JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v8i1
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 17 September 2026 | **Revised:** 09 Oktober 2026 | **Accepted:** 19 Oktober 2026

Peran Kepuasan Pengguna sebagai Mediator Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan Digipay Satu pada Satuan Kerja di Lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Perbendaharaan Provinsi Sumatera Barat

Aulia Arif[1], Yulia Hendri Yeni[2], Alfitman Alfitman[3]
[1]Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, aulia.arif1990@gmail.com
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, yuliahendriyeni@eb.unand.ac.id
[3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, alfitman@eb.unand.ac.id

Corresponding Author: aulia.arif1990@gmail.com[1]

Abstract: *This study aims to analyze the effects of service quality on user satisfaction and continuance intention to use Digipay Satu among government work units within the Regional Office of the Directorate General of Treasury of West Sumatra Province. The study employs a quantitative approach with a causal research design. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to examine the relationships between variables. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on user satisfaction with Digipay Satu, with a path coefficient of 0.795, a t-statistic of 16.956, and a p-value of <0.001. Service quality also has a positive and significant effect on continuance intention through the mediation of user satisfaction, with an indirect effect coefficient of 0.727, a t-statistic of 10.386, and a p-value of <0.001. Descriptive analysis shows that users perceive service quality favorably, with a Respondent Achievement Level (TCR) score of 86.57%. These findings indicate that service quality contributes to the development of user satisfaction, which subsequently encourages continuance intention to use Digipay Satu. Thus, service quality not only serves as a support function when users encounter difficulties but also contributes to continuance intention through the formation of user satisfaction.*

Keyword: *Digipay Satu, Service Quality, User Satisfaction, Continuance Intention, SEM-PLS*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dan niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) Digipay Satu pada satuan kerja di lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Perbendaharaan Provinsi Sumatera Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu, dengan koefisien jalur sebesar 0,795, *t-statistic* 16,956, dan *p-value* <0,001. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan melalui mediasi kepuasan pengguna,

dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,727, *t-statistic* 10,386, dan *p-value* <0,001. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan dipersepsikan baik oleh pengguna, dengan nilai *Tingkat Capaian Responden* (TCR) sebesar 86,57%. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi terhadap pembentukan kepuasan pengguna, yang selanjutnya mendorong niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu. Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya berperan sebagai fungsi pendukung ketika pengguna menghadapi kendala, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan penggunaan melalui terbentuknya kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Digipay Satu, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna, Niat Keberlanjutan Penggunaan, SEM-PLS

