

Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap E-Wallet (Studi Kasus: Layanan ShopeePay Di Pekalongan)

Khoirul Fatah¹⁾, Muhammad Arifianto ²⁾

¹⁾Program Studi Sarjana Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan
Pekalongan,

²⁾ Program Studi Sarjana Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan
Pekalongan

khoirul.fatah@umpp.ac.id

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi kecenderungan pengguna layanan transaksi digital terhadap Financial Technology (Fintech) dengan Model e-Wallet ShopeePay di Pekalongan. Data primer dikumpulkan dengan metode kuesioner dan wawancara dari responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability (non-random) berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti dan dilakukan dengan metode purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan persepsi resiko penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-Wallet ShopeePay.

Kata kunci: Transaksi Digital, E-Wallet, Analisis Regresi

User Perception Of Digital Transaction Services On E-Wallet (Case Study: ShopeePay Service In Pekalongan)

Abstract

The study was conducted to analyze the factors that are the tendency of digital transaction service users to Financial Technology (Fintech) with the Shopee Pay E-Wallet Model in Pekalongan. Primary data was collected by using questionnaires and interviews with respondents. The sampling technique used was non-probability (non-random) based on the criteria determined by the researcher and carried out by purposive sampling method. The number of samples taken in this research was 90 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics 24 application. The results of this study indicate that convenience, trust, and perceived risk of use have a positive and significant effect on the intention to use the ShopeePay e-wallet.

Keywords: Digital Transaction, E-Wallet, Regression Analysis

PENDAHULUAN

Financial technology (FinTech) dengan ragam inovasi yang semakin beragam mendorong perubahan besar pada industri keuangan Indonesia, dan perubahan ekonomi mikro dapat dilihat di berbagai pelosok nusantara (Rahmatika & Fajar, n.d.). Fintech memberikan kontribusi besar untuk mempercepat cakupan layanan

keuangan (David Kristian Paath, 2019). Fintech telah membuat transaksi keuangan menjadi lebih aman, modern, terkontrol dan nyaman (Sulistiyowati et al., n.d.). Hal ini didukung pemerintah melalui adanya regulasi yang ditetapkan Bank Indonesia (BI) Nomor 18/40/PB/2016. Ini tentang implementasi pemrosesan transaksi pembayaran menggunakan sistem inovasi FinTech untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kita sebagai pengguna pembayaran. Sektor jasa sistem dan sektor industri, infrastruktur dan sarana lainnya (David Kristian Paath, 2019). Munculnya dompet elektronik telah dicita-citakan oleh sebagian kalangan masyarakat karena banyaknya keuntungan dan manfaat yang ditawarkannya (Sulistiyowati et al., n.d.). Namun, masih banyak orang yang menggunakan uang tunai 100% dalam kehidupan sehari-hari. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengadopsi sistem pembayaran *e-Wallet* agak terlambat dibandingkan dengan negara lain yang mengadopsi *e-Wallet* jauh lebih awal. Berbagai manfaat yang ditawarkan oleh produk *e-Wallet* (Prakosa & Jati Wintaka, 2020).

Menjadi penting untuk dikaji dalam konteks kepentingan masyarakat, khususnya para pelaku UMKM pengguna *e-Wallet*. Pemilihan dan penggunaan *e-Wallet* didasarkan pada minat individu dalam penggunaannya. Niat menggunakan adalah keinginan atau angan-angan individu untuk melakukan sesuatu dan dilandasi oleh sikap. Ketertarikan seseorang dalam memutuskan untuk menggunakan *e-Wallet* dipengaruhi oleh persepsi seperti: Misalnya: (1). Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) *e-Wallet* adalah persepsi pribadi ketika menilai apakah *e-Wallet* mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam bertransaksi. (2). Manfaat yang dirasakan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa yakin pengguna bahwa teknologi dan sistem mendukung kinerja aktivitas mereka. (3). Kepercayaan yang dirasakan dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan apakah seseorang menggunakan sesuatu. Orang-orang yang yakin informasi dan aset pribadinya aman dalam sistem *e-Wallet* juga meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan *e-Wallet*. Hal ini juga merupakan hal baru yang masih dianggap aman oleh sebagian masyarakat, mengingat metode pembayaran *cashless* belum sepenuhnya digunakan untuk bertransaksi di seluruh masyarakat (4). Risiko yang dirasakan adalah persepsi individu tentang kemungkinan bahwa sesuatu yang tidak terduga akan terjadi atau harapan tidak akan terpenuhi ketika menggunakan sesuatu. Keempat persepsi tersebut diyakini peneliti sebagai persepsi dasar yang digunakan dan dijadikan sebagai pertimbangan utama dalam memutuskan penggunaan *e-Wallet* (David Kristian Paath, 2019).

