

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, SERTA KELEMAHAN  
PENGUNAAN E-MONEY DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
KALANGAN MILENIAL DI DENPASAR, BALI**

**Gebriel Jivandrina Marhoin Dumais<sup>1</sup>  
Luh Komang Candra Dewi<sup>2</sup>  
Ni Luh Komang Julyanti Paramita Sari<sup>3</sup>**

**Fakultas Bisnis, Pariwisata, dan Pendidikan<sup>1,2,3</sup>  
Universitas Triatma Mulya  
Email : [dumaisgebriel29@gmail.com](mailto:dumaisgebriel29@gmail.com)**

***Abstract***

*This study investigates the influence of Perceived Benefits, Ease of Use, and Perceived Weaknesses of e-money on Purchase Intention among millennials in Denpasar, Bali. In the digital era, e-money adoption continues to rise, especially among younger generations who value speed and convenience in transactions. The research applied a survey method using questionnaires distributed to 100 respondents aged 20–44 years, and multiple linear regression was employed for data analysis. Results revealed that Perceived Benefits and Ease of Use significantly and positively affect Purchase Intention, while Perceived Weaknesses negatively influence it. These findings highlight that although e-money offers efficiency and practicality, concerns about security and internet dependency still hinder adoption for some users. This study provides useful insights for e-money providers to enhance service reliability, minimize weaknesses, and encourage wider acceptance among millennials.*

**Keywords:** *e-money, perceived benefits, ease of use, weaknesses, purchase intention, millennials, Denpasar, multiple linear regression.*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat pada era globalisasi membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran. Kini, uang tidak hanya berbentuk fisik, tetapi juga hadir dalam bentuk non-tunai atau uang elektronik (e-money). E-money menawarkan manfaat seperti cashback dan diskon, yang menjadi alasan utama banyak masyarakat tertarik menggunakannya. Namun, sebagian besar pengguna masih memandang manfaat e-money sebatas pada keuntungan finansial, belum pada nilai efisiensi dan kenyamanan yang ditawarkan.

Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam adopsi e-money. Sistem ini dirancang untuk memberikan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dibandingkan instrumen pembayaran lainnya. Meski demikian, penelitian terkait kemudahan penggunaan e-money di kalangan milenial masih terbatas, khususnya dalam konteks daerah tertentu seperti Denpasar.

Selain manfaat dan kemudahan, kelemahan e-money juga memengaruhi minat beli. Risiko terkait keamanan, ketergantungan pada jaringan internet, serta kurangnya pemahaman masyarakat menjadi hambatan utama dalam

penggunaannya. Faktor risiko inilah yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen untuk bertransaksi menggunakan e-money.

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, merupakan kelompok yang dekat dengan teknologi digital. Mereka terbiasa menggunakan internet dan perangkat pintar sebagai bagian dari gaya hidup. Jumlah milenial di Denpasar cukup signifikan, sehingga menjadi pasar potensial bagi penyedia layanan e-money.

Minat beli sendiri didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk berdasarkan kepercayaan serta kebutuhan. Peningkatan pesat penggunaan e-money di Bali dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan adanya peluang besar, meski masih dihadapkan pada tantangan berupa kekhawatiran dan keterbatasan pemahaman konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan, dan kelemahan penggunaan e-money terhadap minat beli kalangan milenial di Denpasar, Bali.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manfaat**

Menurut KBBI manfaat adalah sesuatu yang mendatangkan kebaikan atau keuntungan, sementara Kotler (2024) menjelaskan manfaat sebagai nilai atau keuntungan yang diperoleh konsumen dari produk atau jasa yang dikonsumsi. Dengan demikian manfaat dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memberikan keuntungan finansial maupun nonfinansial bagi konsumen. Indikator manfaat penggunaan e-money menurut Wahyuni Amalya (2019) meliputi: (1) kegunaan, yakni kemudahan dan peningkatan produktivitas, (2) efektivitas, yaitu peningkatan kinerja dan hasil, serta (3) efisiensi, yaitu percepatan proses dengan biaya minimal.

### **Kemudahan**

Kemudahan penggunaan didefinisikan Ramadhani (2021) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi bebas dari usaha dan mudah dipahami. Frizeay (2023) menekankan bahwa kemudahan adalah keyakinan pengguna akan teknologi yang sederhana dan tidak menimbulkan masalah, sedangkan Armstrong (2024) menyebutnya sebagai kepercayaan bahwa sistem dapat digunakan dengan jelas, mudah, dan dapat dioperasikan. Indikator kemudahan menurut Davis terdiri dari: (1) mudah digunakan, (2) jelas dan dapat dipahami, serta (3) fleksibel dalam penggunaan.

