

# Dampak literasi keuangan dan *payment gateway* terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sebagai variabel intervening

Oleh:

Sitta Rif'atul Musyarofah,  
Prof. Dr. Drs. Sriyono, M.M  
Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2025



# Pendahuluan

- Di era digitalisasi, UMKM di Indonesia menghadapi tantangan besar seperti rendahnya literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi pembayaran digital yang berdampak pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Padahal, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama di Jawa Timur dan Sidoarjo. Literasi keuangan yang baik serta penggunaan payment gateway diyakini mampu meningkatkan efisiensi usaha dan pengalaman pelanggan, namun dampaknya tidak selalu langsung. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor krusial yang menjembatani pengaruh literasi keuangan dan payment gateway terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada peran kualitas layanan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan, payment gateway, dan kepuasan pelanggan, dengan mengisi celah literatur yang masih terbatas dalam konteks UMKM secara komprehensif.

# Literatur Riview Variabel X1 (Literasi Keuangan)

Kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan finansial.

Indikator Literasi Keuangan:

- Pemahaman dasar pengelolaan keuangan: Kemampuan mengatur pendapatan dan pengeluaran, termasuk anggaran harian dan perencanaan keuangan jangka pendek.
- Pengelolaan kredit dan utang: Pemahaman jenis-jenis kredit dan bunga agar dapat menggunakan utang secara bijak.
- Pengelolaan tabungan dan investasi: Pengetahuan tentang pentingnya menabung dan berinvestasi untuk masa depan.
- Kemampuan mengelola risiko: Mampu mengenali dan mengelola risiko keuangan melalui asuransi dan diversifikasi investasi.

# Literatur Riview Variabel X2 (*Payment Gateway*)

Layanan fintech yang memfasilitasi transaksi online antara pelanggan, pedagang, dan bank dengan aman, mudah, fleksibel, dan efisien. Sangat bermanfaat bagi UMKM dalam meningkatkan layanan dan menekan biaya pemasaran, meskipun tetap memiliki risiko seperti cybercrime yang diatasi dengan sistem enkripsi data. Indikator Payment Gateway:

- Keamanan data dan transaksi: Sistem memiliki proteksi dari penipuan.
- Kemudahan penggunaan: Mudah dioperasikan dan diterima pelanggan.
- Efisiensi proses pembayaran: Transaksi cepat dan efisien.
- Fleksibilitas metode pembayaran: Menyediakan berbagai opsi pembayaran.

# Literatur Riview Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Kepuasan pelanggan adalah respons emosional yang muncul ketika konsumen membandingkan harapan mereka terhadap produk atau layanan dengan kenyataan yang diterima. Jika hasilnya sesuai atau melebihi harapan, mereka merasa puas; jika tidak, timbul kekecewaan. Indikator kepuasan pelanggan meliputi:

1. kepuasan keseluruhan (penilaian umum terhadap pengalaman menggunakan produk/layanan),
2. konfirmasi harapan (kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan),
3. perbandingan ideal (penilaian apakah layanan mendekati standar ideal versi pelanggan).

# Literatur Riview Variabel Z (Kualitas Layanan)

Penilaian konsumen terhadap layanan yang diterima dibandingkan harapan mereka. Dalam UMKM, kualitas layanan mencerminkan kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan pelayanan, serta menjadi faktor pembeda yang meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan citra usaha.

