

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *E Wallet* Sebagai Alternatif pembayaran di *Starbucks* di Madiun

Arum Sulistyani¹⁾, Apriyanti²⁾, Hendra Setiawan³⁾

¹Universitas PGRI Madiun
Arumsulistyani019@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
apriyanti@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun
hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived convenience and trust on the use of e-wallet as an alternative payment method at Starbucks Madiun. This type of research uses a quantitative approach. The sample used in this study was 385 respondents and the sampling method used was purposive sampling. Data collection in this study used a questionnaire distributed via Google Form. The results of this study indicate that perceived benefits do not influence the decision to use e-wallet as an alternative payment method at Starbucks Madiun. Perceived convenience and trust influence the decision to use e-wallet as an alternative payment method at Starbucks Madiun.

Keywords: *Benefit perception, convenience perception, trust, usage decision.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap menggunakan *E-Wallet* sebagai alternative pembayaran di Starbucks Madiun. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 385 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* sebagai alternative pembayaran di Starbucks Madiun. Persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* sebagai alternative pembayaran di Starbucks Madiun.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan Menggunakan.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, masyarakat harus bijak dalam memanfaatkan kemudahan dan efektifitas dalam berinteraksi satu sama lain. Berbagai inovasi digital di berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat juga turut dalam perkembangan zaman yang semakin modern. Perkembangan perusahaan *financial technology (fintech)* turut mempengaruhi pada munculnya start-up yang bergerak di bidang keuangan digital. Salah satu produk keuangan digital tersebut adalah uang elektronik (*e-money*). Uang elektronik memungkinkan masyarakat melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai. Menurut Rizky (2018) menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik lebih nyaman dibandingkan penggunaan uang tunai (dalam transaksi bernilai kecil), karena nasabah tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk transaksi.

Perkembangan uang elektronik tidak hanya disebabkan oleh Bank Indonesia saja, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mendominasi pasar dalam penggunaan uang elektronik. Uang elektronik telah menjadi alat alternatif pembayaran dalam sektor kecil seperti membayar tol, membeli tiket dan melakukan pembayaran di *merchant* dengan sistem pembayaran uang elektronik. Uang elektronik memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.

Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai moneter dalam pada media elektronik khusus. Menurut Hendarsyah (2016), uang elektronik secara luas didefinisikan sebagai sebuah moneter elektronik yang memiliki nilai pada perangkat teknis dan dapat digunakan secara luas untuk melakukan pembayaran dengan mudah tanpa melibatkan rekening bank. Tujuan dari uang elektronik untuk memudahkan konsumen agar dalam melakukan transaksi, memproses pembayaran dengan lebih cepat dan efisien, secara otomatis menangkap informasi keuangan secara pribadi dan meningkatkan keamanan serta kenyamanan dalam perdagangan elektronik.

Produk alat pembayaran elektronik hadir dalam dua bentuk dasar, yaitu berbasis chip dan berbasis server. Metode pembayaran berbasis chip, disebut juga uang elektronik atau produk berbasis kartu, menggunakan chip yang tertanam di dalam kartu sebagai metode pembayaran. Di sisi lain, uang elektronik berbasis server, disebut juga sebagai *e-wallet* atau produk berbasis perangkat lunak, dikelola oleh pihak penyedia layanan untuk mengoperasikan sistem pembayaran melalui media barcode yang terintegrasi dalam aplikasi. Dalam penggunaannya perlu diperhatikan bahwa *e-money* merupakan teknologi ciptaan

manusia yang mempunyai beberapa kelemahan. Adapun permasalahan yang akan timbul dalam penggunaan e-money terjadi apabila penggunaan *e-money* dalam melakukan transaksi pembayaran non tunai disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak berwenang, sehingga dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik *e-money* tersebut (Wahri et al, 2022).