### **Kelemahan**

Menurut Kotler (2024), keterbatasan pada suatu produk dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Balasubramanian (2024) menegaskan bahwa kelemahan produk berkaitan erat dengan adanya risiko yang menimbulkan ketidakpastian bagi pengguna. Sementara itu, Schiffman dan Kanuk (2022) menjelaskan bahwa kelemahan dapat muncul dari pengalaman individu, informasi yang diperoleh, maupun faktor sosial yang membentuk persepsi negatif konsumen. Dalam konteks e-money, kelemahan dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu: (1) potensi serangan peretas yang dapat mengakses dan mencuri data, (2) ketergantungan tinggi terhadap jaringan internet, serta (3) kecenderungan pengguna untuk menjadi lebih konsumtif.

## Minat Beli

Niat beli merupakan komponen psikologis yang memengaruhi sikap dan perilaku pelanggan saat mereka membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli, menurut Armstrong dan Sridhar (2024). Sementara itu, Yasti dkk. (2023) menekankan bahwa niat beli merupakan dorongan internal yang membangkitkan minat dan pada akhirnya mendorong seseorang untuk melakukan pembelian. Secara umum, minat beli dapat didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk memilih dan membeli barang yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan mampu memuaskannya. Indikator minat beli dijelaskan oleh Kotler (2024) sebagai berikut: (1) minat transaksional, atau kecenderungan untuk membeli; (2) minat referensial, atau keinginan untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain; (3) minat preferensial, atau menjadikan suatu produk tertentu sebagai pilihan utama; dan (4) minat eksploratif, atau keinginan untuk mempelajari lebih lanjut tentang suatu produk.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh faktor Manfaat, Kemudahan, dan Kerugian penggunaan uang elektronik terhadap Niat Beli Generasi Milenial di Kota Denpasar menggunakan metodologi kuantitatif dan metode asosiatif. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, ukuran sampel ditetapkan sebesar 100 responden berusia 20 hingga 44 tahun. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert 1 hingga 5 yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Setelah uji asumsi tradisional, seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Pengaruh parsial masing-masing variabel independen kemudian ditentukan menggunakan uji-t, pengaruh simultan ditentukan menggunakan uji-F, dan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dievaluasi menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Hasil uji instrumen penelitian

##### a. Uji validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1**  
**Hasil uji validitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
<b>1</b>	Manfaat (X1)	1	0,285	0,004	Valid
		2	0,342	0,000	Valid
		3	0,285	0,004	Valid
		4	0,197	0,049	Valid
<b>2</b>	Kemudahan (X2)	1	0,851	0,000	Valid
		2	0,710	0,000	Valid
		3	0,775	0,000	Valid
		4	0,781	0,000	Valid
<b>3</b>	Kelemahan (X3)	1	0,867	0,000	Valid

	2	0,792	0,000	Valid	
	3	0,888	0,000	Valid	
	4	0,755	0,000	Valid	
<b>4</b>	<b>Minat (Y)</b>	1	0,863	0,000	Valid
	2	0,854	0,000	Valid	
	3	0,854	0,000	Valid	
	4	0,863	0,000	Valid	

Karena nilai korelasi Pearson pada setiap item pernyataan melebihi nilai r tabel, hasil uji menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian valid. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut secara akurat mencerminkan faktor-faktor yang diteliti.

### b. Uji reliabilitas

**Tabel 2**  
**Hasil uji reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Manfaat (X1)	0,761	Reliabel
2	Kemudahan (X2)	0,785	Reliabel
3	Kelemahan (X3)	0,846	Reliabel
4	Minat (Y)	0,881	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, semua instrumen penelitian terbukti reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner untuk setiap variabel memenuhi kriteria reliabilitas dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang tepat.

## 2. Hasil uji asumsi klasik

### a. Uji normalitas

**Tabel 3**  
**Uji normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86544522
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.038
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.031
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.029
	Lowe r	.025

	99% Confidence Interval	Boun d	.033
		Uppe r Boun d	

Merujuk pada Tabel 3, data tidak terdistribusi secara teratur, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,031, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, outlier dihilangkan untuk memenuhi asumsi kenormalan. Setelah outlier dihilangkan, hasil uji kenormalan ditampilkan di bawah ini.

**b. Uji multikolinearitas**

**Tabel 4**  
**Uji multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Manfaat	.836	1.196
	Kemudahan	.860	1.163
	Kelemahan	.951	1.051

Semua variabel independen dalam Tabel 4 memiliki nilai VIF kurang dari 0,10, yang menunjukkan bahwa gejala multikolinearitas tidak ada dalam model regresi.