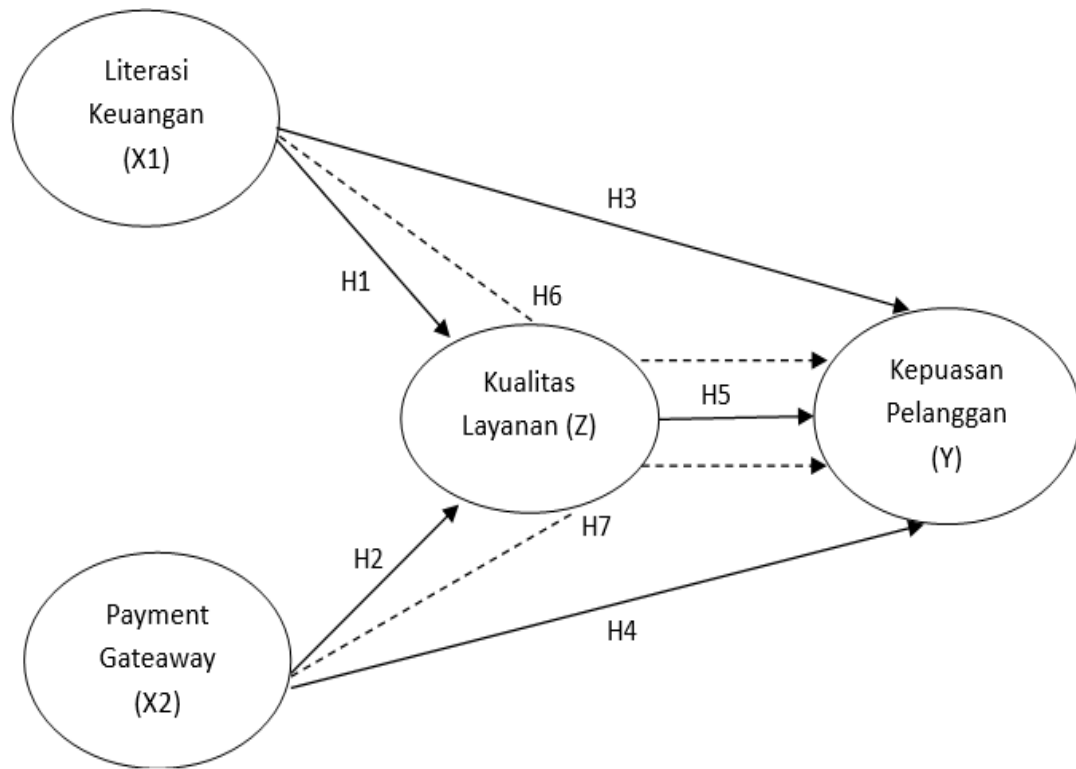
- Indikator Kualitas Layanan:
- Keandalan: Layanan akurat, konsisten, dan sesuai janji.
- Daya tanggap: Cepat dan sigap dalam menangani kebutuhan pelanggan.
- Jaminan: Staf yang kompeten, sopan, dan dapat dipercaya.
- Empati: Memahami dan peduli terhadap kebutuhan individu pelanggan.
- Bukti fisik: Fasilitas dan penampilan yang menunjang kenyamanan layanan.



# Metode

- Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif
- Populasi untuk penelitian ini merupakan pengunjung pasar budaya Pring Sewu Pandaan, Pasuruan
- Teknik Pengambilan Sampel pada penelitian ini menggunakan non probability Sampling dengan Sampling Purposive. Penelitian ini menggunakan kriteria sampel pada pelanggan di UMKM yang telah beroperasi minimal dua tahun dan menggunakan payment gateway seperti GoPay, OVO, ShopeePay, atau lainnya.
- Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner melalui google form dari sejumlah responden yang mewakili populasi pelanggan UMKM Kecamatan Sidoarjo.
- Sumber data yang dimanfaatkan untuk penelitian ini tersusun atas data primer serta sekunder.
- Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan bantuan software SmartPLS 3.0, yang memungkinkan untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel melalui pendekatan Partial Least Square – Structural Equation Modelling (PLS-SEM).

# Kerangka Konseptual



## Hipotesis

- H1:** Literasi keuangan berpengaruh terhadap kualitas layanan
- H2:** Payment gateway berpengaruh terhadap kualitas layanan
- H3:** Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H4:** Payment gateway berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H5:** kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H6:** kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan dengan kepuasan pelanggan
- H7:** kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan payment gateway dengan kepuasan pelanggan



# Analisis Outer Model

Variabel	Indikator	Outer Loading
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.790
	X1.2	0.812
	X1.3	0.830
	X1.4	0.823
	X1.5	0.835
	X1.6	0.822
Payment Gateway (X2)	X2.1	0.862
	X2.2	0.850
	X2.3	0.848
	X2.4	0.845
	X2.5	0.847
	X2.6	0.851
	X2.7	0.830
Kualitas Layanan (Z)	Z.1	0.841
	Z.3	0.853
	Z.4	0.850
	Z.5	0.873
	Z.6	0.865
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.847
	Y.2	0.853
	Y.3	0.864
	Y.4	0.843
	Y.6	0.853

Menurut hasil olah data dalam tabel 1 di atas diketahui indikator dalam variabel mendapatkan nilai factor loading lebih dari 0,7. Dengan demikian, nilai tersebut dapat memenuhi syarat Convergent Validity.