Sistem pembayaran adalah sistem yang mengacu pada transfer nilai uang dari satu pihak ke pihak lainnya. Beragam media yang digunakan sebagai metode pembayaran, mulai dari yang sederhana hingga yang kompleks dan melibatkan berbagai institusi dan peraturan. Bank Indonesia berwenang untuk mengatur dan memelihara kelancaran sistem pembayaran di Indonesia, sesuai dengan Undang-Undang Bank Indonesia. Saat ini sistem pembayaran di Indonesia dapat berupa uang tunai dan non-tunai. Sistem pembayaran non-tunai mencakup sistem perbankan yang menggunakan berbagai metode seperti cek, bilyet giro, nota kredit, kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, penggunaan sistem non-tunai semakin meningkat berkat inovasi yang dilakukan oleh sector perbankan dan perusahaan lain, seperti uang elektronik berbasis kartu dan server untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sistem pembayaran tunai di Indonesia saat ini menggunakan mata uang Rupiah sebagai alat pembayarannya (Mariani, 2013).

Aplikasi pembayaran *e-wallet* yang ada di Indonesia seperti OVO, Go-Pay, Link Aja, DANA, i.Saku dan Shopeepay terus berkembang dan memudahkan transaksi bagi konsumen. Penelitian ini berfokus pada aplikasi DANA, sebuah aplikasi pembayaran *e-wallet* yang telah mencapai keberhasilan yang fantastis meskipun masih pemula. Menurut Setiawan, (2021) DANA adalah startup Indonesia di sektor teknologi keuangan yang menyediakan infrastruktur cepat, nyaman, dan aman untuk pembayaran dan transaksi digital tanpa uang tunai dan tanpa kartu baik online maupun offline. DANA didirikan di Indonesia dan didukung oleh programmer Indonesia dengan investor utama PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan Ant Financial. Vincent selaku CEO DANA menegaskan bahwa DANA berbeda dengan layanan transaksi keuangan digital lainnya. Infrastruktur DANA memiliki tingkat keamanan yang tinggi, sebanding dengan keamanan tingkat perbankan. DANA juga memiliki *Data Center* (DC) dan *Data Recovery Center* (DRC) di Indonesia yang dianggap sebagai salah satu pusat paling modern yang mampu memproses data kompleks dan skalabilitas transaksi tinggi (Amelia Yesidora, 2022).

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian Stevano & Artini, Penelitian yang dilakukan oleh Jaya Ramadaey dan Luk Lu'ul Khumaeroh (2023)

menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay. Menurut Adinda, Agustina dan refky (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa di kota Jambi. Penelitian terdahulu Rismalia dan Sugiyanto (2022) membuktikan bahwa kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Dana di Universitas Esa Unggul, kepercayaan yang dirasakan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dana di Universitas Esa Unggul. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Faisal Fadillah, Dr. Hartono S.E., M.M dan Dickdick Sodikin S.E., M.M. (2022) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan antara variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi Linkaja. penelitian yang dilakukan oleh Risma Weti Aprilia (2021) menemukan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Pengguna *e-wallet* Dana tidak merasa transaksi melalui *e-wallet* Dana mudah dan cepat ataupun mendapatkan keuntungan setelah bertransaksi.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Grand Theory

Grand theory dalam penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang populer dalam penelitian teknologi informasi karena sederhana dan mudah diterapkan. TAM merupakan teori yang digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi mengadopsi dan menggunakan teknologi di tempat kerja. Model TAM menyatakan bahwa pengguna sistem akan lebih cenderung menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut mudah digunakan dan berguna (Desita, 2022).

Menurut Fatmawati (2015) menyatakan bahwa tujuan pengembangan TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentu adopsi komputer secara luas sehingga perilaku pengguna terhadap berbagai teknologi komputasi dan pengguna dapat dijelaskan. Oleh karena itu, hal ini menjadi dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap keyakinan, sikap, dan niat dalam menggunakan sistem informasi (SI). Davis (1989) dalam Laihad (2013) menyatakan bahwa TAM didasarkan pada dua variabel yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan. Hal ini relevansi dengan penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mempertimbangkan aspek perilaku pengguna yaitu keamanan dan kerahasiaan, kecepatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi.

Sehingga mampu menjelaskan perilaku pengguna. Pengguna diterima oleh pengguna teknologi informasi.

