



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 30/E/KPT/2019
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21224>
Volume 8, No. 4, 2023 (1038-1047)

ANALISIS KEPUTUSAN DAN KEPUASAN MAHASISWA S2 UINSU DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN FINTECH (STUDI KASUS DOMPET ONLINE DANA)

Nurul Rafiqoh Lubis¹, Tsamara Balqis², Marliyah³

nurulborlub27@gmail.com¹, tsamarabalqis.1504@gmail.com², marliyah@uinsu.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan tingkat kepuasan pengguna mahasiswa S2 UINSU terhadap layanan fintech Dompot Online DANA. Faktor-faktor yang dipertimbangkan termasuk kemudahan penggunaan, kualitas layanan, keamanan, promosi, dan jenis layanan yang ditawarkan oleh fintech tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan fokus pada hubungan sebab-akibat. Sampel terdiri dari 50 mahasiswa S2 UINSU yang menggunakan layanan Dompot Online DANA, dan data diperoleh melalui penggunaan kuesioner dengan skala Likert sebagai instrumen penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengungkap dampak faktor-faktor tersebut terhadap keputusan penggunaan dan tingkat kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kualitas layanan, keamanan, promosi, dan jenis layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dan tingkat kepuasan mahasiswa S2 UINSU terhadap layanan fintech Dompot Online DANA. Selain itu, hubungan antara keputusan penggunaan dan tingkat kepuasan menunjukkan adanya siklus timbal balik di mana tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan keputusan penggunaan yang lebih positif, dan sebaliknya. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya bagi perusahaan fintech, seperti Dompot Online DANA, untuk mempertimbangkan dan meningkatkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan dan kepuasan pelanggan dalam pengembangan layanan mereka.

Kata Kunci: *Fintech, Dompot Online DANA, Mahasiswa S2 UINSU, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan*

Pendahuluan

Di era modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi, perkembangan industri keuangan telah mengalami transformasi yang signifikan. Munculnya teknologi telah

memberikan dampak besar terhadap cara kita melakukan transaksi keuangan, mengelola aset, dan bahkan berinvestasi. Fenomena ini tergambar dalam konsep Financial Technology (Fintech), yang menjadi salah satu inovasi paling menonjol di sektor keuangan.

Fintech merupakan gabungan antara teknologi dan layanan keuangan yang menghadirkan inovasi dalam berbagai layanan seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan asuransi. Transformasi ini telah mengubah pola akses tradisional terhadap layanan keuangan, menyediakan opsi yang lebih efisien, terjangkau, dan mudah dijangkau bagi masyarakat umum (Muhammad & Sari, 2020).

Meskipun kemajuan Fintech telah membawa kemudahan dan inovasi, terdapat beberapa aspek yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Dengan pertumbuhan aplikasi dan layanan Fintech yang pesat, pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi sangat krusial dalam mempertahankan serta meningkatkan daya saing perusahaan-perusahaan Fintech.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertanyaan seputar sejauh mana kualitas pelayanan dalam industri Fintech, bagaimana kepuasan konsumen berperan dalam mempengaruhi keberhasilan perusahaan Fintech, dan bagaimana peran aplikasi dompet digital, khususnya aplikasi DANA, dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi yang cermat terhadap tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam ranah industri Fintech, khususnya pada aplikasi dompet digital DANA.

Landasan Teori

Financial Technology (Fintech)

1. Pengertian Fintech

Financial Technology (Fintech) merujuk pada pemanfaatan teknologi untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih efisien, murah, dan inovatif. Ini meliputi berbagai sektor seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan asuransi. Fintech telah mengubah cara tradisional industri keuangan beroperasi, memberikan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan dapat diandalkan bagi konsumen (Kusuma & Asmoro, 2020)

a. Evolusi dan Perkembangan Fintech

Fintech telah menjadi kekuatan pengubah dalam industri keuangan, menggabungkan teknologi dengan layanan keuangan. Awalnya dimulai dengan perusahaan baru yang menawarkan alternatif pembayaran online, Fintech telah berkembang menjadi ranah yang luas termasuk aplikasi mobile, blockchain, big data, dan kecerdasan buatan. Ini telah merangsang pertumbuhan inovasi baru dan meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya terbatas.

b. Peran Fintech dalam Transformasi Keuangan



Fintech memberikan kemungkinan inovasi yang signifikan di berbagai bidang. Dengan adopsi teknologi, proses transaksi keuangan menjadi lebih cepat, transparan, dan hemat biaya. Layanan seperti peer-to-peer lending, robo-advisors, e-wallets, dan cryptocurrency menjadi bagian integral dari transformasi ini, memberikan akses ke layanan keuangan tanpa kehadiran fisik lembaga keuangan tradisional.