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

# AnalisiOuter Model

*Tabel 4. 3 Uji Diskriminan Validitas*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan (X1)	0,05 > 0.726
Payment Gateway (X2)	0,05 > 0.733
Kualitas Layanan (Z)	0,05 > 0.670
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,05 > 0.718

**Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025**

Berdasarkan pada tabel 4.3 tersebut, setiap variabel memperoleh nilai Average Variance Extraced (AVE)  $\geq 0,5$  membuktikan mengenai validitas konvergen secara tepat. Maka dari itu semua variabel tersebut dikatakan reliabel. Selain itu, dalam mengetahui reliabilitas konsistensi internal konstruk model dengan nilai Cronbach alpha, dan juga nilai Composite Reliability.

# Analisis Outer Model

*Tabel 4. 4 Nilai Composite reliability dan Cronbach's Alpha*

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0.930	0.906
Payment Gateway (X2)	0.932	0.909
Kualitas Layanan (Z)	0.924	0.903
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.947	0.935

**Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025**

Berdasarkan Tabel 4.4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Sementara itu, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel juga melebihi angka 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pengukuran pada setiap variabel dinyatakan andal dalam merepresentasikan variabel yang diukur.

# Model Struktural (Inner Model)

*Tabel 4. 5 Koefisien Determinasi (R-Square)*

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.678	0.676
Kualitas Layanan (Z)	0.698	0.696

**Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025**

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji R-Square diatas, Nilai  $R^2$  untuk Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,678, artinya 67,8% variabel tersebut dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sisanya 32,2% oleh faktor lain di luar model. Nilai  $R^2$  untuk Kualitas Layanan (Z) sebesar 0,698, menunjukkan 69,8% variabilitasnya dijelaskan oleh variabel dalam model, dan 30,2% oleh faktor lain.

Kedua nilai  $R^2$  tergolong kuat (di atas 0,60), sehingga model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

# Model Struktural (Inner Model)

*Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian*

Relasi	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Kualitas Layanan (Z)	0,285	0,283	0,049	5,794	0
Payment Gateway (X2) -> Kualitas Layanan (Z)	0,594	0,595	0,05	11,769	0
Literasi Keuangan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,139	0,137	0,052	2,696	0,007
Payment Gateway (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,455	0,461	0,064	7,084	0
Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,286	0,282	0,061	4,688	0

Sumber: Output SmartPLS, 2025

# Model Struktural (Inner Model)

Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap variabel Kualitas Layanan (Z) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.285 dengan nilai t-statistik 5.794 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan, sehingga hipotesis H1 dapat diterima.

Variabel Payment Gateway (X2) terhadap variabel Kualitas Layanan (Z) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.594 dengan nilai t-statistik 11.769 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan, sehingga hipotesis H2 dapat diterima.

Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.139 dengan nilai t-statistik 2.696 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.007 ( $<0.05$ ). Maka, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis H3 dapat diterima.

Variabel Payment Gateway (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.455 dengan nilai t-statistik 7.084 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis H4 dapat diterima.

Variabel Kualitas Layanan (Z) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.286 dengan nilai t-statistik 4.688 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis H5 dapat diterima.



# Model Struktural (Inner Model)

*Tabel 4. 7 Pengujian Variabel Intervening*

Relasi	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,082	0,08	0,024	3,44	0,001
Payment Gateway (X2) -> Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,17	0,167	0,038	4,435	0

