

Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Layanan *Digital Payment* Terhadap Keputusan Bertransaksi *Online* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram)

Karmelia Sasmita Ningtias*¹, Baiq Reinelda Tri Yunarni ², Nurul Hidayati Indra ³

^{1,2}Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mataram, Nusa Tenggara Barat

³Manajemen Ritel, Universitas Muhammadiyah Mataram, Nusa Tenggara Barat

Correspondence: reinelda.yunarni@gmail.com

Received: 5 Februari 2025 | Revised: 14 Maret 2025 | Accepted: 19 April 2025

Keywords: Trust;
Security; Digital
payment services;
Transaction Decision

Abstract

This study examines the influence of trust and security of *Digital Payment* services on transaction decisions of students at the University of Muhammadiyah Mataram. This research is quantitative with a sample of 99 students at the University of Muhammadiyah Mataram. Data collection using questionnaires. The analysis method used is multiple linear regression to assess the impact of trust and security on students' transaction decisions. The purpose of this study is to determine partially and simultaneously the trust and security of *Digital Payment* services on *Online* transaction decisions of students at the University of Muhammadiyah Mataram. The results of this study indicate that 1) trust in *Digital Payment* services has a significant influence on *Online* transaction decisions of students at the University of Muhammadiyah Mataram. 2) security in *Digital Payment* services has a significant influence on *Online* transaction decisions of students at the University of Muhammadiyah Mataram, and 3) Trust and security in *Digital Payment* services have a simultaneous influence on *Online* transaction decisions of students at the University of Muhammadiyah Mataram.

Kata Kunci:
Kepercayaan;
Keamanan; Layanan
Digital Payment;
Keputusan
Bertransaksi

Abstract

Penelitian ini mengkaji pengaruh kepercayaan dan keamanan layanan *Digital Payment* terhadap keputusan transaksi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. Penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 99 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. Metode analisis data yaitu regresi linear berganda untuk dapat mengetahui sejauh mana kepercayaan dan keamanan memengaruhi keputusan transaksi mahasiswa melalui penyebaran kuesioner. Adapun tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan dan keamanan layanan *Digital Payment* terhadap keputusan bertransaksi *Online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) kepercayaan terhadap layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan bertransaksi *Online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. 2) keamanan terhadap layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan bertransaksi *Online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram, dan 3) Kepercayaan dan keamanan terhadap layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan bertransaksi *Online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang masif pada berbagai bidang hingga saat ini terlebih pada sistem pembayaran yang beralih menjadi pembayaran digital (Ansori & Ajizah, 2023). Pembayaran digital atau *Digital Payment* merupakan metode yang kini tidak lagi menggunakan sistem pembayaran tunai atau cash. Pembayaran digital memerlukan teknologi internet untuk diakses melalui perangkat elektronik seperti handphone. Kini pembayaran digital terus berkembang dengan seiring meningkatnya produk financial technology (*fintech*), dimana mencakup berbagai jenis produk yang beragam seperti dompet digital (*E-Wallet*) dan mobile banking. Penggunaan layanan pembayaran digital mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan sehingga hal ini membuat layanan pembayaran digital semakin digemari pada saat ini karena layanan tersebut menyediakan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan secara *Online*, seperti transfer uang, pembelian barang, pembayaran *Online* serta layanan keuangan lainnya (Naurah, 2023).

Keamanan menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan konsumen saat melakukan transaksi. (Riquelme & Román, 2014). Pada layanan pembayaran digital memberikan manfaat yang berguna dalam melakukan transaksi, namun memiliki resiko terhadap keamanan transaksi. Terdapat pihak yang tidak bertanggung jawab dalam menyalahgunakan teknologi internet dalam pembayaran digital untuk dapat berbuat kejahatan (Darmawan *et al.*, 2023). Ancaman terjadinya kejahatan siber seperti pencurian identitas menjadi salah satu risiko yang dihadapi pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Menurut laporan keamanan negara Indonesia bahwa telah terjadi banyak kasus serangan siber pada tahun 2022 dan akan terus terjadi jika tidak ada pencegahan atau solusi (Victoria, 2023). Semakin banyaknya masyarakat dalam menggunakan layanan pembayaran digital hal ini menjadi tantangan bagi penyedia jasa untuk mendapatkan kepercayaan dari para penggunanya.