Persepsi Manfaat

Menurut Yaufi Andriyano (2016), persepsi kegunaan adalah gagasan tentang bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberi manfaat bagi pengguna. Menurut Jogiyanto (2019: 933), persepsi manfaat adalah sejauh mana orang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Gefen dkk (Priyono, 2017), manfaat yang dirasakan memberikan suatu evaluasi subjektif terhadap manfaat yang diberikan oleh sistem guna memudahkan pengguna memperoleh layanan yang diinginkan. Effendi (2020) menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan dompet elektronik dapat dibagi menjadi tiga aspek: manfaat ekonomi, kenyamanan, dan proses transaksi.

Sesuai dengan pendapat beberapa ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan yang dirasakan oleh pengguna suatu sistem yang dipercaya apabila kinerja sistem tersebut dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pengguna tersebut.

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2019), persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran keyakinan seseorang bahwa teknologi tersebut harus jelas untuk digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, namun harus mudah digunakan dan dioperasikan. Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan mendefinisikan tingkat harapan pengguna mengenai upaya yang diperlukan untuk menggunakan sistem. Dengan kata lain, penggunaan sistem tidak memerlukan banyak usaha. Hal ini akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem. Menurut Fadlan (2018), persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran bagaimana pengguna di masa depan memandang sistem bebas dari hambatan. Menurut Adzima & Ariyanti (2018), persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi tertentu mudah untuk digunakan. Menurut Widayati (2017), persepsi kemudahan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu terjadi tanpa usaha fisik dan mental. Kenyamanan didefinisikan oleh Nainggolan (2018) sebagai sejauh mana suatu produk atau jasa yang ditawarkan dirasakan relative mudah diperoleh dan dibeli tanpa hambatan yang rumit.

Berdasarkan beberapa peneliti di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha tambahan.

Kepercayaan

Menurut Almalis (2017), kepercayaan adalah sesuatu yang diyakini, adanya korelasi antara dua pihak, yang memungkinkan seseorang memahami dan yakin terhadap asumsi-asumsi atau hal-hal yang dianggap penting, serta melakukan suatu transaksi. Kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Keyakinan mengacu pada sugesti atau bukti pengalaman yang membantu kita memutuskan apakah akan mempercayai sesuatu (Kotler dan Keller 2012: 125). Menurut Jogiayanto (2019) kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Menurut Nur Isma & Rahmawati (2023) kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap apa yang diketahui sehingga menimbulkan pemikiran positif dan negatif tentang objek. Gefen (2002) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk membuat dirinya peka kedalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan.

Dapat disimpulkan dari beberapa peneliti diatas bahwa kepercayaan adalah suatu pemikiran individu dalam mengambil tindakan yang dipercaya dan memiliki keyakinan dalam menggunakan suatu sistem.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*fieldesearch*) dimana jenis penelitian ini secara khusus dan nyata digunakan untuk memecahkan persoalan atau fenomena-fenomena praktis yang timbul di masyarakat. Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekata kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk pengujian hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya dengan meneliti populasi dan sampel sesuai karakteristik yang sudah ditetapkan, data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, dan data yang analisis bersifat statistik yang dihasilkan dari observasi dan ukuran empiris.

Penelitian menggunakan data primer yang berasal dari sumber asli, didapat secara langsung oleh peneliti dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, berupa observasi melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Data dalam penelitian ini berupa

data hasil pengisian kuesioner oleh seluruh konsumen yang menggunakan aplikasi *E-Wallet*. Metode penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

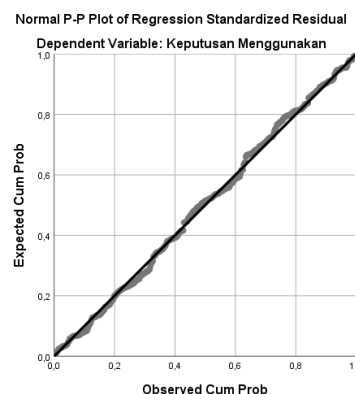
Deskripsi Data Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Starbuck yang menggunakan alternative pembayaran aplikasi *e-wallet*. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini menggunakan rumus Cochran sehingga hasil yang digunakan sebanyak 385 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan *google form* yang kemudian disebarakan kepada responden. Karakteristik dari pengumpulan data pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan.

Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019:29) Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, model independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dilakukan dengan cara analisis grafik menggunakan metode *Normal Probability Plot* dengan melihat perbandingan distribusi kumulatif yaitu plotting data residual dan distribusi normal yang membentuk garis lurus diagonal. Apabila arah garis mengikuti diagonal/grafik histogramnya, maka dapat dinyatakan data terdistribusi normal dan jika hasil data menyebar dan menjauhi garis histogram/garis diagonal maka dapat dilakukan data tidak terdistribusi normal.

Gambar Uji Normalitas



Sumber: Data Diolah SPSS (2024)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Probability Plot* yang menunjukkan bahwa plotting data residual mengikuti garis lurus diagonal/grafik histogramnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian parsial dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Keputusan pada uji t diambil berdasarkan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Hasil Uji t ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,933	1,126		9,710	,000
	Persepsi Manfaat	-,233	,033	-,173	-7,003	,000
	Persepsi Kemudahan	,088	,027	,081	3,268	,001
	Kepercayaan	2,055	,047	,916	44,069	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Hasil uji parsial pada tabel variabel X_1 yaitu Persepsi Manfaat mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar $-7,003$, t_{tabel} sebesar $1,966$ sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikansi Persepsi Kualitas $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Kesimpulannya diperoleh H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil uji parsial pada tabel variabel X_2 yaitu Persepsi Kemudahan mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,268, t_{tabel} sebesar 1,966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikansi Persepsi Kualitas $0,001 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Kesimpulannya diperoleh H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Hasil uji parsial pada tabel variabel X_3 yaitu Kepercayaan mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 44,069, t_{tabel} sebesar 1,966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikansi Persepsi Nilai $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Kesimpulannya diperoleh H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji Determinasi

Uji R^2 digunakan untuk mengukur kemampuan model lain dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Dilihat dari hasil uji menggunakan SPSS, didapat nilai sebagai berikut:

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,915 ^a	,837	,836	2,95047
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X11				

Sumber: Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pada tabel menunjukkan besarnya R 0,915 dan nilai Adjusted R Square adalah 0,837 atau 83,7 % yang berarti keputusan menggunakan dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 16,3 % dijelaskan oleh faktor diluar variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* sebagai alternatif pembayaran *Starbuck* di Madiun. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya ketidakpahaman pengguna terhadap manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *E-Wallet*. Selain itu pengguna mungkin tidak sepenuhnya memahami manfaat yang ditawarkan oleh *E-Wallet*, sehingga mereka tidak merasakan nilai tambah yang cukup besar untuk membuat keputusan menggunakan layanan tersebut. Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan

berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *E-Wallet* sebagai alternatif pembayaran *Starbuck* di Madiun. Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna lebih cenderung mengadopsi *E-Wallet* ketika mereka merasa bahwa penggunaan layanan tersebut mudah atau nyaman. Faktor ini mungkin menjadi salah satu determinan kunci dalam pengambilan keputusan pengguna terkait *E-Wallet*.

Saran bagi Peneliti dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel lain yang belum diteliti yang dapat mempengaruhi Keputusan Menggunakan. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan memilih objek yang lebih luas atau menggunakan variabel lain seperti Persepsi Resiko, E-Wom, dan Keamanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., Triana, N. N., & Nadeak, T. (2023). Pengaruh Kemajuan Teknologi, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (E-Wallet) Pada Konsumen Toko Pd Sahabat Pameungpeuk Garut. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7668-7677.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88-103.
- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat Di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 200-214.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital "OVO". *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 153-163.
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, risiko terhadap minat menggunakan ulang shopeepay di Surabaya. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(2), 97-108.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.

- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay di Kota Malang Saat Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Fitriyanti, E. D., Farida, E., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023, January). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* (pp. 441-449).
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 82-99.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.
- Mawardi, T. F. R., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3733-3741.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Akuntabel*, 17(2), 277-288.
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital Shopeepay. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 91-98.

- Putra, M. D. A., & Parmariza, Y. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(2), 164.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 561-588.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157-168.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Savitri, A., & Purwanti, I. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 194-201.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87-96.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.
- Widya, I. G. P. G. W., & Devi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Di Masa New Normal

(Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Denpasar). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(04), 1422-1433.