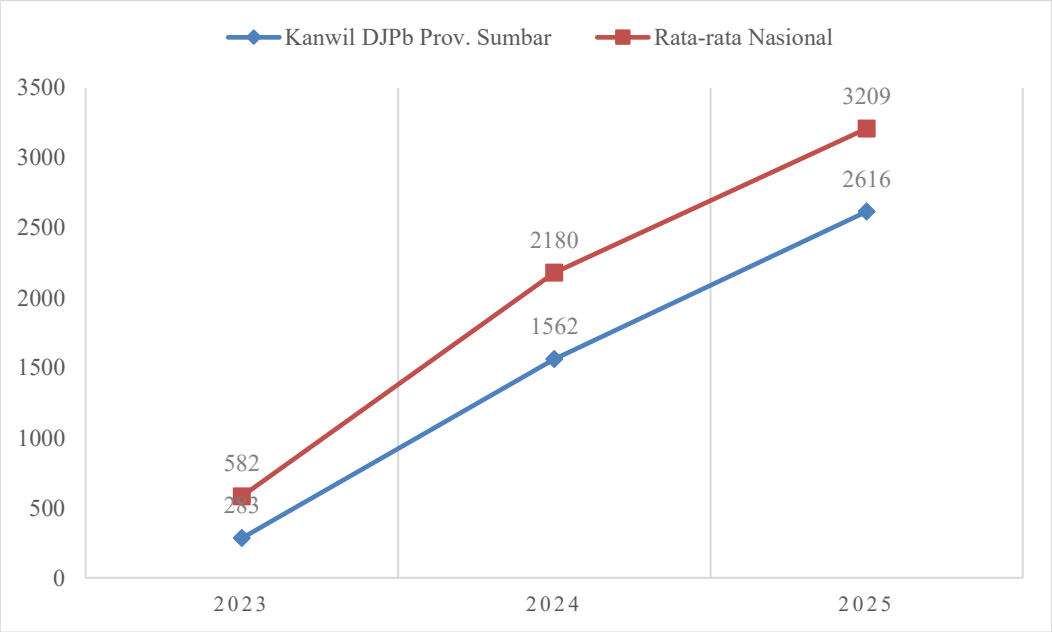
PENDAHULUAN

Digipay Satu merupakan aplikasi lokapasar (*marketplace*) pemerintah yang digunakan oleh satker untuk melakukan belanja daring menggunakan Kartu Kredit Pemerintah (KKP) atau *Cash Management System* (CMS) yang sekaligus mendorong pemberdayaan UMKM. Sistem ini Digipay Satu pada awalnya diperkenalkan sebagai "Digipay" pada bulan November 2019 dan diujicobakan pada sepuluh satuan kerja di lingkungan Kementerian Keuangan saja. Pada awal pengembangannya aplikasi Digipay belum mengakomodir pembayaran *overbooking* karena aplikasi masih terpisah di masing-masing Bank Himbara yang terlibat di awal (BRI, Mandiri, dan BNI) dan ekosistemnya pun masih terpisah di masing-masing bank tersebut yaitu digipay002(BRI), digipay008(Mandiri), dan Digipay009(BNI). Namun platform ini terus berkembang hingga pada awal tahun 2023, Digipay bertransformasi menjadi Digipay Satu. Transformasi ini tidak hanya dari penggantian nama saja, tetapi ada aspek mendasar yang berkembang yaitu adanya integrasi layanan yang tidak lagi terpisah di masing-masing bank. Digipay002, Digipay 008, dan Digipay009 diintegrasikan ke dalam satu ekosistem bersama yaitu Digipay Satu. Aplikasi ini kemudian dapat diakses pada digipaysatu.kemenkeu.go.id oleh satuan kerja tanpa satker harus memiliki rekening bank Himbara. Penyempurnaan ini semakin memberikan kemudahan para pengguna dalam bertransaksi di dalam Digipay. Wibawa et al. (2024) berpandangan bahwa Digipay Satu mempermudah proses pengadaan barang dan jasa bagi satuan kerja pemerintah dalam hal pembelian dan pembayaran. Lebih lanjut, Wibawa et al. (2024) menyampaikan manfaat ini tidak hanya kepada satuan kerja pemerintah selaku pembeli tetapi juga penyedia selaku penjual terutama UMKM. Nuranindita (2023) menemukan dalam penelitiannya bahwa UMKM di Belitung merasakan beberapa manfaat ketika bertransaksi dengan Digipay Satu yaitu kemudahan dan keamanan bertransaksi, kepastian pembayaran, efisiensi waktu, akses pendanaan perbankan, perluasan pasar dan efisiensi biaya, serta transparansi dan akuntabilitas. Dari sisi satuan kerja, penggunaan Digipay Satu memiliki manfaat paling konkret untuk menghemat anggaran melalui peningkatan efisiensi belanja. Seperti dijelaskan Muqimuddin & Mahi (2025) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa implementasi Digipay Satu terbukti meningkatkan efisiensi pengadaan nasional sebesar 2,59% serta menurunkan jumlah satker yang tidak efisien hingga 94% melalui otomatisasi kepatuhan pajak dan simplifikasi birokrasi. Sedangkan kalau dilihat secara makro, implementasi Digipay Satu ini mendukung manajemen likuiditas dan perencanaan kas negara yang lebih efektif dan efisien, mendukung efisiensi manajemen keuangan negara dan meningkatkan kualitas manajemen kas negara Hutabarat (2021).