Kepercayaan merupakan rasa yakin yang dimiliki konsumen terhadap perusahaan yang menawarkan suatu produk ataupun jasa sehingga dapat dipercaya untuk memenuhi janji sesuai ekspektasi para penggunanya (Liani & Yusuf, 2021). Sehingga dapat diartikan bahwa, kepercayaan merupakan suatu sikap yang penting dalam pengambilan keputusan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam bertransaksi. Kepercayaan pada layanan pembayaran digital merupakan suatu sikap yang diberikan kepada suatu aplikasi untuk dapat melakukan pekerjaannya dengan baik dan efisien sesuai dengan harapan pengguna serta melindungi data transaksi yang dilakukan oleh para penggunanya (Selva *et al.*, 2016). Memiliki kepercayaan penggunanya tentang layanan pembayaran digital dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran digital sebagai metode pembayaran dalam melakukan sebuah transaksi (Hafizah, 2023). Mahasiswa juga sebagai pengguna layanan *Digital Payment* juga mempertimbangkan berbagai aspek kemudahan penggunaan serta manfaat yang ditawarkan terhadap layanan pembayaran digital. Hal ini yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut dalam berbagai transaksi *Online*.

Keputusan bertransaksi merupakan kegiatan pengambilan tindakan dari adanya dua atau lebih pilihan lainnya untuk dapat melakukan transaksi yang mengarah pada proses seseorang dalam mengambil keputusan tersebut itu dilakukan, Schiffman dan Kanuk dalam Ridzwan *et al.*, (2021) Sebagai pengguna aktif layanan digital, mahasiswa sering dihadapkan pada berbagai

opsi pembayaran secara digital ataupun secara tunai. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti rasa aman serta tingkat kepercayaan terhadap suatu layanan. Oleh karena itu, keputusan bertransaksi cenderung bergantung pada pertimbangan keamanan dan kepercayaan yang diberikan pada layanan *Digital Payment* yang menjadi penentuan apakah seseorang memilih untuk menggunakan layanan *Digital Payment* dalam melakukan suatu transaksi.

Beberapa penelitian terdahulu terkait tentang kepercayaan dan keamanan terhadap bertransaksi *Online*, Penelitian terkait transaksi melalui aplikasi Dana menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan, sementara variabel keamanan juga tidak menunjukkan signifikansi terhadap keputusan bertransaksi. Namun, secara keseluruhan, variabel kepercayaan dan keamanan menunjukkan signifikansi terhadap keputusan dalam bertransaksi online. (Avif *et al.*, 2022; Dayan, 2020). Selain itu penelitian terkait kepercayaan lainnya, menunjukkan bahwa terdapat dukungan kuat pada hasil penelitian kepercayaan terhadap keputusan bertransaksi *Online* dimana ditemukan bahwa terdapat dorongan pengguna dalam menggunakan *mobile banking* yang dapat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan sehingga kepercayaan menjadi peran aktif dalam mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan tersebut (Khoiriyah & Putra, 2022; Meskaran *et al.*, 2013). Sedangkan dalam penelitian terkait keamanan terhadap keputusan bertransaksi ditemukan bahwa aspek keamanan merupakan peran penting dalam meningkatkan rasa yakin pengguna terhadap penggunaannya (Berlianmasthan *et al.*, 2024; Kafi *et al.*, 2023). Berdasarkan penelitian terdahulu, pada penelitian ini difokuskan pada seluruh layanan digital payment, serta berfokus pada aspek kepercayaan dan keamanan dengan mengacu pada teori Kotler terkait tentang perilaku konsumen. Sehingga terdapat keberlanjutan dari penelitian sebelumnya dalam bidang keputusan bertransaksi dari segi layanan digital payment.