2. Kualitas Pelayanan dalam Fintech

a. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam konteks Fintech tercermin dalam beberapa dimensi penting. Dimensi-dimensi ini meliputi:

- **Bukti Langsung (Tangibles):** Kualitas visual, fisik, dan teknologi dari layanan yang diberikan.
- **Keandalan (Reliability):** Konsistensi dalam menyediakan layanan yang dijanjikan tanpa kesalahan atau gangguan.
- **Ketanggapan (Responsiveness):** Kemampuan untuk memberikan layanan dengan cepat, tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
- **Jaminan (Assurance):** Kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap kompetensi penyedia layanan Fintech.
- **Empati (Empathy):** Kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan konsumen dengan baik (Kusuma & Asmoro, 2020)

b. Pentingnya Kualitas Pelayanan dalam Fintech

Kualitas pelayanan memainkan peran utama dalam mempertahankan dan menarik konsumen di pasar Fintech yang kompetitif. Pengguna aplikasi Fintech mengharapkan pengalaman yang mulus, keandalan sistem, kemudahan akses, dan interaksi yang personal dengan layanan yang diberikan.

c. Penerapan Kualitas Pelayanan dalam Fintech

Perusahaan Fintech yang sukses harus memperhatikan setiap dimensi kualitas pelayanan untuk memastikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen. Penggunaan teknologi yang tepat, pemantauan sistem yang andal, layanan pelanggan yang responsif, dan fokus pada keamanan dan kepercayaan adalah faktor-faktor penting yang harus diperhatikan (Purba, Trianasari, & Ramadhani, 2023)

3. Kepuasan Konsumen dalam Konteks Fintech

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Beberapa faktor memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam industri Fintech:

- **Kualitas Pelayanan:** Ketersediaan, keandalan, responsibilitas, dan kualitas interaksi memainkan peran utama dalam membentuk persepsi konsumen terhadap layanan.