Di Sumatera Barat, di lingkup kanwil DJPb Provinsi Sumatera Barat, jumlah transaksi Digipay Satu memang mengalami peningkatan secara konsisten, yaitu dari 283 transaksi (1,43 persen dari total nasional) pada tahun 2023, menjadi 1.562 transaksi (2,11 persen) pada tahun 2024, dan 2.616 transaksi (2,40 persen) pada tahun 2025. Namun demikian, kontribusi persentase tersebut sebesar 1,98% masih berada di bawah rata-rata nasional sebesar 2,94

persen. Dengan kata lain, secara proporsional tingkat pemanfaatan Digipay Satu di Sumatera Barat masih berada di bawah rata-rata kontribusi nasional.

Apabila dibandingkan dengan beberapa kanwil provinsi lain di Pulau Sumatera, kesenjangan tersebut semakin terlihat. Pada tahun 2025, Sumatera Utara mencatat 10.669 transaksi (9,78 persen), Riau 4.042 transaksi (3,70 persen), dan Sumatera Selatan 5.843 transaksi (5,36 persen), yang seluruhnya berada di atas rata-rata nasional. Sementara itu, Sumatera Barat dengan 2.616 transaksi (2,40 persen) masih berada dalam kategori "kurang" berdasarkan klasifikasi persentase nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah transaksi belum diikuti oleh peningkatan kontribusi yang signifikan secara nasional.



Sumber: Direktorat Jenderal Perbendaharaan diolah (2023-2025)

Gambar 1. Trend Transaksi Digipay Satu Provinsi Sumbar dan Nasional

Dari uraian ini, penggunaan Digipay Satu pada satker di lingkup Kanwil DJPb Provinsi Sumatera Barat memang menunjukkan tren peningkatan jumlah transaksi, tetapi peningkatan kuantitatif tersebut belum tentu mencerminkan keberhasilan implementasi sistem secara berkelanjutan. Dalam perspektif sistem informasi, keberhasilan tidak hanya diukur dari intensitas penggunaan awal, tetapi dari sejauh mana pengguna memiliki niat untuk terus menggunakan sistem berdasarkan pengalaman dan evaluasi pasca-adopsi. Terlebih, penggunaan Digipay Satu dalam mekanisme Uang Persediaan bersifat relatif sukarela (*voluntary)* dalam praktiknya, sehingga keberlanjutan penggunaan sangat dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman pengguna terhadap sistem.

Dalam konteks Digipay Satu, kualitas sistem menjadi aspek penting yang memengaruhi persepsi pengguna, termasuk kemudahan penggunaan, keandalan sistem, kecepatan akses, serta stabilitas aplikasi saat memproses transaksi. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Zaky Yopiannor & Munawarah (2024) yang mendapati bahwa interoperabilitas sistem untuk menjembatani perbedaan bank antara satker dan vendor memberikan kemudahan bagi pengguna Digipay Satu. Selain itu, kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem, seperti akurasi data transaksi, kelengkapan informasi harga, dan kejelasan laporan, turut memengaruhi tingkat kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Hasil penelitian Wibawa et al. (2024) menyatakan bahwa peningkatan kualitas informasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengguna untuk melakukan pembelian di Digipay Satu. Tidak kalah penting, kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola sistem yang meliputi responsivitas bantuan teknis, kejelasan sosialisasi, dan dukungan pemecahan masalah juga berperan dalam membentuk pengalaman pengguna secara keseluruhan (Nuranindita, 2023). Nuranindita

(2023) menekankan pentingnya sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dan pembiasaan user pengguna Digipay Satu. Selanjutnya, sejalan dengan kerangka Expectation Confirmation Model yang dijelaskan Bhattacherjee (2001), kepuasan pengguna layanan internet banking menjadi faktor penting yang memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) untuk tetap menggunakan layanan internet banking sebagaimana diungkapkan dalam studi Rahi & Abd.Ghani (2019).

Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna serta niat keberlanjutan penggunaan. Kepuasan pengguna juga memiliki peran dalam memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan sistem. Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada sektor privat, seperti perbankan digital, e-commerce, atau e-learning. Penelitian mengenai keberlanjutan penggunaan sistem marketplace pemerintah dalam pengelolaan keuangan negara, khususnya pada sektor publik di tingkat satuan kerja, masih relatif terbatas. Selain itu, ketimpangan distribusi penggunaan antarprovinsi, termasuk kontribusi Provinsi Sumatera Barat yang masih berada di bawah rata-rata nasional, menunjukkan bahwa optimalisasi pemanfaatan sistem masih menjadi tantangan. Dengan mempertimbangkan konteks tersebut, penelitian ini tidak menguji ketiga dimensi kualitas secara bersamaan, melainkan secara khusus memusatkan perhatian pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu di lingkungan Kanwil DJPb Provinsi Sumatera Barat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Desain ini relevan untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya (Sekaran & Bougie, 2016). Selain itu, menurut Sekaran & Bougie (2016), penelitian kausal bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis. Pendekatan kuantitatif ini, menurut Sugiyono (2022) sejalan dengan tujuan penelitian untuk mengukur variabel-variabel yang telah diidentifikasi, menguji hipotesis yang telah dirumuskan serta menganalisis hubungan sebab akibat antarvariabel dalam kerangka pemikiran teoritis yang telah dibangun.

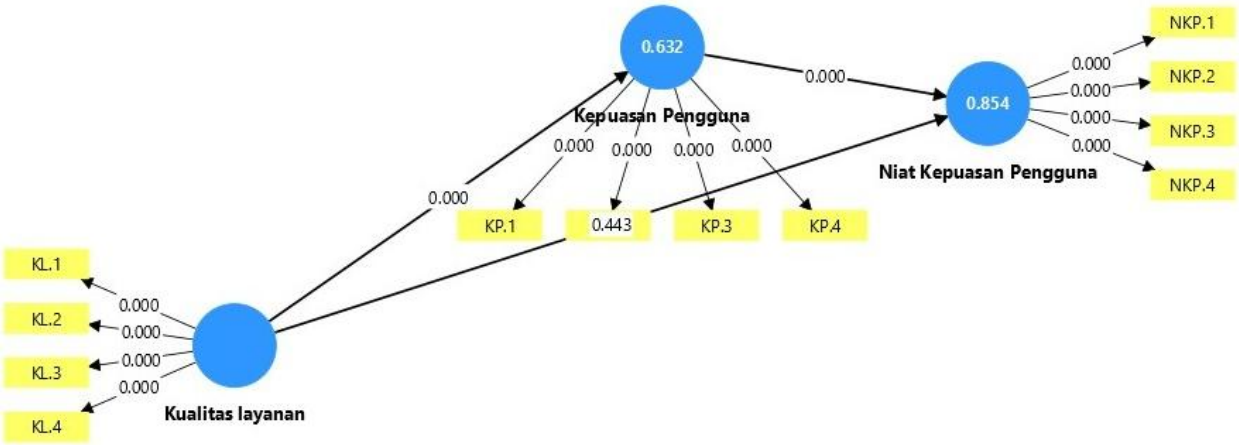
Pendekatan kuantitatif sesuai denga fokus penelitian untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik. Creswell & Creswell (2017) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan cara menganalisis hubungan antarvariabel. Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan instrumen penelitian untuk menghasilkan data numerik, yang kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan berbagai prosedur statistik. Lebih lanjut, Creswell & Creswell (2017) menjelaskan bahwa arah dan fokus sebuah studi kuantitatif ditentukan secara spesifik melalui perumusan pertanyaan dan hipotesis. Pertanyaan-pertanyaan ini kemudian dirancang untuk mengetahui hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian. Oleh karenanya, desain penelitian seperti ini sangat relevan karena penelitian ini betujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dan selanjutnya menjelaskan pengaruh kepuasan pengguna terhadap niatan keberlanjutan penggunaan Digipay Satu oleh satuan kerja lingkup Provinsi Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Pengaruh Langsung

Hasil pengolahan data dengan menggunakan teknik bootstraping untuk menganalisis pengaruh langsung disajikan pada gambar dan tabel berikut: penelitian ini adalah sebagaiamana berikut:



Sumber: Hasil olah data SmartPLS (2026)

Gambar 2. Hasil Bootstraping

Tabel 1. Hasil Pengujian Hubungan Antarvariabel

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
H1	Kualitas layanan → kepuasan pengguna	0.795	16.956	0.000	Signifikan
H2	Kualitas layanan → kepuasan pengguna → niat keberlanjutan penggunaan	0.727	10.386	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil olah data SmartPLS (2026)

Berdasarkan hasil pengujian path coefficient untuk melihat pengaruh langsung antar variabel pada tabel 1 dapat diperoleh informasi sebagi berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penguna Digipay Satu dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.795, t-statistic sebesar 16.956, dan p-values sebesar 0.000. Dari hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 diterima**.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu melalui Kepuasan Pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.727, t-statistic sebesar 10.386, dan p-values sebesar 0.000. Dari hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 diterima**.