Menurut teori Kotler, kepercayaan dan keamanan merupakan faktor utama dalam transaksi online, serta memainkan peran penting dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Kotler & Keller, 2008). Sehingga terdapat kesenjangan pada penelitian terdahulu dimana kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dengan merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1) Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan untuk bertransaksi *Online* pada layanan digital payment?, 2) Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan untuk bertransaksi *Online* pada layanan digital payment?, dan 3) Apakah keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan bertransaksi *Online* pada layanan digital payment?.

METODE

Pendekatan metode penelitian yaitu menguji dua variabel independen yaitu variabel kepercayaan dan variabel keamanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan bertransaksi *Online* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram lalu pengumpulan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* di populasi Universitas Muhammadiyah Mataram yang dapat dilihat di PDDIKTI yaitu $N=8.271$ total mahasiswa S1. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan nilai

$e=10\%$ karena jumlah populasinya telah diketahui, maka penentuan sampel yaitu sebagai berikut (Sugiyono & Susanto, 2017).

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{8.271}{1+8.271 \times (0.1)^2} = \frac{8.271}{83,71} = 98,8$$

Maka ditentukan bahwa sampel dalam penelitian ini dengan populasi Universitas Muhammadiyah Mataram yaitu 99 mahasiswa.

Penyebaran pertanyaan kuesioner melalui Google Form yang berkaitan dengan isu penelitian kepercayaan dan keamanan layanan *Digital Payment* terhadap keputusan bertransaksi *Online* kepada responden yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram pengguna layanan *Digital Payment* dalam melakukan transaksi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur dengan Skala Likert, di mana responden memberikan tanggapan dalam rentang skala 1 hingga 5. Indikator penelitian untuk kepercayaan yaitu: 1) *Benevolence*, 2) *Ability*, 3) *Integrity*, dan 4) *Willingness to Depend*. Indikator untuk variabel keamanan yaitu: 1) Jaminan keamanan, dan 2) Kerahasiaan data. Sedangkan untuk indikator variabel keputusan bertransaksi meliputi: 1) Kepercayaan terhadap suatu produk, 2) Pola kebiasaan dalam pembelian, 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan 4) Melakukan pembelian kembali.

Uji asumsi klasik akan diterapkan untuk memastikan asumsi dasar dari analisis regresi. sedangkan untuk menganalisis data yaitu regresi berganda untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pada regresi berganda yang dimana beberapa variabel bebas dikaitkan secara bersamaan untuk dapat memahami hubungan terhadap variabel yang dikaji pada penelitian ini yaitu variabel terikat. Sehingga tujuan analisis regresi berganda yaitu peneliti dapat memahami serta memprediksi hubungan antar variabel variabel tersebut secara lebih rinci dan mendalam.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini yang menjadi sampel ataupun responden merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram, sampel pada penelitian ini berjumlah 99 mahasiswa pada tabel 1 yang memiliki layanan *Digital Payment* dan pernah melakukan transaksi *Online* dengan frekuensi rendah maupun tinggi.

Tabel : 1
Data responden penelitian

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki	44	44.4%
Perempuan	55	55.6%
Total	99	100%

Jenis kelamin perempuan lebih banyak disebabkan oleh metode pengumpulan data bersifat acak atau random sampling, sehingga keseluruhan responden yang mengisi diluar kendali peneliti. Namun ini tidak mempengaruhi masalah penelitian karena perbedaan gender tidak mempengaruhi penggunaan atau transaksi layanan *digital payment*. Dalam pengumpulan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* di populasi Universitas Muhammadiyah

Mataram. Sebagian besar sampel berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dikarenakan kemudahan akses yang dimiliki oleh peneliti untuk menggapai responden dari fakultas tersebut, namun fakultas lainnya juga mewakili dalam sampel penelitian.

