



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP PEMBELIAN PRODUK UMKM DIKALANGAN MAHASISWA

Elsa Puspasari^{1*}, Oki Anggraeni¹, Laurensia Claudia Pratomo¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

***Corresponding Author: elsa.puspasari@unsoed.ac.id**

ABSTRAK

Digitalisasi saat ini telah memberikan perubahan signifikan pada perilaku konsumen terutama bagi para generasi muda yang lebih banyak menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada intensi pembelian produk yang dihasilkan oleh UMKM. Literasi digital merupakan kemampuan yang memberikan dampak kemampuan konsumen dalam mengakses informasi produk, membandingkan harga, hingga melakukan transaksi secara online. Selain itu, kemudahan dan keamanan pembayaran digital juga memberikan dorongan bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Tujuan penelitian menganalisis pengaruh literasi digital dan penggunaan pembayaran digital pada keputusan pembelian produk UMKM dikalangan mahasiswa. Metode kuantitatif digunakan dengan survei melalui kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 165 responden yang merupakan mahasiswa FEB Unsoed dengan teknik *random sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi digital terbukti secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian secara positif. Melalui model regresi linear berganda, studi ini menyimpulkan bahwa konsumen yang memiliki tingkat literasi digital lebih tinggi cenderung lebih sering melakukan pembelian produk UMKM. Selain itu, variabel pembayaran digital juga terbukti berpengaruh positif signifikan, di mana kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi meningkatkan keyakinan konsumen untuk membeli.

Kata kunci: Literasi Digital, Pembayaran Digital, Keputusan Pembelian, UMKM

ABSTRACT

Consumers behavior has changed significantly as a result of recent advancements in digital technology, particularly among younger generations who utilize technology more frequently in their daily lives. This is especially true of their intention to buy products made by MSMEs. The ability of consumers to obtain product information, compare prices, and conduct online transactions is now significantly influenced by digital literacy. Additionally, consumers are encouraged to make purchases due to the convenience and security of digital payments. The purposes of this study is to examine how students' decisions to buy MSME items are influenced digital literacy and their use of digital payments. The study employs a quantitative approach, employing a questionnaire survey with a sample size of 165 FEB Unsoed students selected through random sampling. The study employs a quantitative approach, employing a questionnaire survey with a sample size of 165 FEB Unsoed students selected through



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

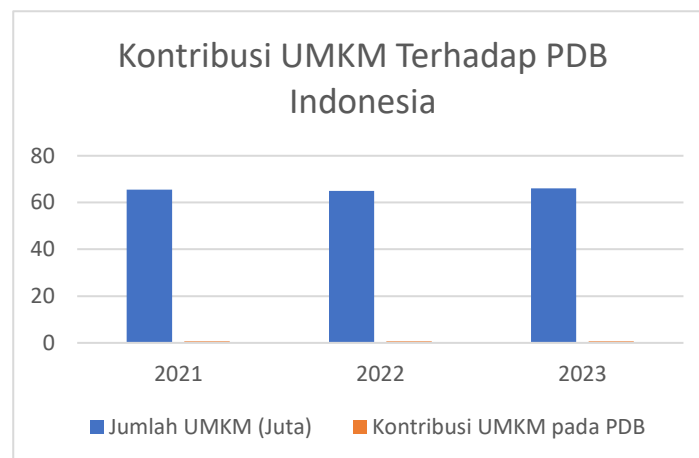
Purwokerto

random sampling. Multiple linear regression analysis was used to examine the data. The study's findings demonstrate that digital literacy significantly and favorably influences consumer choices, meaning that the more adeptly consumers can use digital technology, the more likely they are to purchase MSME goods. Furthermore, it has been demonstrated that the digital payment component has a major beneficial impact, as consumer confidence in purchasing is increased by transaction speed, convenience, and security.