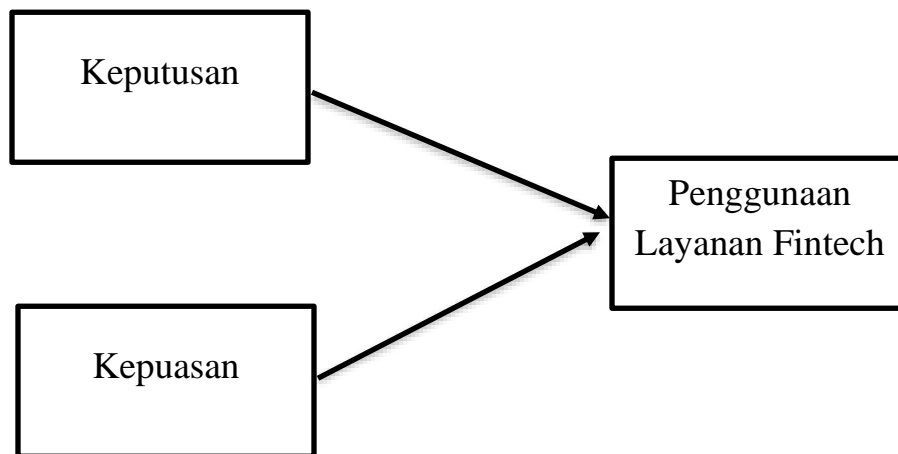


- Inovasi Produk dan Layanan: Konsumen menyukai fitur-fitur baru dan kemudahan akses dalam layanan Fintech.
 - Kepercayaan dan Keamanan: Konsumen menghargai keamanan data dan transaksi dalam penggunaan aplikasi Fintech.
 - Ketepatan Harga dan Transparansi: Kemudahan dan keterbukaan dalam biaya dan transaksi memberikan kepuasan tambahan bagi konsumen.
- b. Pentingnya Kepuasan Konsumen bagi Perusahaan Fintech
Kepuasan konsumen adalah kunci kesuksesan dalam bisnis Fintech. Konsumen yang puas cenderung loyal, memberikan umpan balik positif, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Hal ini mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dan membangun reputasi yang baik.
- c. Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen
Perusahaan Fintech dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan menawarkan layanan yang inovatif, memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan interaksi pelanggan, menyediakan pendekatan yang personal, dan mengutamakan keamanan dan privasi data (Irfan, Suryanto, & Dzulfikar, 2023)

4. Dompot Digital dan Aplikasi DANA

- a. Konsep Dompot Digital
Dompot digital merupakan aplikasi atau platform yang memungkinkan individu untuk menyimpan, mengirim, serta menggunakan uang secara elektronik melalui perangkat mobile. Mereka memudahkan transaksi tanpa menggunakan uang tunai dengan cepat dan praktis, tanpa melibatkan uang dalam bentuk fisik.
- b. Profil Aplikasi DANA
DANA merupakan salah satu aplikasi dompot digital yang banyak digunakan di Indonesia. Aplikasi ini menyediakan beragam layanan seperti pembayaran online, transfer dana, pembelian pulsa, serta transaksi di toko offline. Dengan dukungan teknologi mutakhir dan fitur keamanan yang canggih, DANA telah berhasil menghadirkan pengalaman pengguna yang praktis dan terjamin keamanannya bagi para penggunanya.
- c. Peran DANA dalam Industri Fintech
DANA memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi keuangan digital di Indonesia. Melalui kolaborasi dengan berbagai mitra dan pengembangan teknologi yang terus-menerus, DANA terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam mengakses layanan keuangan secara efisien dan aman.

Kerangka Teoritis



Hipotesis

H₁: Keputusan berpengaruh terhadap penggunaan layanan fintech

H₂: Kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan layanan fintech

Metodologi Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menerapkan pengumpulan data yang dapat diukur dan kemudian dianalisis secara statistik guna mendukung atau menentang klaim pengetahuan alternatif. Sumber utama pendekatan ini terinspirasi dari ilmu fisika, terutama dalam bidang kimia dan fisika, di mana para peneliti menggunakan model matematika sebagai metode utama dalam menganalisis data. Tiga tren historis yang terkait dengan penelitian kuantitatif termasuk perubahan dalam desain penelitian, prosedur pengujian dan pengukuran, serta penggunaan analisis statistik yang berkembang. Pendekatan ini juga mengimplikasikan pengumpulan data yang bersifat numerik, dengan kecenderungan peneliti menggunakan model matematika sebagai landasan utama dalam analisis data. Di samping itu, para peneliti juga menerapkan metode inkuiri untuk memastikan kesesuaian dengan metodologi pengumpulan data statistik (Creswell, 2003).

Populasi dan Sample

Kelompok populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa yang sedang mengikuti program pendidikan pascasarjana di UINSU. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, di mana peneliti secara khusus menetapkan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian untuk memilih sampel. Sehingga, jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah 30 individu responden.

Teknik Pengumpulan Data

Informasi dan data untuk penelitian ini dikumpulkan di Kota Medan, Sumatera Utara. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan mengedarkan kuesioner, mengumpulkan dokumen, melakukan wawancara, serta menyelidiki literatur yang relevan. Sumber data yang digunakan termasuk buku, jurnal, dan referensi lain yang diakses peneliti untuk mendukung proses penelitian.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada pengumpulan data secara statistik untuk memungkinkan perhitungan menggunakan alat statistik. Untuk menguji keabsahan hipotesis yang diajukan, peneliti menerapkan model regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Secara matematis, rumus yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Penggunaan Layanan Fintech

a : Konstanta

b₁ : Koefisien Regresi untuk variabel Keputusan (X₁)

b₂ : Koefisien Regresi untuk variabel Kepuasan (X₂)

