

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN  
PENGALAMAN TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN SISTEM  
PEMBAYARAN *E-WALLET***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Disusun Oleh:**

**Arles Paulus**

**2118 30380**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2022**

# HALAMAN PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN *E-WALLET*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ARLES PAULUS**

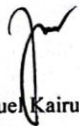
No Induk Mahasiswa: 211830380

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 19 Mei 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing



Daniel Joel Immanuel Kairupan, S.AB., M.B.A.

Penguji



Heni Kusumawati, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 19 Mei 2022  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan pengalaman terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Model penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna e-wallet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan luar Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dalam bentuk google form dengan kriteria responden yaitu usia 10 tahun sampai dengan 25 tahun dan telah menggunakan e-wallet untuk bertransaksi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan software SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan pengalaman terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan, persepsi keamanan, pengalaman, minat penggunaan, e-wallet.

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat perekonomian di Indonesia menjadi lebih maju, hal tersebut terjadi karena adanya inovasi – inovasi yang baru contohnya dalam sistem pembayaran. Pada awalnya sistem pembayaran hanya menggunakan pembayaran tunai, namun berkembangnya teknologi perlahan membuat pembayaran dapat juga dilakukan secara cashless atau non tunai. Badan pusat statistik (BPS) mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia per September 2020 adalah sebesar 270,20 jiwa. Generasi Z atau biasa disebut generasi digital lahir antara 1997-2012

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

disaat internet telah berkembang pesat, generasi ini juga memiliki karakteristik seperti memiliki ambisi besar untuk sukses, berperilaku instan, cinta kebebasan, percaya diri, menyukai hal secara detail, mengharapkan memiliki pengakuan, terbiasa dalam digital dan teknologi informasi. Seiring perubahan yang terjadi di bidang ekonomi, membuat kebiasaan pada generasi Z yang mulanya saat berbelanja harus saling bertatap muka dengan penjual namun dengan perubahan yang terjadi pada sistem pembayaran, sekarang berbelanja dapat dilakukan secara online dan transaksinya menggunakan sistem e-wallet.

Survei yang dilakukan Kandence Internasional dengan judul “Digital Payment and Financial Services Usage and Behavior in Indonesia” yang rilis pada Agustus 2021, berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa e-wallet yang paling banyak digunakan responden diurutkan pertama yaitu OVO (31%), kemudian GoPay (25%), ShopeePay (20%), DANA (19%), dan LinkAja (4%). Pengujian yang dilakukan juga dapat menunjukkan untuk pengguna online OVO dan GoPay paling banyak digunakan untuk pemesanan makanan, sedangkan ShopeePay digunakan untuk belanja online di e-commerce, dan untuk DANA dan LinkAja digunakan sebagai pembayaran tagihan dan topup pulsa. Penggunaan e-wallet OVO banyak digunakan pada usia produktif yaitu usia antara 25 sampai 45 tahun. Sedangkan GoPay dan ShopeePay lebih banyak digunakan pada usia muda yaitu usia antara 18 sampai 24 tahun dengan pengguna GoPay didominasi oleh laki-laki dan untuk pengguna ShopeePay didominasi oleh perempuan. Persepsi kemudahan seseorang didasarkan pada keyakinannya bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak pekerjaan atau usaha yang digunakan. Namun meskipun e-wallet mudah digunakan, ada risiko yang bisa terjadi seperti penggunaan kode sandi satu kali, atau OTP (Kode Sandi Satu Kali), merupakan risiko keamanan yang paling rentan dan tidak diketahui yang dihadapi pengguna. Pengalaman merupakan bagian

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penting dari kehidupan konsumen. Konsumen percaya bahwa menggunakan jasa atau produk harus memiliki pengalaman yang mengesankan. Konsumen juga mempertimbangkan pengalaman yang mereka miliki saat mengonsumsi suatu produk atau jasa ketika memutuskan produk atau jasa mana yang akan dikonsumsi selanjutnya.