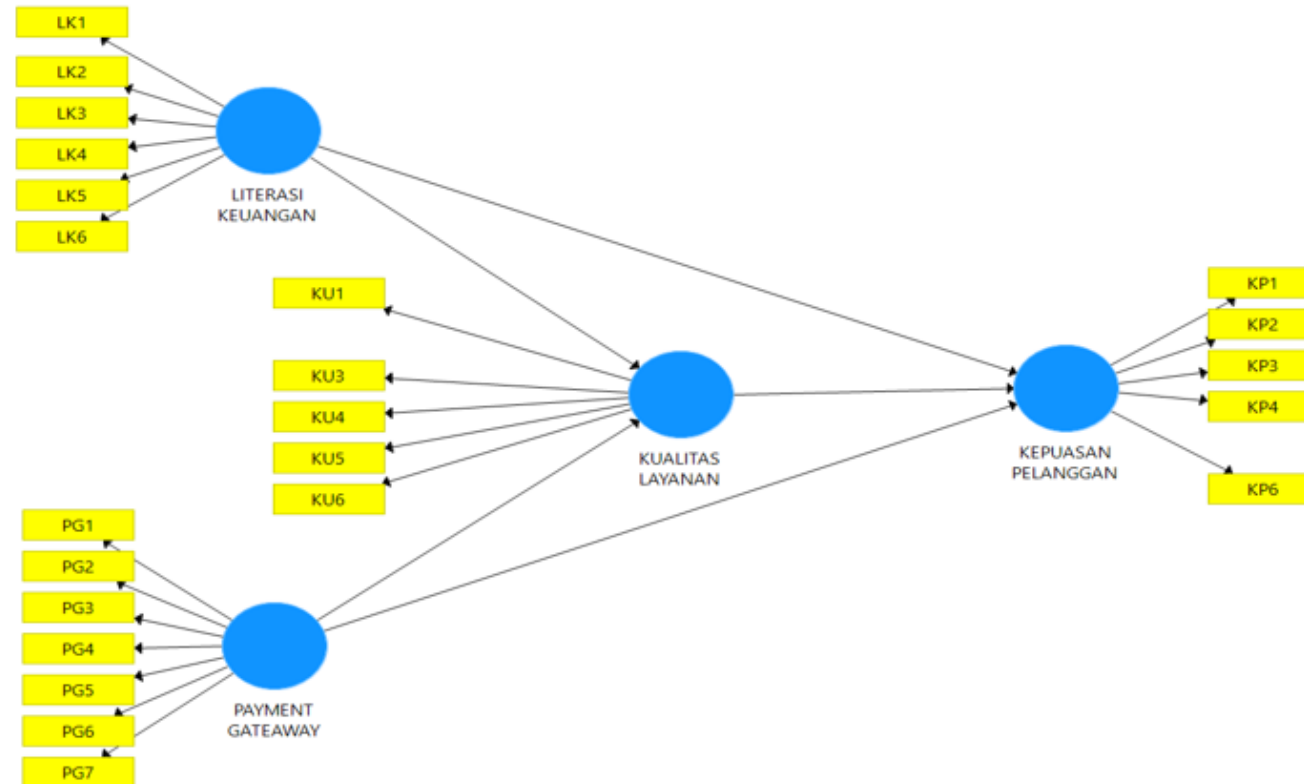
Sumber: Output SmartPLS, 2025

# Model Struktural (Inner Model)

Variabel Literasi Keuangan (X1) melalui variabel Kualitas Layanan (Z) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.082 dengan nilai t-statistik 3.440 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.001 ( $<0.05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Layanan, sehingga hipotesis H6 dapat diterima.

Variabel Payment Gateway (X2) melalui variabel Kualitas Layanan (Z) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0.170 dengan nilai t-statistik 4.435 ( $>1.96$ ) dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Layanan, sehingga hipotesis H7 dapat diterima.

# Model Struktural (Inner Model)



Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

# Pembahasan

## **Hipotesis 1: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kualitas Layanan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat dibuktikan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pemahaman finansial yang baik mampu mengelola usaha secara lebih efisien dan terencana, termasuk dalam mengatur anggaran operasional, promosi, dan pengembangan layanan.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha yang melek finansial lebih siap dalam menghadapi tantangan pelayanan seperti lonjakan permintaan dan keluhan pelanggan, sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik. Hasil ini mendukung teori *resource-based view*, yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dibentuk dari kemampuan internal, seperti literasi keuangan. Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berdampak signifikan terhadap keberlanjutan dan kualitas operasional UMKM.

# Pembahasan

## **Hipotesis 2: Payment Gateway berpengaruh terhadap Kualitas Layanan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat dibuktikan bahwa Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS, ShopeePay, OVO, dan GoPay membantu pelaku UMKM meningkatkan kecepatan, keamanan, serta efisiensi dalam proses transaksi, yang berdampak langsung pada peningkatan kualitas pelayanan.

Temuan ini mencerminkan kondisi nyata UMKM di kawasan Alun-Alun dan GOR Sidoarjo, yang telah mengadopsi teknologi pembayaran non-tunai sebagai bagian dari strategi layanan. Penggunaan payment gateway memperkuat kenyamanan dan kepuasan pelanggan, terutama di era pascapandemi yang menuntut sistem transaksi higienis dan cepat. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa integrasi e-payment berkontribusi pada peningkatan kelancaran operasional dan kualitas layanan UMKM secara signifikan.

# Pembahasan

## **Hipotesis 3: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat dibuktikan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0.139, t-statistik 2.696 ( $>1.96$ ), dan p-value 0.007 ( $<0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan tidak hanya meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga berdampak positif pada pengalaman pelanggan.

