

**PENGARUH KEMANFAATAN, RESIKO, DAN FITUR
LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY*
(PADA MAHASISWA STIENAS BANJARMASIN PENGGUNA
E-MONEY)**

Rakhmi Ridhawati¹

Hanifah²

Rahmalia³

rakhmiridhawati51@gmail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN

Abstract,

This study aims to empirically proved the effect of perceived benefits, risks and service features on the interest in using ShopeePay among students majoring in Accounting at STIE Nasional Banjarmasin.

The method used in this study is a quantitative method. The population in this study were all accounting students at STIENAS Banjarmasin, totaling 378, with a total of 100 respondents.

The results showed that perceptions of benefits, risks and service features had a partial and simultaneous effect on interest in using ShopeePay among students majoring in Accounting

Keywords: Perceived Benefits, Risks, Service Features, Interests

Abstrak,

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi manfaat, risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalahn seluruh mahasiswa akuntansi STIENAS Banjarmasin yang berjumlah 378, dengan jumlah responden sebanyak 100.

Hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat, risiko dan fitur layanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Risiko, Fitur Layanan, Minat

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan banyak perubahan yang terjadi termasuk pada pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Instrumen atau alat dalam pembayaran sudah mengalami perubahan-perubahan yang dimulai dari alat pembayaran dalam bentuk tunai berupa logam dan kertas konvensional, kini telah berkembang dalam bentuk yang lebih praktis yaitu alat pembayaran elektronik. Contoh bentuk uang sebagai instrumen pembayaran yang sedang berkembang adalah uang elektronik (E-Money). E-money adalah alat pembayaran digital berupa uang yang tersimpan dalam media elektronik tertentu.

Bi.go.id menyebutkan “secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.” E-money merupakan salah satu hasil dari perkembangan FinTech yang bisa dirasakan saat ini oleh masyarakat.

Pemanfaatan e-money saat ini telah meluas di kalangan masyarakat, tidak terkecuali mahasiswa STIENAS. Sudah banyak mahasiswanya yang menggunakan E-Money sebagai alat dalam bertransaksi, karena lebih efektif dan efisien setiap penggunaannya, dan penggunaan aplikasinya juga mudah diunduh di smartphone apa saja. Contohnya membeli kebutuhan sehari-hari di aplikasi Shopee dan antar jemput ke kampus dengan aplikasi Gojek. Shopee sendiri memiliki fitur yang namanya ShopeePay. ShopeePay adalah fitur E-Money yang disediakan Shopee untuk alat pembayaran transaksi. Sementara aplikasi Gojek menggunakan fitur Gopay.

ShopeePay dan GoPay ini sama-sama alat pembayaran yang disediakan untuk bertransaksi selama saldo yang digunakan ada. Cara mengisi saldo nya pun cukup mudah hanya dengan di transfer lewat bank ataupun mengisi di counter yang menyediakan jasa pengisian saldo ShopeePay ataupun GoPay. Dengan hal ini mengundang banyak pengguna khususnya mahasiswa

STIENAS jurusan akuntansi yang penasaran akan cara kerja dalam sebuah aplikasi E-Money tersebut. Minat pemanfaatan e money tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel misalnya kemanfaatan, risiko dan fitur layanan.

Penelitian ini ingin membuktikan secara empiris apakah kemanfaatan, risiko dan fitur layanan mempengaruhi minat penggunaan E-money pada mahasiswa STIE nasional Jurusan Akuntansi. Untuk melakukan pembuktian, maka digunakan teori TAM. Sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya-upaya yang diperlukan untuk mendorong kemauan untuk menggunakan teknologi.

Technology Acceptance Model

Menurut Davis et al (1989: 319): (Technology Acceptance Model) yang merupakan suatu basis teori yang mendasari dan memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Parsimoni

adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan hemat dalam menyusun asumsi atau hipotesis yang berarti juga pembuktian.

E-Money

E-Money bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi, terutama untuk transaksi berskala kecil. Keuntungan-keuntungan yang ditawarkan E-Money menjadi suatu hal positif yang berdampak pada minat untuk menggunakan fasilitas E-Money tersebut. Kemudahan dan manfaat yang ditawarkan produk E-Money dapat berdampak pada peningkatan minat penggunaannya.

Minat Pengguna

Menurut Setyanto (2011:12) minat menggunakan E-Money secara online dapat diartikan “frekuensi (seberapa sering pengguna menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan dalam bertransaksi secara online melalui layanan E-Money. Menurut Ferdinand dan Dwityanti (2008:21) minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut yaitu:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk menggunakan sistem E-Money.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan E-Money kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada E-Money tersebut.
4. Minat eksploratif, ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai E-Money yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari E-Money tersebut.

Ketika sebuah produk memiliki kemudahan dan manfaat ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu juga produk E-Money, ketika produk ini memiliki kemudahan dan manfaat yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomian, maka

masyarakat memutuskan untuk menggunakan produk E-Money.

Manfaat Penggunaan Teknologi

Menurut Jogyianto (2007:114) “persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya”. Menurut Wijaya dalam Almuntha (2008:14) persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas pengguna.
2. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna.

Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna. Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan e-money adalah Risiko.