Keywords: digital literacy, digital payments, purchasing decisions, MSMEs

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara menjadi tolak ukur kondisi perekonomian suatu negara yang erat kaitannya dengan kesejahteraan rakyat. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia didorong beberapa faktor, diantaranya ialah pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Para pelaku usaha memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, terutama di Indonesia. Data yang dilansir dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai 66 juta dan mengalami pertumbuhan sebesar 1,57% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM dapat berdampak pada kesejahteraan dan tambahan pendapatan masyarakat (UKM, 2024).



Gambar 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia

Perkembangan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara transaksi keuangan dilakukan. Penerapan teknologi oleh UMKM diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi para konsumen. Kemudahan bertransaksi saat ini seperti *cashless* yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, membuat masyarakat mengubah kebiasaan transaksi dari tunai menjadi nontunai karena dianggap lebih praktis, cepat, dan sederhana (OJK, 2022). Salah satu perubahan yang terjadi pada konsumen saat ini adalah meningkatnya adopsi pembayaran digital dalam transaksi sehari-hari. Transaksi pembayaran digital seperti transfer bank online, dompet digital seperti GoPay, Dana, dan ShopeePay, hingga QR Code pembayaran yang disediakan oleh aplikasi fintech. Di Indonesia, adopsi pembayaran digital di kalangan pelaku UMKM semakin meningkat seiring dengan adanya dorongan dari pemerintah untuk mempercepat inklusi keuangan dan digitalisasi UMKM (BI, 2021).



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Digital payment atau pembayaran digital menjadi salah satu metode yang semakin terkenal, terutama pada mahasiswa yang akrab dengan teknologi. Hal ini sejalan dengan meningkatnya literasi digital di masyarakat, yang mencakup kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi secara efektif. Mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna utama teknologi digital memiliki potensi besar dalam memanfaatkan *digital payment* untuk keputusan pembelian mereka. Dengan meningkatnya akses terhadap internet dan perangkat mobile, mahasiswa kini lebih mudah melakukan transaksi secara online. Namun, literasi digital yang rendah dapat menghambat kemampuan mereka dalam menggunakan sistem pembayaran digital secara efektif. Terdapat hubungan positif antara literasi digital dan penggunaan *digital payment* yang berimplikasi pada keputusan pembelian produk retail UMKM (Andiani & Maria, 2023).

Transaksi digital yang makin meningkat dari tahun ke tahun banyak disumbang oleh generasi muda yang sering disebut generasi Z. Merupakan generasi yang tumbuh bersama dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Melalui digitalisasi, UMKM mampu memperluas jangkauan pasar dan lebih dekat dengan konsumen Generasi Z yang lebih suka bertransaksi secara online (Wijaya & Ekayasa, 2022). Pembayaran digital tidak hanya mempengaruhi kecepatan transaksi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM (Solihin, 2020). Dengan meningkatnya penggunaan *digital payment*, UMKM memiliki kesempatan untuk menjangkau lebih banyak konsumen melalui platform online. Adopsi pembayaran digital juga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif, terutama ketika sistem pembayaran yang digunakan memiliki program promosi seperti cashback, diskon, atau poin reward (Anggraini & Sari, 2024). Selain itu Dompot digital yang praktis, aman, efisien, dan inovatif mendorong peningkatan transaksi ritel di kalangan mahasiswa, terutama untuk layanan seperti transportasi online, pemesanan makanan, dan e-commerce (Kumala & Mutia, 2020). Namun, keputusan pembelian mahasiswa terhadap produk UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat literasi digital mereka dan pemahaman tentang penggunaan *digital payment*. Tujuan penelitian mengeksplorasi dampak literasi digital dan pembayaran digital pada pembelian produk UMKM di kalangan mahasiswa. Dengan memahami hubungan ini, dapat dikembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi digital, adopsi pembayaran digital di kalangan mahasiswa, serta mendukung pertumbuhan UMKM di era digital.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Pengumpulan data pada bulan Mei-Juli 2025 dengan metode survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara digital melalui tautan google form, yang diberikan kepada mahasiswa di lingkungan FEB) Universitas Jenderal Soedirman

Metode Penelitian

Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk melihat pengaruh literasi keuangan dan pembayaran digital (variabel independen) terhadap pembelian produk retail UMKM (variabel dependen). Simple random sampling digunakan untuk menentukan 165 mahasiswa FEB Unsoed sebagai responden. Hipotesis diuji dengan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 22.0.