**c. Uji heteroskedastisitas**

**TABEL 5**  
**UJI HETEROSKEDASTISITAS**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.456	1.681		2.056	.042
	Manfaat	.049	.076	.070	.641	.523
	Kemudahan	-.108	.071	-.164	-1.512	.134
	Kelemahan	-.013	.044	-.030	-.288	.774

a. Dependent Variable: Abs Res

Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi karena tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

### 3. Analisis linear berganda

**Tabel 6**  
**Hasil analisis linear berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.138	2.667		3.052	.003
	Manfaat	.021	.121	.018	.173	.863
	Kemudahan	.334	.114	.306	2.934	.004
	Kelemahan	.118	.070	.166	1.674	.097

a. Dependent Variable: Minat

Persamaan berikut diturunkan dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel sebelumnya:

$$Y \text{ sama dengan } \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e.$$

$$(X_1) + 0,021 + 0,334 + 0,118 + e = 8,138$$

Beberapa hal dijelaskan oleh persamaan ini:

1. Nilai variabel Y adalah 8,138 satuan jika variabel X1, X2, dan X3 tetap konstan, sebagaimana ditunjukkan oleh konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 8,138.
2. Variabel X1 memiliki pengaruh positif terhadap Y, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresinya sebesar 0,021. Hal ini menunjukkan bahwa, jika semua variabel independen lainnya tetap sama, kenaikan satu satuan pada X1 akan mengakibatkan kenaikan 0,021 satuan pada Y.
3. Variabel X2 memiliki dampak positif terhadap Y, ditunjukkan oleh koefisien regresinya sebesar 0,334. Dengan kata lain, jika semua faktor lain tetap tidak berubah, peningkatan satu unit pada X2 akan menghasilkan peningkatan 0,334 unit pada Y.
4. Dampak positif terhadap Y juga ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel X3, yaitu 0,118. Ini menunjukkan bahwa Y akan tumbuh sebesar 0,118 unit jika X3 meningkat sebesar 1 unit, dengan syarat semua variabel lain tetap sama.

### 4. Uji hipotesis (Uji t)

**Tabel 7**  
**Hasil uji hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.138	2.667		3.052	.003
	Manfaat	.021	.121	.018	.173	.863
	Kemudahan	.334	.114	.306	2.934	.004
	Kelemahan	.118	.070	.166	1.674	.097

a. Dependent Variable: Minat

Temuan analisis koefisien menunjukkan bahwa meskipun variabel Manfaat berpengaruh positif terhadap Minat, hubungannya tidak signifikan secara statistik (sig. 0,863 > 0,05). Sementara itu, minat dipengaruhi secara positif oleh variabel Kemudahan (sig. 0,004 < 0,05), yang menunjukkan bahwa minat akan meningkat seiring dengan peningkatan kemudahan. Meskipun tidak signifikan secara statistik, variabel Kelemahan memiliki dampak positif terhadap Minat (sig. 0,097 > 0,05). Oleh karena itu, telah ditunjukkan bahwa hanya kemudahan yang memiliki dampak substansial terhadap minat; baik manfaat maupun kelemahan tidak.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Manfaat terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil regresi, keinginan milenial untuk berbelanja di Denpasar tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel manfaat. Hipotesis nol terdukung karena koefisien yang dihasilkan sebesar 0,021, nilai t sebesar 0,173, dan tingkat signifikansi sebesar 0,863 (>0,05). Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme milenial dalam berbelanja masih belum cukup didorong oleh pandangan mereka terhadap manfaat yang ditawarkan oleh uang elektronik. Penelitian Devi Astuti dari tahun 2023, yang menunjukkan pengaruh positif dan besar antara manfaat terhadap minat, berbeda dengan temuan ini. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, diperlukan penelitian lebih lanjut, baik dengan menggunakan teknik lain maupun dengan memperkenalkan variabel baru.

### **Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Beli**

Temuan studi regresi menunjukkan bahwa minat berbelanja generasi milenial di Denpasar dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kemudahan penggunaan uang elektronik. Dengan nilai t sebesar 2,934, tingkat signifikansi 0,004 (<0,05), dan koefisien tercatat sebesar 0,334, hipotesis nol ditolak. Berdasarkan penelitian ini, generasi milenial lebih tertarik berbelanja ketika uang elektronik lebih mudah digunakan. Temuan ini sejalan dengan studi Widia Sari (2023) yang menemukan bahwa minat konsumen dipengaruhi secara positif oleh kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, salah satu alasan utama generasi milenial mengadopsi uang elektronik adalah kemudahan.

