

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 Arif¹, Yulia Hendri Yeni², Alfitman Alfitman³¹Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, aulia.arif1990@gmail.com²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, yuliahendriyeni@eb.unand.ac.id³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia, alfitman@eb.unand.ac.idCorresponding Author: aulia.arif1990@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze the effect of service quality on user satisfaction and continuance intention to use Digipay Satu among work units within the Regional Office of the Directorate General of Treasury of West Sumatra Province. This study employed a quantitative approach with a causal research design. The data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to examine the relationships among the variables. The results indicate that service quality does not have a significant effect on Digipay Satu user satisfaction, with a path coefficient of 0.050, t-statistic of 0.496, and p-value of 0.310. Service quality also does not have a direct significant effect on continuance intention, with a path coefficient of -0.016, t-statistic of 0.137, and p-value of 0.445. Although service quality received a good descriptive assessment with a Total Response Criterion (TCR) of 86.57%, variations in users' perceived service quality were not sufficiently strong to explain variations in satisfaction or continuance intention. These findings indicate that service quality in Digipay Satu primarily functions as a supporting factor when users encounter problems, while the decision to continue using the platform is more closely related to the experience and smoothness of the core transaction process.*

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 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,050, t-statistic 0,496, dan p-value 0,310. Kualitas layanan juga tidak berpengaruh langsung terhadap niat keberlanjutan penggunaan, dengan koefisien jalur sebesar -0,016, t-statistic 0,137, dan p-value 0,445. Meskipun secara deskriptif kualitas layanan memperoleh

penilaian baik dengan nilai TCR sebesar 86,57%, variasi kualitas layanan yang dirasakan pengguna belum cukup kuat untuk menjelaskan variasi kepuasan maupun niat penggunaan berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam penggunaan Digipay Satu lebih berperan sebagai fungsi pendukung ketika pengguna menghadapi kendala, sementara keputusan untuk terus menggunakan platform lebih berkaitan dengan pengalaman dan kelancaran proses transaksi utama.

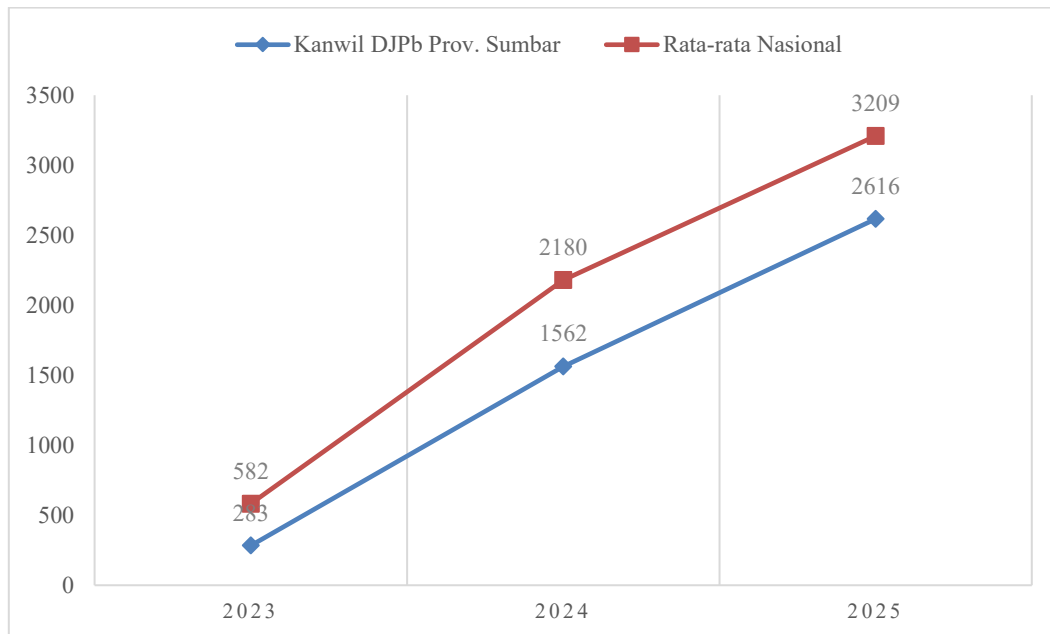
Kata Kunci: Digipay Satu, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna, Niat Keberlanjutan Penggunaan, SEM-PLS