Tabel : 2
Data pengguna layanan digital payment

No.	Aplikasi layanan digital payment	Jumlah Pengguna
1	Dana	52
2	Ovo	16
3	GoPay	17
4	ShopeePay	12
5	BSI Mobile	12
6	Livin Mandiri	13
7	NTB Syariah Mobile	10
8	BRI Mobile	33
9	BCA Mobile	3
10	BNI Mobile Banking	18
11	Muamalat Mobile	1
12	Mega Smart Mobile	1

Berdasarkan tabel 2, layanan *Digital Payment* yang paling banyak digunakan merupakan aplikasi Dana dengan jumlah pengguna 52 orang dan aplikasi BRI Mobile dengan jumlah pengguna 33 orang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan digital payment dengan aplikasi sangatlah beragam dengan pengguna terbanyak dari mobile banking yaitu BRI Mobile, sedangkan pengguna *E-Wallet* terbanyak yaitu Dana. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data mampu mengukur aspek yang diukur, data yang diperoleh akurat. Selain itu uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.06, maka instrumen yang digunakan dapat digunakan berulang dengan hasil yang serupa.

Tabel : 3
Uji Normalitas

Model	Asymp.Sig (2-Tailed)	Kriteria	Keterangan
Unstandardized Residual	0.20	> 0.05	Normal

Pada tabel 3 pelaksanaan uji normalitas menunjukkan nilai signifikan bernilai $0.20 > 0.05$, yang artinya pada penelitian ini memiliki data berdistribusi normal.

Tabel : 4
Uji Linieritas

Variabel	Deviation from Linearity (Sig.)	Kriteria	Keterangan
Y*X1	0.087	> 0.05	Data Linier
Y*X2	0.702	> 0.05	Data Linier

Pada tabel 4 pelaksanaan uji linieritas menunjukkan bahwa nilai sig X1-Y sebesar 0.087, sedangkan X2-Y sebesar 0.702 yang dapat diartikan bahwa kedua nilai signifikansi tersebut lebih dari 0.05 artinya setiap variabel bersifat linier.

Tabel : 5
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0.394 > 0.10	2.538 < 10.0	Tidak terdapat indikasi multikolinearitas.
X2	0.394 > 0.10	2.538 < 10.0	Tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

Pada tabel 5 pelaksanaan uji multikolinearitas menunjukkan kedua variabel X1 dan X2 nilai VIF $2.538 < 10.0$ dan *tolerance* $0.394 > 0.10$ artinya kedua variabel tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel : 6
Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Keterangan
X1	0.587	> 0.05	Tidak terdapat indikasi heterokedastisitas.
X2	0.476	> 0.05	Tidak terdapat indikasi heterokedastisitas.

Pada tabel 6 pelaksanaan uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi X1 sebesar $0.587 > 0.05$, dan X2 sebesar $0.476 > 0.05$, artinya tidak ada gejala heterokedastisitas.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis jumlah variabel independen digunakan untuk memprediksi nilai dan melihat bagaimana hubungannya terhadap variabel terikat (*dependent*). Tujuan analisis regresi berganda yaitu peneliti dapat memahami serta memprediksi hubungan antar variabel variabel tersebut secara lebih rinci dan mendalam.

Tabel : 7
Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien β	Std. Error
	5.194	1.697
Kepercayaan	0.623	0.079
Keamanan	0.225	0.077

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa koefisien β dari persamaan regresi yang dapat dihasilkan yaitu: $Y = 5.194 + 0.623 X1 + 0.225 X2 + e$. Pada persamaan regresi dapat dijadikan untuk diinterpretasikan yaitu Koefisien α bernilai 5.194 yang berarti jika pada variabel kepercayaan dan keamanan bernilai 0, maka keputusan bertransaksi sebesar 5.194. Hal ini merupakan nilai awal dari keputusan bertransaksi tanpa adanya hubungan dari kepercayaan dan keamanan. Lalu Koefisien β pada kepercayaan bernilai 0.623, hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi, maka semakin besar pula kecenderungan untuk melakukan transaksi. Sedangkan Koefisien β pada keamanan bernilai 0.225, hal ini menunjukkan bahwa tingkat keamanan yang tinggi, maka kecenderungan untuk melakukan transaksi akan tinggi.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang diperoleh.

Tabel : 8
Uji F

	Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig
Regression	1417.311	2	708.656	135.247	0.00

Residual	503.012	96	5.240
Total	1920.323	98	

Uji F pada tabel 8 menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 135.247. Pengambilan keputusan yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka nilai yang didapat yaitu $135.247 > 3.090$, maka variabel kepercayaan dan keamanan secara bersama memiliki pengaruh pada keputusan bertransaksi.