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Studi ini menganalisis pengaruh literasi digital, penggunaan pembayaran digital pada pembelian produk UMKM oleh mahasiswa, penelitian ini melakukan pengujian data. Data yang terkumpul diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu, diikuti dengan uji prasyarat untuk memastikan kondisi data normal dan bebas dari pencilan (*outlier*). Proses analisis selanjutnya menggunakan metode regresi linear berganda.

Menurut (Sugiyono, 2021), penentuan uji validitas adalah r hitung dibandingkan dengan r tabel. Berikut ini merupakan hasil uji validitas data penelitian:

Tabel 1. Uji validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	significance	Description
X1	P1	0,646	0,153	0,000	Valid
	P2	0,310	0,153	0,000	Valid
	P3	0,658	0,153	0,000	Valid
	P4	0,692	0,153	0,000	Valid
	P5	0,757	0,153	0,000	Valid
	P6	0,320	0,153	0,000	Valid
	P7	0,564	0,153	0,000	Valid
	P8	0,611	0,153	0,000	Valid
	P9	0,691	0,153	0,000	Valid
	P10	0,560	0,153	0,000	Valid
X2	P1	0,551	0,153	0,000	Valid
	P2	0,670	0,153	0,000	Valid
	P3	0,794	0,153	0,000	Valid
	P4	0,681	0,153	0,000	Valid
	P5	0,546	0,153	0,000	Valid
	P6	0,713	0,153	0,000	Valid
	P7	0,553	0,153	0,000	Valid
	P8	0,620	0,153	0,000	Valid
	P9	0,686	0,153	0,000	Valid
	P10	0,688	0,153	0,000	Valid
Y	Y1	0,321	0,153	0,000	Valid
	Y2	0,705	0,153	0,000	Valid
	Y3	0,660	0,153	0,000	Valid
	Y4	0,760	0,153	0,000	Valid
	Y5	0,559	0,153	0,000	Valid
	Y6	0,519	0,153	0,000	Valid
	Y7	0,746	0,153	0,000	Valid
	Y8	0,551	0,153	0,000	Valid
	Y9	0,574	0,153	0,000	Valid
	Y10	0,665	0,153	0,000	Valid

Sumber: Hasil diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel literasi digital,



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

pembayaran digital dan pembelian produk dinyatakan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel dan signifikansi $< 0,05$. Sedangkan hasil uji reliabilitas data penelitian dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Cornbach's Alpha	N of Items
,867	3

Sumber: Hasil diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa data dalam penelitian reliable. Selanjutnya data penelitian dilakukan uji prasayarat, meliputi uji normalitas dan uji multikolineritas:

Tabel 3. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		166
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,67082822
Most Extreme Differences	Absolute	,037
	Positive	,029
	Negative	-,037
Test Statistic		,037
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui One-Sample Kolmogorov-Smirnov test pada tabel 1.3 nilai sign 0,200 $> 0,05$, ditunjukan data berdistribusi normal. Sehingga data dapat dilanjutkan untuk dipengujian berikutnya.

Tabel 4. Hasil uji multikolineritas

Variable	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics
	Tolerance	VIF
Literasi Digital	,650	1,538
Pembayaran Digital	,650	1,538

Sumber: Hasil diolah, 2025

Hasil uji multikolineritas pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ VIF < 10 , data tidak terjadi gejala Multikolineritas antar variabel dependen.