Kehadiran FinTech yang berkembang pesat menjadi peluang sekaligus tantangan terbesar bagi Indonesia saat ini (Biduri et al., 2021). Dalam hal ini, tugas para pelaku *e-commerce* dan *start-up*, termasuk UKM sebagai pemain sentral dalam ekonomi digital, adalah mengadopsi teknologi layanan keuangan yang terukur dan dapat dihitung. Saat ini terdapat 96 layanan keuangan FinTech yang tumbuh dan berkembang di Indonesia, antara lain *Gojek*, *Uber*, *Grab*, *Modalku*, *Friends Money*, *Shopee*, *OVO* dan *LinkAja*. Temuan *Snapcart* didasarkan pada data jumlah pengguna per Maret 2021. gunakan (76%), diikuti oleh *Gopay* (57%), *Ovo* (54%), *Dana* (49%) dan *LinkAja* (21%) (Rahmatika & Fajar, n.d.).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkontribusi signifikan terhadap proses pertumbuhan ekonomi Indonesia (Irianto, 2020). Keberhasilan UMKM sangat bermanfaat bagi perekonomian Indonesia (Harris, 2021). Pemangku kepentingan UMKM lebih mandiri daripada pasif dan dapat menghasilkan ide untuk

mengembangkan usaha (Amanda et al., 2017). UMKM Pekalongan khususnya sektor makanan dan minuman kini mulai mengadopsi pembayaran *e-wallet*. Dari segi faktor pendorong minat menggunakan *e-wallet*, sangat menarik untuk mengkaji pilihan dan pengalaman para pelaku UMKM saat menggunakan *e-wallet* (Wulandari & Sumadi, 2020). Dalam dunia bisnis, teknologi informasi memegang peranan penting bagi para pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan (Hetika & Faidah, 2020).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Studi Populasi sampel

adalah domain umum yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan kesimpulan yang diambil dari mereka. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengguna pembayaran *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik target sampling untuk menentukan sampel penelitian. Menurut (Jogiyanto, 2016), sampling bertarget adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna *e-Wallet ShopeePay* Kota Pekalongan yang mengetahui dan pernah menggunakan *e-wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan.

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis (Rukajat, 2018). Survei ini merupakan survei dengan menyebarkan kuesioner. Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori-teori sebelumnya yang terdapat perbedaan cara untuk menemukan dasar model penerimaan teknologi. Variasi model merupakan variabel eksternal yang mempengaruhi kegunaan dan kegunaan pembayaran *e-Wallet ShopeePay*. Model yang dikembangkan dengan mengadopsi model TAM asli dan dirancang oleh (Davis et al., 1989) Dengan dikembangkannya model penerimaan teknologi oleh (Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred D., 2000), dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi Kemudahan Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H2: Persepsi Kepercayaan Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H3: Persepsi Risiko Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H4: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini yang berjenjang memerlukan suatu analisis informasi statistik yang sangat cocok adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan bantuan *software* SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil responden sebanyak 100 responden yang dijadikan sampel dengan pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Dari 90 kuesioner yang disebar terdapat 10 kuesioner yang tidak layak dikarenakan