Tabel : 9

Uji t

	Unstandard. β	Coef. Std.Error	Standard. Coefficients Beta	T	Sig
(constant)	5.194	1.697		3.061	0.003
X1	0.623	0.79	0.656	7.889	0.000
X2	0.225	0.077	0.243	2.918	0.004

Pada tabel 9 uji T menghasilkan X1 memiliki nilai thitung sebesar 7.889 dan X2 memiliki nilai thitung sebesar 2.918. Maka, variabel X1 dengan $t_{hitung} 7.889 > t_{tabel} 1.988$, hal ini membuktikan bahwa variabel kepercayaan (X1) memiliki pengaruh parsial pada keputusan bertransaksi online (Y). Sedangkan variabel X2 dengan $t_{hitung} 2.918 > 1.988 t_{tabel}$, maka diartikan ada pengaruh parsial pada variabel keamanan (X2) terhadap keputusan bertransaksi *Online* (Y).

Tabel : 10

Koefisien Determinan (R)

R	R Square	Adj. R Square	Std. Error Estimate
0.859	0.738	0.733	2.289

Berdasarkan pengujian koefisien determinan yang ditunjukkan tabel 10 memiliki nilai R square yaitu 0.738 atau 73.8%. Maka dapat diartikan adanya pengaruh kedua variabel terhadap keputusan bertransaksi (Y) memiliki pengaruh sebesar 73.8% dan pengaruh diluar dari variabel penelitian yaitu sebesar 26.2%.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh Kepercayaan (X1) Layanan Digital Payment Terhadap Keputusan Bertransaksi Online (Y).

Hal ini sejalan dengan teori Kotler & Keller dalam Ramadhani & Hidayat (2018) bahwa kepercayaan merupakan kesediaan untuk mengandalkan produk berdasarkan keyakinan. Pada layanan digital payment, kepercayaan mahasiswa pada layanan *Digital Payment* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mereka untuk melakukan transaksi. Mahasiswa yang memberikan nilai tinggi pada indikator seperti kesungguhan layanan dalam memenuhi kebutuhan, konsistensi integritas pada aplikasi, kemudahan untuk dapat bergantung pada kemampuan layanan, memiliki kecenderungan untuk merasa yakin menggunakan layanan tersebut dalam setiap aktivitas transaksi mereka. Temuan dalam penelitian ini yaitu kepercayaan layanan *Digital Payment* dari mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam bertransaksi *Online*. Faktor kepercayaan menjadi elemen penting yang dapat mendorong pengguna untuk memutuskan penggunaan layanan *Digital Payment* dalam melakukan sebuah transaksi.

Pengaruh Keamanan (X2) Layanan Digital Payment Terhadap Keputusan Bertransaksi Online (Y)

Hal ini sejalan dengan Protection Motivation Theory (PMT) oleh Roger dalam Winarto & Bisma (2021) menjelaskan bahwa bagaimana seseorang termotivasi untuk melakukan tindakan perlindungan saat dihadapkan suatu ancaman atau resiko. Dalam hal digital payment, ancaman dapat berupa resiko penipuan ataupun pencurian data. Pada layanan digital payment, keamanan mahasiswa berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mereka untuk melakukan transaksi melalui layanan digital payment. Mahasiswa yang memberikan nilai tinggi pada indikator seperti jaminan keamanan dan perlindungan kerahasiaan data, memiliki kecenderungan untuk merasa keaman yang lebih besar terhadap layanan digital payment. Rasa aman ini dapat mendorong keputusan mahasiswa untuk dapat melakukan transaksi. Temuan dalam penelitian ini yaitu keamanan layanan *Digital Payment* dari mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam bertransaksi *Online*. Faktor keamanan pada seperti perlindungan data pribadi serta jaminan keamanan pengguna untuk dapat mendukung untuk memutuskan penggunaan layanan *Digital Payment* dalam melakukan sebuah transaksi.