Uji hipotesis



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Regresi linear berganda berbantuan SPSS digunakan menguji hipotesis. Pengaruh dari kedua variabel independent yakni literasi digital dan pembayaran digital terhadap variable dependen dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji t

		Coefficients ^a			
1	Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t
		B	Std. error	Beta	
	(Constant)	,245	1,794		,136
	Literasi Digital	,422	,058	,406	7,292
	Pembayaran Digital	,530	,058	,512	9,195

^aDependent Variable: Pembelian Produk

Sumber: Hasil diolah, 2025

Data hasil uji pada table diatas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Variable literasi digital (X1) secara positif dan signifikan mempengaruhi pembelian produk UMKM. Ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dan nilai t hitung sebesar 7,292.
2. Variable pembayaran digital (X2) secara positif dan signifikan mempengaruhi pembelian produk UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dan nilai t hitung sebesar 9,195.

Tabel 6. Hasil uji R²

		Model Summary ^b		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimare
1	,820 ^a	,672	,668	2,687

^aPredictors: (Constant), Literasi digital, Pembayaran Digital

^bDependent Variable: Pembelian produk

Uji R² menunjukkan seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dalam variabel dependen (terikat) berdasarkan variabel independent (bebas) yang digunakan. Dari table diatas diketahui nilai adjusted R² sebesar 0,668. Pembelian produk UMKM dapat dijelaskan oleh variable independent yang berada dalam model regresi yakni Literasi digital dan pembayaran digital sebesar 66,8%, sisanya sebesar dijelaskan variable lain diluar model.

Pembahasan

Pengaruh literasi digital terhadap pembelian produk UMKM

Hasil penelitian nilai t hitung sebesar 7,292 > dari t tabel dengan sig. 0,000 < 0,05. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi digital memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk UMKM dikalangan mahasiswa. Pengaruh positif ini menunjukkan tinggi rendahnya pembelian produk UMKM dikalangan mahasiswa dipengaruhi oleh literasi digital. semakin tinggi literasi digital mahasiswa maka akan makin meningkat pembelian produk dan sebaliknya. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa konsumen



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

dengan tingkat literasi digital yang lebih baik cenderung lebih teliti mencari informasi produk, serta lebih percaya diri dalam melakukan transaksi digital. (Fitri et al., 2022) menyatakan digital literasi memberikan dampak pada individu pada intensitas konsumtif melalui transaksi online pada pengambilan keputusan pembelian produk. Konsumen yang melek digital seperti Gen-Z menghabiskan sebagian waktunya untuk mencari informasi di media sosial dan platform digital lain. Sehingga kecenderungan mereka dalam membeli suatu produk lebih cenderung didorong oleh informasi dari media digital, seperti melihat ulasan atau rating pada sebuah produk. Sejalan dengan studi (Bidasari et al., 2023) yang menyatakan bahwa pemahaman yang baik mengenai teknologi digital berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan mendorong memutuskan membeli. Pembelian impulsif pada mahasiswa juga dipengaruhi oleh literasi digital (Gotama et al., 2022). Kemudian (Siregar & Hidayati, 2023) menyatakan bahwa literasi digital memiliki dampak yang signifikan pada kinerja UMKM. Oleh karena itu, meningkatkan literasi digital sangat penting bagi mahasiswa sebagai generasi yang lebih banyak mengakses informasi digital. Digitalisasi juga sangat penting dilakukan oleh para pelaku usaha terutama UMKM. Sehingga dapat meningkatkan minat membeli produk UMKM.

Pembayaran digital terhadap pembelian produk UMKM

Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,195 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan bahwa pembayaran digital memiliki dampak positif dan signifikan pada pembelian produk UMKM kalangan Mahasiswa. Kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang diberikan pada sistem pembayaran digital menjadi faktor bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk. Hasil ini sesuai temuan (Nabila & Sulistyowati, 2020) bahwa kemudahan penggunaan *digital payment* berdampak pada meningkatkan niat pembelian yang dilanjutkan pada keputusan pembelian.

