% responden menjawab “Ya” yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasakan peran E-Wallet dalam membantu mereka mengatur keuangan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan digital payment di kalangan mahasiswa termasuk tinggi dan sudah menjadi bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari, khususnya berbelanja di marketplace. Mahasiswa memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap penggunaan e-wallet seperti OVO, GoPay, dan Dana, yang terlihat dari banyaknya penggunaan serta pandangan terhadap kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa digital payment memberikan pengaruh dalam meningkatkan minat beli mahasiswa di marketplace karena dapat menyediakan proses transaksi yang lebih praktis dan efisien.

Selain itu, fitur promo, cashback, dan diskon terbukti memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli mahasiswa. Keberadaan keunggulan tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan transaksi dan memilih e-wallet sebagai metode pembayaran utama. Tetapi, tidak semua mahasiswa menjadikan promo sebagai faktor utama, karena sebagian responden juga mempertimbangkan keamanan, kemudahan akses, dan pengalaman penggunaan sebelumnya. Perbedaan penggunaan e-wallet juga terlihat, di mana Dana menjadi layanan yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa dibandingkan OVO dan GoPay, terutama karena kemudahan top-up, keterhubungan dengan marketplace, serta program cashback yang ditawarkan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar mahasiswa dapat menggunakan digital payment secara lebih bijak dan terkendali, khususnya dalam memanfaatkan promo dan diskon agar tidak terjadi perilaku konsumtif yang berlebihan. Penyedia layanan e-wallet diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan, terutama dari keamanan sistem, kemudahan penggunaan, serta pengembangan fitur edukasi literasi keuangan yang dapat membantu pengguna dalam mengelola pengeluaran secara lebih baik. Marketplace juga diharapkan dapat memperkuat kolaborasi dengan berbagai e-wallet untuk menciptakan pengalaman transaksi yang semakin aman, cepat, dan nyaman bagi pengguna.

DAFTAR REFERENSI

- Aldilla, R., & Bayu, D. (2020). Penggunaan sistem pembayaran digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 112–120.
- Angela. (2019). Preferensi konsumen modern terhadap kemudahan berbelanja. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 45–53.
- Aulia, R., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh financial technology terhadap sistem pembayaran di Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 1256–1283.

- Azzahra, N., Pratama, A., & Hidayat, R. (2024). Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet ShopeePay dan GoPay. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 6(1), 33–41.
- Dewi, N. P., Lestari, M., & Putra, I. M. (2021). Persepsi pengguna terhadap keamanan dan kemudahan pembayaran digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Keuangan*, 4(2), 89–97.
- Firmansyah, M. A. (2018). Peran digital payment dalam meningkatkan efisiensi transaksi usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 14–22.
- Firmansyah, M. A., Masrun, & Dewa, R. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Hutauruk, M. R., Simanjuntak, D., & Situmorang, R. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen pada marketplace. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 101–110.
- Kosasih, R., & Wulandari, S. (2025). Pengaruh pembayaran digital terhadap minat beli mahasiswa di marketplace. *Jurnal Ekonomi Digital*, 9(1), 55–64.
- Maidiana, R. (2021). Metodologi penelitian survei dalam ilmu sosial. *Jurnal Metode Penelitian*, 5(1), 23–30.
- Nirmalasari, D., & Basri, H. (2024). Pengaruh e-wallet terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 6(2), 78–86.
- Pasaribu, L., Simbolon, T., & Siregar, D. (2025). Pengaruh promo digital payment terhadap minat transaksi online. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 4(1), 19–28.
- Purba, J. H., Sihombing, M., & Napitupulu, R. (2025). Perkembangan teknologi digital dan dampaknya terhadap perilaku masyarakat. *Jurnal Teknologi dan Sosial*, 7(1), 1–10.
- Putra, A. R., & Roekhudin. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(2), 134–145.
- Sinaga, T. S. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsif konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 201–209.
- Sugianto, A., Rahmawati, D., & Prasetyo, B. (2023). Sistem pembayaran digital dan keamanan transaksi elektronik. *Jurnal Sistem Informasi*, 9(2), 88–96.
- Wulandari, E., & Ibrahim, M. (2023). Analisis penggunaan e-wallet di Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital*, 5(1), 40–49.
- Wulandari, S., Pasaribu, L., & Kosasih, R. (2025). Pengaruh promo dan cashback terhadap minat beli mahasiswa. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(1), 72–81.