## **Pemasaran**

Kairupan & Yovanda (2021) menambahkan bahwa pemasaran harus dilakukan dengan menggunakan konsep yang modern dengan lebih berorientasi pada pasar dan konsumen. Untuk memperkuat keyakinan konsumen akan produk yang ditawarkan, maka manajemen perusahaan perlu merancang strategi yang tepat agar dapat mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru. Misalnya dengan cara melakukan promosi secara tidak langsung dan memperluas jaringan pelanggan yang telah loyal.

## **Pemasaran digital**

Digital marketing adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan betapa pesatnya perkembangan jaringan internet yang mengakibatkan revolusi informasi di era digital, yang mampu mentransformasi berbagai aspek kehidupan, khususnya di bidang pemasaran (digital marketing). Internet di era pemasaran digital ini berfungsi sebagai saluran distribusi untuk komunikasi dan informasi pemasaran.

## **TAM (Technology Acceptance Model)**

Technology Acceptance Model (TAM) disusun oleh Davis (1989) yang berfungsi untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang digunakan oleh pengguna teknologi. Konsep ini membantu sikap dan penerimaan seseorang terhadap perubahan teknologi, sehingga mampu memberikan informasi mengenai pendorong sikap individu tersebut. Kajian teori pada TAM,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

meliputi minat seseorang pada saat menggunakan teknologi informasi yang ditentukan berdasarkan beberapa faktor. Faktor tersebut salah satunya adalah persepsi kemanfaatan, dimana tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat berpengaruh juga terhadap meningkatnya kinerja. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keadaan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mampu menyelesaikan berbagai macam pekerjaan.

## **Pembayaran tunai**

Pembayaran tunai yaitu pembayaran yang dilakukan oleh pembeli suatu barang atau jasa kepada penjual dalam bentuk uang kertas atau koin mata uang negara. Saat ini, uang tunai masih menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini terdapat beberapa masalah dengan pembayaran tunai salah satunya adalah tidak efisien, ini karena biaya untuk pengadaan dan pengelolaan uang tunai tinggi, belum lagi antrian diloket saat ingin mengambil uang atau melakukan transaksi pembayaran.

## **Pembayaran non-tunai**

Efisiensi dan kecepatan menjadi semakin penting seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi. Hadirnya sistem atau alat pembayaran non-tunai misalnya. Penggunaan alat pembayaran non-tunai sebagai akibat kemajuan teknologi memungkinkan transaksi keuangan dapat dilakukan tanpa memerlukan uang tunai atau bertemu langsung antara penjual dan pembeli, karena sistem pembayaran non-tunai lebih murah dan memiliki harga yang lebih rendah dari pada transaksi tunai, serta dengan transaksi non-tunai dapat meningkatkan produktivitas ekonomi.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **E-wallet**

E-wallet merupakan alat pembayaran secara digital yang dalam penggunaannya dapat memberikan rasa aman, nyaman, dan cepat untuk konsumen dan dengan adanya e-wallet semua orang dapat melakukan transaksi di manapun mereka berada. Kebanyakan konsumen selalu menggunakan smartphone dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dengan semakin banyaknya pengguna smartphone, para pelaku bisnis akhirnya berinovasi dengan menggunakan smartphone sebagai perantara untuk menggunakan e-wallet mereka. Uang elektronik atau e-wallet memiliki risiko yang harus diperhatikan pengguna yaitu:

1. Risiko kehilangan, pencurian atau penyalahgunaan uang elektronik oleh orang yang tidak dikenal, uang elektronik juga dapat dicuri atau hilang seperti uang tunai.
2. Sering terjadi risiko disebabkan oleh konsumen yang belum paham cara bagaimana menggunakan e-wallet.