Temuan ini relevan dengan kondisi UMKM di wilayah perkotaan Kecamatan Sidoarjo seperti Lemahputro dan Sekardangan, yang memiliki akses lebih baik terhadap pelatihan keuangan. Penerapan pengelolaan usaha yang sehat, seperti pencatatan transaksi dan pengendalian biaya, memungkinkan pelaku usaha memberikan layanan yang lebih responsif dan transparan kepada pelanggan. Penelitian ini mendukung teori kepuasan pelanggan dari Oliver (1997), yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari kesesuaian antara ekspektasi dan realita layanan—di mana literasi keuangan berperan penting dalam menjembatani keduanya.



# Pembahasan

## **Hipotesis 4: Payment Gateway berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat dibuktikan bahwa Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0.455, t-statistik 7.084 ( $>1.96$ ), dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Artinya, semakin optimal pemanfaatan sistem pembayaran digital oleh pelaku UMKM, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

Temuan ini mencerminkan kondisi nyata di beberapa titik UMKM Kecamatan Sidoarjo, seperti di Ruko Suncity, Perumahan Bumi Citra Fajar, dan Pasar Larangan, di mana banyak pelaku usaha telah menyediakan pembayaran QRIS guna menjawab kebutuhan konsumen akan transaksi yang cepat dan praktis. Penelitian ini diperkuat oleh riset terdahulu yang menyatakan bahwa payment gateway berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan, karena mampu menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi.

# Pembahasan

## **Hipotesis 5: Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat dibuktikan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0.286, t-statistik 4.688 ( $>1.96$ ), dan p-value 0.000 ( $<0.05$ ). Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas layanan yang mencakup aspek keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan. Pelaku UMKM yang memberikan pelayanan cepat, sopan, dan ditunjang fasilitas yang memadai cenderung mendapatkan respons yang baik dari konsumen. Temuan ini sejalan dengan model SERVQUAL dan penelitian sebelumnya, yang menekankan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM, sehingga pelatihan dan evaluasi layanan menjadi penting dilakukan secara rutin.

# Pembahasan

## **Hipotesis 6: Kualitas Layanan berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis, dapat dibuktikan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Layanan, dengan nilai koefisien sebesar 0.082, t-statistik 3.440 ( $>1.96$ ), dan p-value 0.001 ( $<0.05$ ). Hasil ini menunjukkan adanya mediasi parsial, yang berarti bahwa Kualitas Layanan memperkuat hubungan antara Literasi Keuangan dan Kepuasan Pelanggan.

Temuan ini menjelaskan bahwa pemahaman finansial yang baik mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, seperti pengalokasian anggaran layanan, pelatihan staf, dan peningkatan kenyamanan pelanggan. Penelitian ini diperkuat oleh studi sebelumnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan berdampak positif terhadap persepsi kualitas layanan, dan secara tidak langsung meningkatkan kepuasan pelanggan melalui jalur tersebut.

# Pembahasan

## **Hipotesis 7: Kualitas Layanan berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan Payment Gateway terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Kecamatan Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian di atas, dapat dibuktikan mengenai social media marketing berpengaruh terhadap repurchase intention. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen lebih tertarik dengan adanya sistem social media marketing yang di terapkan di Pasar Budaya Pring Sewu. Kesuksesan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran digital yang terstruktur dan interaktif mampu menciptakan ekosistem yang mendukung loyalitas konsumen.

Temuan pada penelitian ini selaras dengan teori yang membuktikan bahwa Social media marketing, ketika diimplementasikan dengan strategi yang tepat, dapat secara signifikan mempengaruhi repurchase intention konsumen melalui peningkatan engagement, personalisasi, social proof, dan pembangunan komunitas yang kuat serta strategi konten yang efektif di sosial media dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan, membangun otoritas merek, dan akhirnya mendorong minat beli ulang

# Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan payment gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan UMKM di Kecamatan Sidoarjo. Pelaku usaha yang memahami keuangan dan mengadopsi sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi, mempercepat transaksi, dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Selain itu, kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta memediasi secara signifikan hubungan antara literasi keuangan dan payment gateway terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan menjadi jalur penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi keuangan dan digitalisasi pembayaran bagi UMKM. Namun, penelitian masih terbatas pada tiga variabel utama, sehingga disarankan untuk mengkaji faktor lain seperti brand trust atau kepuasan layanan dalam penelitian selanjutnya.