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 Bhattacharjee (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 ini menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan pengguna dan niat keberlanjutan penggunaan. Selain itu, kepuasan pengguna juga akan berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan sistem. Namun demikian, sebagian besar penelitian 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, adanya ketimpangan distribusi penggunaan antarprovinsi, termasuk kontribusi Provinsi Sumatera Barat yang masih berada di bawah rata-rata nasional, menunjukkan bahwa peningkatan transaksi belum sepenuhnya mencerminkan optimalisasi pemanfaatan sistem. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan empiris mengenai faktor-faktor apa yang sebenarnya memengaruhi 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.

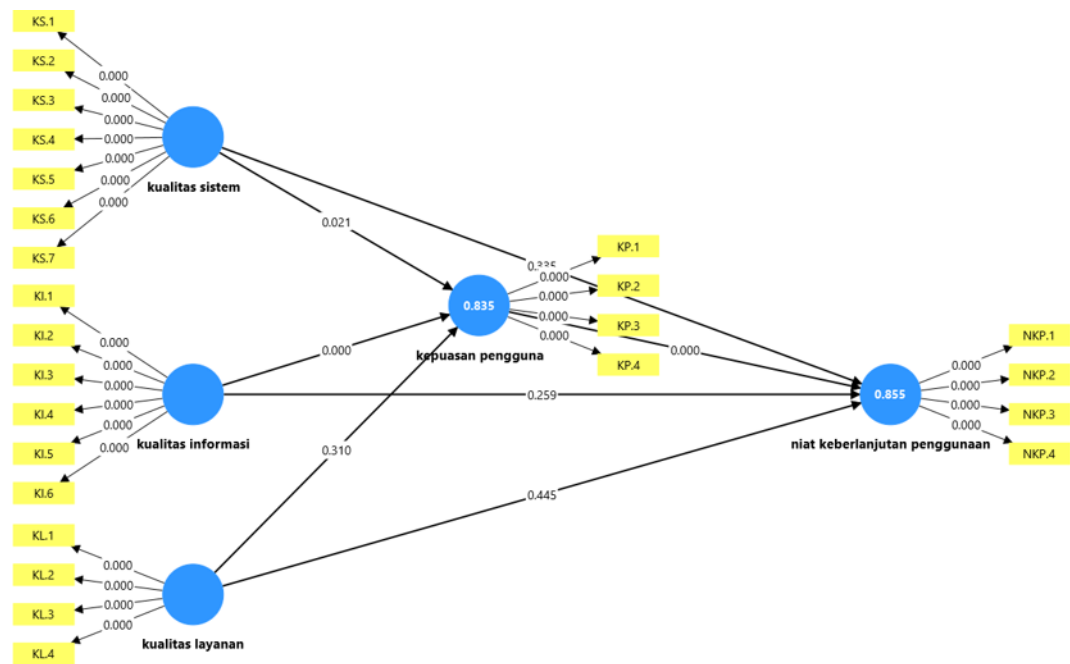
Pendekatan kuantitatif sesuai dengan fokus penelitian untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik. Creswell & Creswell (2017) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan cara menganalisis hubungan 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 bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan 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 bootstrapping untuk menganalisis pengaruh langsung disajikan pada gambar dan tabel berikut: penelitian ini adalah sebagaimana berikut:



Sumber: Hasil olah data SmartPLS (2026)

Gambar 2. Hasil Bootstrapping
Tabel 1. Hasil Pengujian Path Coefficient

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
H1	Kualitas layanan → kepuasan pengguna	0.050	0.496	0.310	Tidak Signifikan
H2	Kualitas layanan → niat keberlanjutan penggunaan	-0.016	0.137	0.445	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil olah data SmartPLS (2026)

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

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.050, t-statistic sebesar 0.496, dan p-values sebesar 0.310. Dari hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 ditolak**.
2. Kualitas Layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu dengan nilai koefisien jalur sebesar -0.016, t-statistic sebesar 0.137, dan p-values sebesar 0.445. Dari hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 ditolak**.