X₁ : Keputusan

X₂ : Kepuasan

e : *Error Team*

Skala yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan skala Likert yang bertujuan untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sifat seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2020). Penelitian ini melibatkan sejumlah pernyataan yang dinilai menggunakan skala 5 (lima), yang menggambarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut. Setelahnya, hasil penilaian akan diurutkan ke dalam kategori-kategori yang telah ditetapkan yaitu sebagai berikut :

SS	: Sangat Setuju	: Skor 5
S	: Setuju	: Skor 4
N	: Netral	: Skor 3
TS	: Tidak Setuju	: Skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	: Skor 1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Keputusan (X1)	Keputusan pembelian mengacu pada tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan untuk memperoleh produk yang ditawarkan oleh seorang penjual.	1) Memilih produk berdasarkan kualitas produk 2) Memilih produk berdasarkan reputasi merek 3) Memilih produk berdasarkan keragaman produk
2	Kepuasan (X2)	Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap produk atau layanan yang telah diberikan, terutama ketika produk atau layanan tersebut sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi yang mereka miliki.	1) Kesesuaian dengan ekspektasi 2) Niat untuk kembali 3) Keterbukaan untuk merekomendasikan (Indasari, 2019)
3	Penggunaan Layanan Fintech (Y)	Suatu kondisi di mana seseorang menunjukkan minat terhadap suatu hal dengan dorongan untuk mengetahui, mempelajari, dan menguji lebih lanjut	1. Keinginan untuk memanfaatkan 2. Konsisten dalam memanfaatkan 3. Berencana untuk memanfaatkan di masa mendatang (Fitri, 2019)

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu teknik statistik yang bertujuan untuk menilai apakah suatu kumpulan data numerik memiliki pola distribusi yang mengikuti distribusi normal atau tidak. Adanya distribusi normal pada data menunjukkan bahwa sebagian besar data berpusat di sekitar nilai tengah, dengan nilai rendah dan tinggi tersebar secara simetris di kedua sisi. Penilaian normalitas sering kali dilakukan menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov, sebagaimana yang dijelaskan oleh Hardisman (2020).

- Jika Signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal
- Jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merujuk pada kondisi di mana varians dari kesalahan dalam model persamaan regresi mengalami ketidakstabilan (Fauzi et al., 2019). Kualitas yang baik pada model regresi ditandai dengan tidak adanya heteroskedastisitas. Ketika nilai

signifikansi melebihi 0,05, menunjukkan absennya heteroskedastisitas; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, mengindikasikan keberadaan heteroskedastisitas.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner memiliki keabsahan atau kevalidan. Kevalidan kuesioner terjadi jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mampu mengungkapkan dengan tepat hal yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas suatu instrumen dapat dilihat melalui nilai korelasi antara skor individual dari setiap item dengan total skor keseluruhan pada tingkat signifikansi 5%. Item-item yang tidak memiliki korelasi signifikan akan dieliminasi dari kuesioner.

Uji Reabilitas

Dalam menilai kehandalan kuesioner yang dipakai, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas yang berdasarkan metode Cronbach's Alpha, suatu pendekatan umum yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner. Pendekatan analisis ini berguna untuk menafsirkan sejauh mana hubungan antara skala yang telah dirancang dengan skala variabel yang ada.

Pengujian Hipotesis

Ghozali (2012) menjelaskan bahwa untuk menilai dampak individual variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan variabel lainnya tetap konstan, dilakukan dengan memeriksa signifikansi masing-masing variabel independen menggunakan uji t. Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan mengacu pada tingkat kepercayaan (level of significance) atau $\alpha = 0,05$, dengan pedoman berikut ini:

1. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α), maka hipotesis nol (H_0) diterima sementara hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
2. Apabila nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Hasil dan Pembahasan

Data penelitian dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dengan skala Likert yang disebar kepada 30 responden, yang merupakan mahasiswa pascasarjana di jurusan ekonomi Islam UINSU. Data yang terkumpul kemudian dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang diajukan. Informasi dalam data penelitian meliputi karakteristik responden (sampel), keberadaan keputusan (X1), kepuasan (X2), dan penggunaan layanan fintech (Y).