## **Persepsi kemudahan**

Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai keyakinan bahwa tidak ada usaha yang diperlukan ketika seseorang menggunakan sistem teknologi informasi yang ada. Persepsi ini bertujuan untuk memastikan bahwa penggunaan sistem teknologi informasi dapat meningkatkan produktivitas konsumen dalam melakukan pekerjaan sehari-hari. Teknologi yang digunakan konsumen harus jelas dan mudah digunakan. Selain itu, karena teknologinya mudah dipelajari, maka harus mudah dipahami, dan prosedurnya harus jelas agar teknologinya mudah digunakan. Sehingga membuat konsumen merasa lebih mudah dalam menggunakan teknologi tersebut.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Persepsi keamanan**

Persepsi keamanan diartikan sebagai bentuk keyakinan yang terdapat dalam diri individu mengenai tingkat keamanan yang diperoleh dari penggunaan sistem teknologi. Keamanan dan kerahasiaan adalah landasan dari setiap transaksi yang melibatkan pertukaran informasi pribadi. Pertimbangan keamanan dan privasi adalah satu-satunya faktor terpenting dalam meyakinkan pelanggan untuk menggunakan e-wallet. Dengan persepsi ini memungkinkan seseorang untuk dapat percaya terhadap penggunaan atau pemanfaatan sistem teknologi informasi yang pastinya sudah dinilai aman.

## **Pengalaman**

Pengalaman menggunakan layanan atau produk membentuk penilaian konsumen terhadap layanan atau produk, seperti kualitas layanan dan kemudahan akses. Evaluasi ini kemudian membangun kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa yang sebelumnya dirasakan. Pengalaman adalah salah satu dari sejumlah interaksi antar individu yang terjadi ketika mereka berinteraksi dengan suatu produk atau perusahaan yang dapat menghasilkan reaksi positif atau negatif.

## **Minat penggunaan**

Minat adalah proses menerima rangsangan atau dorongan dari suatu objek atau produk yang terlihat, membuat konsumen menjadi tertarik pada objek tersebut, dan pada akhirnya menimbulkan keinginan atau niat untuk mendapatkan dan membeli objek tersebut. Minat yang di timbulkan dari rangsangan dapat mempengaruhi seberapa kuat keinginan atau dorongan konsumen dalam memutuskan untuk bertransaksi menggunakan e-wallet. minat penggunaan merupakan minat dalam menggunakan sebuah sistem yang muncul karena adanya keyakinan



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

akan suatu sistem yang digunakan. Minat penggunaan merupakan sikap yang berhubungan dengan keinginan dan ketertarikan seorang pengguna dalam menggunakan suatu teknologi tertentu.

## **Pembahasan**

1. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel persepsi kemudahan menghasilkan koefisien regresi yang positif sebesar 0,284 serta nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu sebesar 0,000 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar  $3,869 > 1,975$ . Hal ini berarti bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Artinya semakin mudah menggunakan atau mengoperasikan e-wallet untuk bertransaksi, maka semakin tinggi juga minat masyarakat generasi Z yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non-tunai. Maka hipotesis pertama penelitian ini terbukti.

2. Variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel persepsi keamanan menghasilkan koefisien regresi yang positif sebesar 0,092 serta nilai signifikansi lebih besar dari  $> 0,05$  yaitu sebesar 0,174 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar  $1,366 < 1,975$ . Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Maka hipotesis kedua pada penelitian ini tidak terbukti. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Novalianti (2019), menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Pada penelitiannya juga menjelaskan bahwa konsumen sudah percaya dan yakin sepenuhnya terhadap kemampuan e-wallet dalam mengelola dan menjaga data pribadi konsumen dengan baik.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Variabel pengalaman berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel pengalaman memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel sebesar  $3,869 > 1,975$ , serta menghasilkan koefisien regresi yang positif sebesar 0,284. Hal ini berarti bahwa pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Artinya semakin banyak pengalaman yang di rasakan konsumen maka semakin tinggi juga minat masyarakat generasi Z untuk bertransaksi menggunakan e-wallet dari sistem pembayaran tunai menjadi non-tunai. Maka hipotesis ketiga penelitian ini terbukti.

## **Kesimpulan**

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Artinya, semakin mudah dalam mengoperasikan aplikasi e-wallet untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat generasi Z yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non-tunai, yaitu menggunakan e-wallet dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Hal ini bahwa e-wallet harus meningkatkan teknologi yang mudah dipelajari, mudah dipahami, mudah dikontrol, dan harus mudah digunakan supaya konsumen tertarik dalam bertransaksi menggunakan e-wallet.

2. Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Artinya keamanan sendiri bukan faktor utama yang menjadi pengaruh minat penggunaan e-wallet pada generasi Z, konsumen sendiri sudah merasa yakin dan percaya pada e-wallet dalam mengelola data dan menyimpan data konsumen.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada generasi Z. Artinya, semakin baik pengalaman yang di rasakan konsumen melakukan transaksi pada e-wallet maka semakin tinggi pula minat generasi Z yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non-tunai yaitu dalam menggunakan aplikasi e-wallet sebagai alat transaksi sehari-hari. Hal ini bahwa aplikasi e-wallet perlu meningkatkan kualitas layanan atau produk yang diberikan dari segi kualitas layanan, kemudahan akses yang menarik sehingga memberikan kesan positif yang dapat membuat konsumen melakukan transaksi berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astarina, I. G. A., Giantari, I. G. A. K., & Kerti Yasa, N. N. (2017). Peran kepercayaan memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali jasa Go-Jek di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Agung, A. A., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pengguna Pada Layanan Aplikasi E-wallet Gopay (studi Pada Generasi Z di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(6).
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 134-148.
- Alif, M. S., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia. *AUTOMATA*, 2(1).
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePAY di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97-108.
- Brahanta, & Wardhani. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePAY di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97-108. <https://doi.org/10.30656/SM.V7I2.3580>.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. 13(3): 319-339.
- <https://bisnis.tempo.co/read/1500581/survei-dompet-digital-terpopuler-ovo-gopay-shopeepay-dana-atau-linkaja>
- <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Humairoh, H., Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64-81.
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(1), 68-74.
- Kademaunga, C. K., & Phiri, J. (2019). Factors Affecting Successful Implementation of Electronic Procurement in Government Institutions Based on the Technology Acceptance Model. *Open Journal of Business and Management*, 7(04), 1705.
- Kairupan, Daniel. J. I., dan Yovanda, O. A. (2021). Pengaruh Hubungan Masyarakat, Periklanan, dan Word of Mouth Terhadap Kesadaran Merek Produk UMKM: Studi Kasus Pada Toko X Café and Bakery. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Legris, P., Ingham, J., dan Colletette, P. 2003. "Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model." *Journal of Information & Management* 40: 191–204.
- Liliani, P. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Niat Pengguna Pada Gopay Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 44-60.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63-69.
- Obonyo, Moses. 2011. "Experiential Marketing, Experiential Value, Purchase Behavior, and Loyalitas in The Telecoms Industry." Research Dissertation for The Award of Master of Science in Marketing. Uganda: Makerere University.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Flazz BCA). Diakses pada <http://lontar.ui.ac.id>.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., . . . Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and Social Media Marketing, Emerging Applications and Theoretical Development. Gewerbestrasse: Springer Nature Switzerland.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Journal Of Economics And Banking*. Http://182.253, 197.
- Rahman, J. N., & Arwiyah, M. Y. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Memakai Dana Dompot Digital Pada Masyarakat Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Rahardjo, B. (2005). Keamanan sistem informasi berbasis internet. *Bandung: PT. Insan Indonesia*.
- 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.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62.
- Suandana, N. P. W., Rahyuda, K., & Yasa, N. n. K. 2014. Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10, 85-97
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Menurut Sugiyono 2017*. Statistical Field Theor.
- Sugiyono. (2016). Definisi dan Operasional Variabel Penelitian. *Definisi Dan Operasional Variabel Penelitian*.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23-44.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113-119.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Juhri, K., & Dewi, C. K. 2017. Kepercayaan dan penerimaan layanan mobile money t-cash di Bandung dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Probisnis*, 10(1).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Yudistira, B., Djaelani, A. K., & ABS, M. K. (2021). Pengaruh Pembayaran Tunai Dan Non Tunai Terhadap Motivasi Kerja Driver Grab Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(07).

Yuniarti, Rina., dkk. (2021). *Kinerja Karyawan Tinjauan Teori dan Praktis*. Penerbit Widina: Bandung

Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka. com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343.

Jogiyanto, H.M. 2009. *Ssistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Joseph, Thomas. 2011. *Apps - The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