### **Pengaruh Kelemahan terhadap Minat Beli**

Temuan regresi menunjukkan bahwa minat berbelanja generasi milenial di Denpasar tidak terlalu terpengaruh oleh kekurangan mereka dalam menggunakan uang elektronik. Hipotesis nol diterima karena koefisien yang dihasilkan adalah 0,118, nilai t sebesar 1,674, dan tingkat signifikansi 0,097 (>0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa keinginan berbelanja generasi milenial tidak terlalu terpengaruh oleh kemungkinan hambatan atau bahaya yang terkait dengan penggunaan uang elektronik. Temuan ini bertentangan dengan penelitian Ramadhani (2021) yang menunjukkan bahwa minat berbelanja dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh risiko. Akibatnya, kerentanan bukanlah penentu utama keinginan berbelanja, dan diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji dampak risiko dalam konteks yang lebih komprehensif.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa manfaat penggunaan e-money tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli milenial di

Denpasar, yang berarti manfaat yang dirasakan belum cukup kuat untuk mendorong peningkatan minat beli. Sebaliknya, kemudahan penggunaan e-money terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sehingga semakin mudah aplikasi dipahami dan digunakan maka semakin tinggi pula kecenderungan milenial untuk memilih e-money sebagai metode pembayaran. Sementara itu, kelemahan e-money tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, sehingga dapat dikatakan bahwa meskipun terdapat kelemahan dalam penggunaannya, hal tersebut tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan milenial dalam menggunakan e-money.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran penting. Pertama, bagi pengembang dan penyedia layanan e-money disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan akses serta fitur transaksi karena faktor kemudahan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sekaligus menyediakan edukasi dan panduan yang jelas agar pengguna merasa lebih nyaman. Kedua, mengingat manfaat e-money tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, penyedia layanan perlu mengkomunikasikan manfaatnya secara lebih efektif melalui kampanye edukasi yang menonjolkan keunggulan serta nilai tambah dibanding metode pembayaran lain. Ketiga, meskipun kelemahan e-money tidak berpengaruh signifikan, penyedia layanan tetap perlu meminimalkan kendala, khususnya terkait keamanan dan masalah teknis, guna menjaga kepercayaan serta kepuasan pengguna. Terakhir, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh, memperluas sampel, dan memperbesar cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif serta dapat digeneralisasi dengan lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugroho. (2022). Pengaruh kehadiran *e-money* terhadap minat beli. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.
- Aisyah. (2022). Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, risiko dan keamanan keputusan penggunaan e-wallet generasi milenial. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said. Surakarta.
- Arisa Nesa. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Keamanan. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Devi Astuti. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Dompot Digital. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Pembangunan. Tanjungpinang.
- Dunia Perbankan. 2024. *Layanan Dompot Digital di Indonesia*. <https://www.duniaperbankan.com/2024/11/layanan-dompot-digital-di-indonesia.html>. Diunggah tanggal 8 November 2024.
- Frizeay. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan *Cashless Society* Terhadap Minat Penggunaan *e-wallet*. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri. Purwokerto.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi lisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.

- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1– 12.
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali. 2023. *Laporan Perekonomian Provinsi Bali*.  
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Mei-2023.aspx>. Diunggah 9 Juni 2023.
- Kotler, Armstrong, & Balasubramainan (2024). *Principle Of Marketing* (19th ed.). Boston: Pearson., 7 – 20
- Kotler and Keller, K. L. (2018). *Principles Of Marketing* (17th ed.). Boston: Pearson. Principles Of Marketing (17th Ed.), 12(2004), 6–25.
- Ramadhani, D. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, terhadap minat menggunakan uang elektronik. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66.  
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 20–32. Sunarsi, D. (2020).
- wahyuni amalya. (2019). Analisis Persepsi Manfaat, Kemudahan, Keamanan, dan Lingkungan Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syari Institut Agama Islam Negeri. Surakarta.
- Widia Aveta Sari. (2023). Analisis Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Non-Tunai. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno. Bengkulu.
- Wira Sakti. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Payment di Kalangan Milenial. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan. Tanjungpinang.
- Yasti, P., Arniyasa, P., & Karmini, N. L. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Penggunaan *E-commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Kuliner di Kota Denpasar. Dalam *Public Service And Governance Journal* (Vol. 4, Nomor 2).1856-1863. doi:10.1176/appi.ajp.158.11.1856.