Pengaruh Kepercayaan (X1) Dan Keamanan (X2) Layanan Digital Payment Terhadap Keputusan Bertransaksi Online (Y)

Pada layanan digital payment, kepercayaan dan keamanan mahasiswa pada layanan *Digital Payment* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mereka untuk melakukan transaksi. Pernyataan ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2008), yang menjelaskan bagaimana individu maupun kelompok dalam bertransaksi dan menentukan barang, serta pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kepercayaan memberikan keyakinan bahwasanya layanan yang digunakan dapat diandalkan, sedangkan rasa aman dapat memastikan kenyamanan mahasiswa dalam melakukan transaksi *Online*. Secara simultan, kepercayaan dan keamanan layanan *Digital Payment* memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan transaksi mahasiswa, baik dalam memilih aplikasi serta dapat merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, kepercayaan dan keamanan menjadi faktor ataupun elemen yang mendorong penggunaannya atau mahasiswa pada layanan *Digital Payment* dalam jangka panjang. Hasil yang diperoleh didukung penelitian terdahulu yaitu kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dalam intensi penggunaan bertransaksi *Online* (Meskaran *et al.*, 2013), sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan keamanan sebagai faktor penentu dalam penggunaan sistem informasi untuk penerapan bertransaksi secara *Online*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan data, maka memperoleh kesimpulan variabel kepercayaan pada layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan bertransaksi *online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram, dan pada variabel keamanan pada layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan bertransaksi *Online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. Serta pada variabel kepercayaan dan variabel keamanan pada layanan *Digital Payment* terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan bertransaksi *Online* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram.

DAFTAR RUJUKAN

- Ansori, L., & Ajizah, N. (2023). Pengaruh Efektivitas Dan Resiko Terhadap Minat Dan Keputusan Menggunakan Digital Payment Dalam Transaksi Studi Pada Konsumen Pengguna Layanan Digital Payment Di Kota Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 131–141.
- Avif, M. N., Salim, M. A., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Privasi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi Di Aplikasi DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 11(09), 114–123.
- Berlianmasthan, M., Ratu, Y., & Kawengian, M. G. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Bertransaksi Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Di Universitas Prisma. *Jurnal Equil Prisma*, 6(1).
- Darmawan, I., Sutarsih, S. R., Hasanah, U., Riyan, & Firdaus, A. (2023). Analisis Pharming Dalam Cyber Crime di Layanan Mobile Banking. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 159–163. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i2.362>
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40–50.
- Hafizah, R. N. H. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(2), 134–151. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i2.56>
- Kafi, N. L., Prabowo, H., & Gultom, H. C. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Presepsi Risiko dan Keamanan Terhadap Minat Beli untuk Bertransaksi Secara Onlinedi Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 2410–2422.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas (Terjemahan)*. PenerbitErlangga.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME: Journal Of Management*, 4(1), 138–149.
- Meskarani, F., Ismail, Z., & Shanmugam, B. (2013). Online purchase intention: Effects of trust and security perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(6), 307–315.

- Naurah, N. (2023, April 20). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022*. GoodStats.
- Ramadhani, D. C., & Hidayat, I. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Pelanggan, Dan Hambatan Perpindahan Terhadap Retensi Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(4).
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 37(1), 57–67.
- Riquelme, I. P., & Román, S. (2014). Is the influence of privacy and security on online trust the same for all type of consumers. *Electronic Markets*, 24(2), 135–149. <https://doi.org/10.1007/s12525-013-0145-3>
- Selva, S., Tri Yunarni, B. R., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Dimensi-Dimensi Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan, Keterlibatan, Dan Kepercayaan Merek Pada Loyalitas Merek. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 2(2), 265. <https://doi.org/10.58258/jime.v2i2.125>
- Sugiyono, & Susanto, A. (2017). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*.
- Victoria, A. O. (2023, June 12). *OJK: Keamanan data dalam transaksi keuangan digital jadi tantangan*. AntaraNews.Com.
- Winarto, S. R., & Bisma, R. (2021). Studi Literatur: Analisis Persepsi UMKM di Indonesia Terhadap Cyber Security Menggunakan Model Protection Motivation Theory (PMT). *JINACS: Journal of Informatics and Computer Science*, 3(1).