Pembahasan

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil Penelitian	Keterangan
H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu	Adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu	Hipotesis diterima
H2: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan Digipay Satu melalui mediasi Kepuasan Pengguna	Adanya pengaruh kualitas layanan terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu melalui mediasi keupausan pengguna	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil olah data SmartPLS (2026)

Pembahasan hasil penelitian tidak hanya didasarkan pada hasil pengujian statistik, tetapi juga memperhatikan hasil analisis deskriptif dan jawaban terbuka responden sebagai informasi pendukung untuk memberikan konteks empiris terhadap temuan kuantitatif.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis 1, diperoleh koefisien jalur sebesar 0,795, t-statistic sebesar 16,956, dan p-value kurang dari 0,001. Oleh karena nilai p-value < 0.05 dan t statistic >1.64, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Digipay Satu memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna Digipay Satu.

Temuan ini menarik karena hasil analisis deskriptif terhadap kualitas layanan memperoleh penilaian paling tinggi dibandingkan konstruk kualitas lainnya. Kualitas layanan mempunyai TCR sebesar 86,57%, dengan indikator kesediaan pengelola memberikan bantuan memperoleh nilai tertinggi sebesar 88,06%. Sementara itu, ketepatan waktu pelayanan memperoleh nilai terendah sebesar 85,67%, tetapi masih dalam kategori baik. Jawaban terbuka dari 67 responden pada aspek layanan juga memperlihatkan bahwa sebagian responden memberikan respons positif seperti “sudah baik”, “lanjutkan”, dan “sangat memuaskan”. Dengan demikian, hak ini bisa diartikan bahwa pengguna secara umum menilai layanan pengelola sudah baik dan variasi persepsi terhadap kualitas layanan telah cukup kuat untuk menjelaskan variasi kepuasan pengguna.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan melalui mediasi Kepuasan Pengguna

Pengujian hipotesis 2 menghasilkan koefisien jalur sebesar 0.727, t-statistic sebesar 10.386, dan p-values sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat keberlanjutan penggunaan melalui mediasi Kepuasan Pengguna **diterima**. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu melalui terbentuknya kepuasan pengguna. Dengan kata lain, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna, yang selanjutnya mendorong niat untuk terus menggunakan Digipay Satu.

Selain itu, hal ini berkaitan erat dengan sifat adopsi platform yang bersifat voluntary. Karena satker memiliki opsi pengadaan dan pembayaran alternatif di luar Digipay Satu, fokus utama pengelola keuangan Satker berorientasi penuh pada efisiensi serta kelancaran proses transaksi itu sendiri. Keberadaan petugas *helpdesk* yang ramah maupun bersedia membantu (*troubleshooting*) cenderung diperlakukan sebagai fungsi pendukung pasca-gangguan aplikasi, sebuah kondisi yang bahkan tidak pernah dibutuhkan Satker ketika melakukan pengadaan barang secara konvensional. Oleh karena itu, apabila suatu transaksi pengadaan mengalami kendala teknis atau dinilai kurang efisien dibandingkan jalur konvensional, ketersediaan pendampingan layanan kemungkinan bisa membuat Satker untuk berniat menggunakan kembali platform tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di Digipay Satu dapat berperan sebagai instrumen pendukung yang keefektifannya sangat bergantung pada kelancaran fungsi utama sistem, bukan sebagai faktor penentu utama yang menjadi daya tarik bagi pengguna untuk bertransaksi berulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu**.** Hasil pengujian menunjukkan koefisein jalur sebesar 0,795, *t-statistic* sebesar 16.956 dan *p-value 0.000* sehingga hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap

kepuasan pengguna diterima. Temuan ini sesuai dengan analisis deskriptif kualitas layanan yang memperoleh TCR paling tinggi, yaitu 86,57%. Dengan demikian, kualitas layanan telah dipersepsikan baik oleh pengguna dan variasi kualitas layanan yang dirasakan telah cukup kuat untuk menjelaskan variasi kepuasan pengguna. Dengan demikian, kualitas layanan merupakan salah satu aspek penting dalam membentuk kepuasan pengguna Digipay Satu, terutama melalui dukungan dan pendampingan ketika pengguna menghadapi kendala.

2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu melalui mediasi kepuasan pengguna**.** Hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) menghasilkan koefisien sebesar 0,727, T-statistic sebesar 10,386, dan *p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian, kualitas layanan menjadi faktor yang menentukan niat pengguna untuk mempertahankan penggunaan Digipay Satu melalui kepuasan pengguna. Hal ini memperkuat temuan bahwa pengguna akan mempertimbagkan untuk menggunakan kembali aplikasi Digipay Satu apabila telah mengalami kepuasan dalam penggunaannya.

Saran

Pengelola Digipay Satu perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pendampingan, khususnya dalam hal kecepatan respons, ketepatan penyelesaian kendala, dan kemudahan memperoleh bantuan. Selain itu, evaluasi kepuasan pengguna setelah penanganan kendala perlu dilakukan secara berkala. Upaya ini penting karena kualitas layanan tidak hanya perlu diarahkan pada penyelesaian permasalahan teknis, tetapi juga pada pembentukan pengalaman positif yang dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong keberlanjutan penggunaan Digipay Satu.

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan jumlah sampel di luar lingkup DJPb Provinsi Sumatera Barat, misalnya mencakup beberapa Kanwil DJPb di wilayah lain atau skala nasional, guna meningkatkan daya generalisasi temuan terhadap seluruh karakteristik Satuan Kerja di Indonesia. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan mempertimbangkan variabel atau faktor-faktor lain yang relevan, seperti *perceived trust* (persepsi kepercayaan), *perceived risk* (persepsi risiko), atau *facilitating conditions* (kondisi fasilitas pendukung), untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan platform *e-procurement* di sektor publik.

REFERENSI

Bhattacherjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *25*(3), 351–370. https://doi.org/10.2307/3250921

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=335ZDwAAQBAJ

Hutabarat, D. D. (2021). Marketplace Pemerintah: Kerangka Teori dan Operasional Pengembangan dan Implementasi Marketplace Pemerintah di Indonesia.

Muqimuddin, S. A., & Mahi, B. R. (2025). An Analysis of the Impact of Digipay Utilization on the Expenditure Efficiency of Central Government Work Units. Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik, 10(3), 206–217. https://doi.org/10.33105/itrev.v10i3.1235

Nuranindita, M. (2023). Peran Dan Manfaat Marketplace Dan Digital Payment Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Di Provinsi Bangka-Belitung. Indonesian Treasury

Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik, 8(1), 17–31. https://doi.org/10.33105/itrev.v8i1.590

Rahi, S., & Abd.Ghani, M. (2019). Integration of DeLone and McLean and self-determination theory in internet banking continuance intention context. International Journal of Accounting & Information Management, 27(3), 512–528. https://doi.org/10.1108/IJAIM-07-2018-0077

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In Leadership & Organization Development Journal (Vol. 34, Issue 7). https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079

Wibawa, D. ari, Amrullah, M., Hakim, L., & Sukmono, R. (2024). Determinan Pembelian Melalui Digipay: Perspektif Pelaku Pengadaan Barang/Jasa pada Satuan Kerja. Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik, 9(3), 216–232. https://doi.org/10.33105/https://itrev.kemenkeu.go.id/index.php/itrev/article/view/838

Zaky Yopiannor, F., & Munawarah, M. (2024). Inovasi Pengelolaan Keuangan melalui Digipay di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamandau. Syntax Idea, 6(4), 1617–1626. https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i4.3155