kuesioner diisi dengan asal-asalan selain itu juga terdapat responden yang belum pernah menggunakan *e-Wallet ShopeePay* akan tetapi mengisi kuesioner sampai selesai, sehingga didapatkan jumlah responden yang layak sebesar 90 responden sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji keandalan suatu alat ukur, yaitu sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur yang seharusnya hendak diukur. Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur dengan 21 item pernyataan yang terdiri dari 4 item pernyataan untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan, 5 item untuk mengukur variabel sikap, 5 item untuk mengukur variabel persepsi kontrol perilaku dan 7 item untuk mengukur minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sepuluh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan dinyatakan semuanya valid hal tersebut dikarenakan semua nilai *r*-hitung > *r*-tabel dengan signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan 30 responden cara mengujinya dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 maka item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali,2014). Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang ada dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan kembali dalam penelitian selanjutnya. Berikut adalah hasil uji reliabilitas.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
kemudahan penggunaan	0,938	reliabel
sikap	0,936	reliabel
persepsi kontrol perilaku	0,939	reliabel
penggunaan <i>e-Wallet ShopeePay</i>	0,938	reliabel

Sumber: data diolah

Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kemudahan penggunaan (X1), sikap (X2), dan persepsi kontrol perilaku (X3) terhadap variabel minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* (Y).

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig	Kesimpulan
kemudahan penggunaan (X1)	0,259	1,913	0,059	Signifikan
sikap (X2)	0,607	4,816	0,000	Signifikan
persepsi kontrol perilaku (X3)	0,142	1,200	0,234	Signifikan
Konstanta	: 8,855			
<i>Adjusted R Square</i> : 0,611				
F: 47,593		<i>Sig f</i> : 0,000		
Variabel dependen: penggunaan <i>e-Wallet ShopeePay</i>				

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel di atas maka perumusan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 8,855 + 0,259 X_1 + 0,607 X_2 + 0,142 X_3$$

Pengujian hipotesis pertama (H1)

Pada tabel menunjukkan bahwa variabel Kemudahan penggunaan memiliki koefisien regresi 0,259 yang bernilai positif, yang berarti bahwa Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sedangkan tingkat signifikannya sebesar 0,059 yaitu < dari 0,05 yang berarti bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis kedua (H2)

Pada tabel dapat dilihat bahwa variabel sikap memiliki koefisien regresi 0,607 yang bernilai positif, yang memiliki arti bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sedangkan tingkat signifikannya sebesar 0,000 yaitu < dari 0,05 yang berarti bahwa Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Pada tabel menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku memiliki koefisien regresi 0,236 yang bernilai positif, yang memiliki arti bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sedangkan tingkat signifikannya sebesar 0,234 yaitu < dari 0,05 yang berarti bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis keempat (H4)

Uji F untuk menguji apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel independen kemudahan penggunaan (X1), sikap (X2) dan persepsi kontrol perilaku (X3) terhadap variabel dependen minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* (Y). Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil analisis pada uji Anova memiliki koefisien F sebesar 47,593 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi R² yang terlihat pada tabel menunjukkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,611 yang berarti bahwa 61,1% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam penelitian ini dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Atau dengan kata lain variabel kemudahan penggunaan (X1), sikap (X2) dan persepsi kontrol perilaku (X3) memiliki pengaruh sebesar 61,1 persen terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* dan sisanya 38,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet*