Pembahasan

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil Penelitian	Keterangan
H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu	Tidak adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu	Hipotesis ditolak
H2: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan Digipay Satu	Tidak adanya pengaruh kualitas layanan terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu	Hipotesis ditolak

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 nilai *t*-statistic sebesar 0.496, dan *p*-values sebesar 0.310. Oleh karena nilai *p*-value > 0.05 dan *t* statistic < 1.64, maka hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ditolak. Hasil ini berbeda dengan kualitas sistem dan kualitas informasi. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Digipay Satu tidak memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna Digipay Satu.

Temuan ini menarik karena hasil analisis deskriptif terhadap kualitas layanan justru 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 51 responden pada aspek layanan juga memperlihatkan bahwa sebagian responden memberikan respons positif seperti “sudah baik”, “lanjutkan”, dan “sangat memuaskan”. Dengan demikian, hal ini bisa diartikan bahwa pengguna secara umum menilai layanan pengelola sudah baik, tetapi variasi persepsi terhadap kualitas layanan tidak cukup kuat untuk menjelaskan variasi kepuasan pengguna.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan

Pengujian hipotesis 2 menghasilkan koefisien jalur sebesar -0.016, *t*-statistic sebesar 0.137, dan *p*-values sebesar 0.445. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat keberlanjutan penggunaan **ditolak**. Baik atau buruknya pendampingan *helpdesk* tidak memberikan dampak langsung terhadap dorongan pengguna Satker untuk mempertahankan penggunaan 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 tidak akan cukup kuat untuk membujuk Satker berniat menggunakan kembali platform tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di Digipay Satu lebih 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 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Digipay Satu. Hasil pengujian menunjukkan *t*-statistic sebesar 0,496 dan *p*-value sebesar 0,310 sehingga hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna ditolak. Temuan ini menarik karena secara deskriptif kualitas layanan justru memperoleh TCR paling tinggi, yaitu 86,57%. Dengan demikian, kualitas layanan telah

dipersepsikan baik oleh pengguna, tetapi variasi kualitas layanan yang dirasakan belum cukup kuat untuk menjelaskan variasi kepuasan pengguna. Kualitas layanan dalam konteks Digipay Satu lebih berperan sebagai fungsi pendukung ketika pengguna menghadapi kendala dibandingkan sebagai faktor utama pembentuk kepuasan.

2. Kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap niat keberlanjutan penggunaan Digipay Satu. Hasil pengujian menghasilkan koefisien jalur sebesar -0,016, *t-statistic* sebesar 0,137, dan *p-value* sebesar 0,445. Dengan demikian, kualitas layanan tidak menjadi faktor yang secara langsung menentukan niat pengguna untuk mempertahankan penggunaan Digipay Satu. Hal ini memperkuat temuan bahwa pengguna lebih mempertimbangkan pengalaman inti dalam melakukan transaksi dibandingkan keberadaan layanan pendukung ketika menentukan penggunaan kembali platform.

Saran

Bagi pengelola dan pengembang platform Digipay Satu, disarankan untuk tetap memprioritaskan stabilitas serta keandalan teknis sistem untuk menekan potensi gangguan transaksi. Selain itu, pengelola perlu meningkatkan standar validasi data dan transparansi informasi produk pada katalog digital guna memperkuat rasa percaya pengguna saat bertransaksi secara digital. Pengelola juga disarankan untuk menetapkan kepastian batas waktu penanganan kendala teknis pada layanan pendukung agar tidak mengganggu target waktu penyelesaian pengadaan dan penyerapan anggaran Satuan Kerja.

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

- Bhattacharjee, 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>