Hasil pengujian asumsi klasik terhadap model regresi menegaskan bahwa model memenuhi kriteria, termasuk dalam hal normalitas, multikolinearitas, dan homoskedastisitas. Oleh karena itu, dipersepsikan sebagai langkah yang tepat untuk melakukan prediksi terkait variabel dependen dengan mempertimbangkan masukan dari



variabel independen berdasarkan persamaan regresi linier berganda yang telah disajikan sebelumnya. beberapa hal penting dapat diartikan sebagai berikut :

- a) Angka konstanta dalam persamaan tersebut adalah 0,213. Hal ini menyiratkan bahwa jika variabel independen (keputusan dan kepuasan) tetap tidak berubah, prediksi skor variabel dependen, yakni penggunaan layanan fintech, adalah sebesar 0,213.
- b) Nilai koefisien regresi (koefisien arah) untuk variabel X1 (Keputusan) adalah 0,845. Koefisien positif ini mengindikasikan bahwa adanya Keputusan (X1) berdampak positif terhadap penggunaan layanan fintech (Y). Secara praktis, jika skor Keputusan meningkat sebesar 1 persen, diperkirakan penggunaan layanan akan naik sekitar 84,5 persen, asumsinya variabel independen lainnya tetap.
- c) Nilai koefisien regresi (koefisien arah) untuk variabel X2 (kepuasan) adalah 0,159. Angka positif pada koefisien ini menunjukkan bahwa kepuasan (X2) juga memberikan dampak positif terhadap penggunaan layanan fintech (Y). Dengan demikian, jika skor kepuasan naik sebesar 1 persen, diperkirakan penggunaan layanan akan meningkat sekitar 15,9 persen, dengan tetap menjaga variabel independen lainnya konstan.

Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian, analisis, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Keputusan (X1): Dari hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan fintech pada mahasiswa pascasarjana ekonomi Islam UINSU. Koefisien regresi untuk variabel ini adalah 0,845, menunjukkan bahwa setiap peningkatan skor Keputusan sebesar 1 persen berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan layanan fintech sebesar 84,5 persen.
2. Kepuasan (X2): Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan fintech di kalangan mahasiswa pascasarjana jurusan ekonomi Islam UINSU. Nilai koefisien regresi variabel ini adalah 0,159, mengindikasikan bahwa setiap kenaikan skor Kepuasan sebesar 1 persen berkontribusi pada peningkatan penggunaan layanan fintech sekitar 15,9 persen.
3. Ketika Keputusan dan Kepuasan digabungkan, dapat disimpulkan bahwa keduanya secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan fintech di kalangan mahasiswa pascasarjana jurusan ekonomi Islam UINSU. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat tinggi dari Keputusan dan Kepuasan saling mempengaruhi untuk meningkatkan penggunaan layanan fintech.

Referensi

- Fauzi, F., Dencik, A. B., dan Asiati, D. I. (2019). Buku Pedoman Penelitian dalam Bidang Manajemen dan Akuntansi: Penerapan Teknik Analisis Data dengan SPSS dan EViews. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Fitri, F. (2019). Dampak Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan, serta Kualitas Layanan E-Banking terhadap Minat Bertransaksi Online: Kasus Penelitian pada Nasabah BNI Syariah di Medan. (Tesis).
- Hardisman. (2020). Buku Diskusi Analisis Data: Prinsip-prinsip Awal dan Langkah-Langkah Praktis Penggunaan dalam Penelitian Kesehatan menggunakan SPSS. Penerbit: Guepedia Publisher, Bogor.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Irfan, M., Suryanto., Dzulfikar, I. (2023). Pengaruh financial technology (Fintech) adoption dan kepuasan pelanggan terhadap niat menggunakan kembali layanan e-commerce aplikasi shopee. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5(11)
- Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2020). Perkembangan Financial Technology (FINTECH) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*. 4(2)
- Muhammad, H., & Sari, N.K. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*. 4(2)
- Purba, C. A. W., Trianasari, N., & Ramadhani, D. P.(2023). Kualitas Layanan Fintech Dompot Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano Selama Covid-19 Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Fintech Dompot Digital ShopeePay Dan GoPay Di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*. 8(1).