ShopeePay, yang berarti bahwa nilai minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* akan semakin tinggi seiring meningkatnya nilai kemudahan penggunaan dan sebaliknya. Hipotesis pertama berarti terdukung. Pendapat Rithmaya (2006) bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh (Davis et al., 1989) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penerimaan sistem dari pengguna. Saat aplikasi mudah dipelajari maka aplikasi tersebut dapat dikatakan akan mendorong seseorang untuk menggunakannya kembali. Hipotesis kedua dalam penelitian ini juga terdukung yaitu terdapat pengaruh sikap terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan (Muhammad Nuril Falah, 2021) yaitu sikap berpengaruh terhadap minat *e-Wallet ShopeePay* menggunakan internet banking. Sejalan dengan teori yang diungkapkan (Davis et al., 1989) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi dan membentuk sikap konsumen dalam menggunakan sebuah sistem. Dapat disimpulkan bahwa sebuah aplikasi harus mampu menciptakan sebuah sistem yang benar-benar memberikan manfaat untuk menambah kinerja pengguna. Variabel persepsi kontrol perilaku adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* dibandingkan dua variabel lain yaitu kemudahan penggunaan dan sikap. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistyowati et al., n.d.) yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan kembali jasa *Shopee*. Persepsi kontrol perilaku positif sebagai dasar munculnya niat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* karena perilaku mengkonsumsi kembali sebuah produk atau jasa timbul sebagai akibat perilaku mengkonsumsi di masa lampau. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X1), sikap (X2) dan persepsi kontrol perilaku (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* (Y) ini membuktikan bahwa hipotesis keempat terdukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, sikap, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk menguatkan teori yang sudah ada dan dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya. Berkenaan dengan pengaruh kemudahan penggunaan, sikap dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* didapatkan hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Bagi para praktisi, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *start-up* atau startup lain ketika ingin membuat sebuah sistem atau aplikasi agar memperhatikan *usability* terkait dengan *usability* dari sistem atau aplikasi tersebut. Aplikasi yang bagus adalah aplikasi yang mudah digunakan bahkan untuk orang normal sekalipun. Apakah aplikasi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan mempermudah pekerjaan serta meningkatkan kinerja penggunanya. Selain itu, sistem atau aplikasi tersebut harus mampu menciptakan pemahaman manajemen perilaku yang efektif bagi para penggunanya. Gagasan kontrol perilaku yang luar biasa ini berasal dari perasaan menggunakan aplikasi secara langsung, baik dalam hal antarmuka maupun kinerja. Jika semua elemen ini dapat diimplementasikan, minat untuk menggunakan kembali aplikasi akan meningkat, yang mengarah ke lebih banyak penggunaan aplikasi.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan variabel penelitian dapat lebih diperluas sehingga tidak terbatas pada keramahan pengguna, sikap dan persepsi kontrol perilaku. Penulis sendiri menyarankan untuk menambahkan variabel persepsi risiko dan keamanan sebagai variabel independen. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem atau aplikasi tersebut. Selain itu peneliti menyarankan agar objek penelitian tidak hanya terbatas pada *e-wallet ShopeePay* saja, tetapi dapat juga menggunakan objek *e-wallet* lainnya.

REFERENSI

- Amanda, K. R., Ekonomika, F., Kristen, J. A., & Wacana, S. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM (Pendekatan Theory of Planned Behavior)*. 9(1), 23–33.
- Biduri, S., Hariyanto, W., Loekitasari, S., & Irma Suryani, A. (2021). APAKAH PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) BERPENGARUH TERHADAP INTENTION TO USE E-MONEY? In *Jurnal Akuntansi Integratif* (Vol. 7, Issue 1).
- David Kristian Paath, R. M. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto). *Jurnal Humansi*, 2(2), 38–45.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Harris, Y. (2021). *Determinan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UKM Di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru*. 10(1), 165–178.
- Hetika, & Faidah, Y. A. (2020). Aplikasi Akuntansi Berbasis Android Untuk Menyusun Laporan Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus pada Usaha Konveksi “Very Convection”). *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 9(1), 54–61. <http://www.ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/1686>
- Irianto, B. S. (2020). Mediasi Sikap Pada Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Ukm Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 1–13.
- Jogiyanto, H. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6. In *Yogyakarta: BPFE*. BPFE.
- Muhammad Nuril Falah. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Prakosa, A., & Jati Wintaka, D. (2020). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal Of Business and Management ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ULANG E-WALLET PADA GENERASI MILENIAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (Vol. 3, Issue 1).
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY: INTEGRASI MODEL TAM-TPB DENGAN PERCEIVED RISK*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (p. 170). Deepublish.

- Sulistyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (n.d.). *Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital*. <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>
- Wulandari, I. R., & Sumadi, S. (2020). ANALYSIS OF BEHAVIOR USING E-MONEY WITH A TAM APPROACH (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 24. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.10861>