Mahasiswa merupakan konsumen yang masuk dalam kategori pengguna aktif sistem pembayaran digital (Hanila Dewi, 2023). Ketersediaan berbagai pilihan metode pembayaran digital, seperti dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan QRIS, memberikan pilihan para konsumen untuk memilih model pembayaran yang diminati. Sehingga saat ini preferensi konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa dalam membeli produk UMKM dipengaruhi oleh ada atau tidaknya sistem pembayaran digital yang disediakan. Temuan oleh Pratiwi (2023) yang menyatakan bahwa metode pembayaran QRIS menjadi faktor penentu keputusan pembelian pada mahasiswa. Pengalaman positif dalam menggunakan *digital payment* dapat mendorong konsumen untuk lebih jauh mengeksplorasi dan berinteraksi dengan UMKM di ranah digital (Selly & Sutrisna, 2022). Perkembangan teknologi yang makin pesat perlu diikuti oleh pelaku UMKM sehingga dapat menarik minat konsumen terutama mahasiswa.

KESIMPULAN

Temuan studi menunjukkan bahwa literasi digital berdampak terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 7,292 dan signifikansi 0,000. Artinya, makin tinggi tingkat literasi digital mahasiswa, semakin tinggi dorongan untuk melakukan pembelian. Peningkatan literasi



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

digital sebesar 1 poin dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 7,292 poin. Selain itu, pembayaran digital juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 9,195 dan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan pilihan pembayaran digital juga berperan penting dalam mendorong mahasiswa untuk membeli produk UMKM. Peningkatan penggunaan pembayaran digital sebesar 1 poin akan meningkatkan keputusan pembelian produk UMKM sebesar 9,195 poin. Dari temuan ini, pelaku UMKM sebaiknya memprioritaskan penyediaan opsi pembayaran digital. Peningkatan penjualan bukan hal utama, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Jenderal Soedirman atas pembiayaan penelitian ini melalui Hibah Penelitian yang diberikan melalui SKIM Riset Peningkatan Kompetensi dengan nomor kontrak 14.452/UN23.34/PT.01/V/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiani, D. A. P., & Maria, R. 2023. Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Anggraini, O. N., & Sari, D. K. 2024. Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Shopeepay di Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i2.65>
- Transaksi Uang Elektronik, Bank Indonesia ____ 2021.
- Bidasari, Goso, Sahrir, & Hamid, R. S. 2023. Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UKM. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1635–1645. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7283>
- Fitri, N., Herawan, Endang, Febianti, & Nisa, Y. 2022. The Effects of Consumer Behavior and Digital Literacy on Consumption Patterns in Students. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 85. <https://doi.org/10.24036/011166480>
- Gotama, G., Rindrayani, S. R., History, A., Digital, L., Impulsif, P., Studi, P., & Ekonomi, P. 2022. *Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa. 1.*
- Hanila Dewi, K. 2023. Peran Literasi Digital dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 499–504. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i3.2939>
- Kumala, I., & Mutia, I. 2020. Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. 2020. PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS FRANCHISE MINUMAN (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo) Layli Durrotun Nabila Raya Sulistyowati. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1034–1040.
- OJK. 2022. *Laporan Keuangan OJK Tahun 2022*. [https://ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Pages/Laporan-Keuangan-OJK-Tahun-2022-\(Audited\).aspx](https://ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Pages/Laporan-Keuangan-OJK-Tahun-2022-(Audited).aspx)
- Selly, & Sutrisna. 2022. Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi Kopi Clbk•).
Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 2(1), 842–848.
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1392>
- Siregar, A., & Hidayati, N. 2023. Perilaku Keuangan Mahasiswa dalam Menghadapi Kemandirian Finansial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 105–117.
- Solihin, D. 2020. The Effect of Customer Trust and Promotion on Consumer Purchasing Decisions at Mikaylaku Online Shop with Purchase Intention as an Intervening Variable. *Journal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Sugiyono. 2021. 791187500-Sugiyono-Metode-Penelitian-Pendidikan-2021.
- UKM, K. 2024. Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia. *Kemenkop UKM*.
- Wijaya, I. G. N. S., & Ekayasa, M. D. 2022. Perilaku Keputusan Pembelian Generasi Y dan Z dalam Penggunaan E-Commerce di Masa Pasca Pandemi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 338–357. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.18357>