Risiko

Menurut Pavlou (2001:10) “risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi” Terdapat beberapa dimensi risiko

menurut Featherman dan Pavlou (2004: 3), yaitu sebagai berikut :

- a. Privasi (*privacy risk*)
Kemungkinan informasi pribadi pengguna sistem diakses oleh pihak lain tanpa izin.
- b. Risiko keseluruhan (*overall risk*)
Terjadinya Risiko secara umum.
- c. Performa (*performance risk*)
Terjadinya kurang berfungsinya sistem secara optimal.
- d. Finansial (*financial risk*)
Terjadinya kesalahan perhitungan tagihan sehingga pengguna mengalami kerugian finansial.

Fitur Layanan

Fitur layanan dapat mempengaruhi minat penggunaan e-money. Menurut Poon dalam Pranidana (2011:22) terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem E-Money yaitu:

- (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa;
- (2) keberagaman layanan transaksi;
- (3) keberagaman fitur;
- (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan

produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan jenis data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi STIE Nasional Banjarmasin berjumlah 390 orang. Sampel pada penelitian ini dipilih menggunakan metode nonprobability sampling yaitu purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dengan kriteria mahasiswa akuntansi pengguna ShopeePay, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan rincian sebagai berikut: Berikut ini kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa akuntansi yang aktif semester ganjil 2021-2022 sebanyak 390 orang.
2. Mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi yaitu mahasiswa semester 5, 7, dan 9 sebanyak 269 orang.

3. Mahasiswa yang mempunyai smartphone dan pengguna ShopeePay sebanyak 100 orang.

Pemecahan masalah diawali dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel setiap indikator dari variabel minat penggunaan

ShopeePay (Y) dinyatakan valid, karena semua item pertanyaan pada kedua variabel tersebut memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$ pada tabel Pearson Correlation. Begitu dengan variabel manfaat, risiko dan fitur layanan. Sementara untuk uji reliabilitas, semua item pertanyaan pada keempat variabel diperoleh hasil yang reliabel, dimana nilai cronbach alpha $> 0,6$.

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
Normalitas Kolmogorov Smirnov (Data setelah outlier)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,91452019
Most Extreme Differences	Absolute		,127
	Positive		,127
	Negative		-,095
Test Statistic			,127
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,072 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,065
		Upper Bound	,079

Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, maka disimpulkan data berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,436	,881		,495	,621		
Total_X1	,210	,089	,230	2,364	,020	,467	2,144
Total_X2	,307	,109	,255	2,821	,006	,541	1,849
Total_X3	,312	,074	,389	4,236	,000	,525	1,905

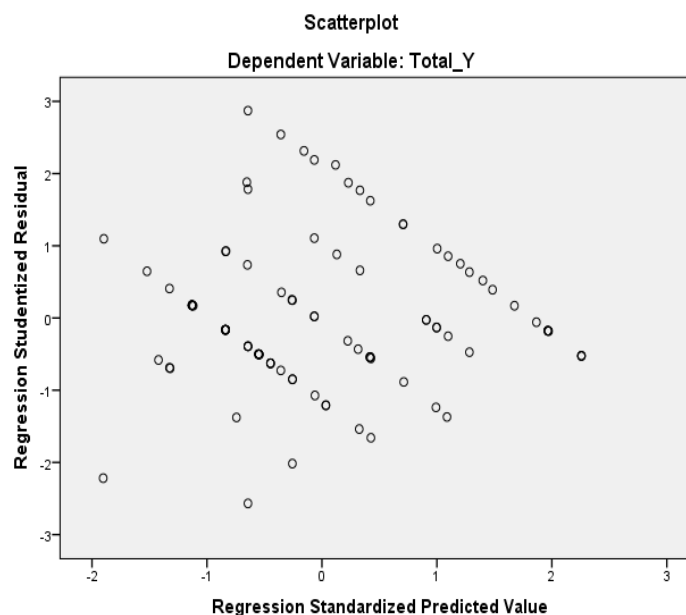
Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel (X1) sebesar 2,144, (X2) sebesar 1,849 (X3) sebesar 1,905, dan yang mana lebih kecil dari 10. Sedangkan nilai tolerance (X1) sebesar 0,467, (X2) sebesar 0,541 dan (X3) sebesar

0,525, memiliki nilai yang lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel dependen.

Hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

Gambar 1



Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Gambar di atas menunjukkan bahwa data menyebar dan tidak menumpuk berarti bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pengujian

hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil Uji t ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3
Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,436	,881		,495	,621		
Total_X1	,210	,089	,230	2,364	,020	,467	2,144
Total_X2	,307	,109	,255	2,821	,006	,541	1,849
Total_X3	,312	,074	,389	4,236	,000	,525	1,905

Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh persamaan regresi diperoleh, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,436 + 0,210 X_1 + 0,307 X_2 + 0,312 X_3 + e$$

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah hipotesis alternatif (Ha) yaitu;

H1: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.

H2: risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay

pada mahasiswa akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.

H3: Fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas yaitu tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa semua H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa perspsi manfaat, risiko dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan shopeePay pada mahasiswa Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin. Sementara hasil

pengujian hipotesis (H4) yaitu mahasiswa Akuntansi STIE Nasional Persepsi manfaat, risiko dan fitur Banjarmasin ditunjukkan dalam tabel layanan berpengaruh terhadap minat 4 sebagai berikut: penggunaan ShopeePay pada

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)
ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	112,785	3	37,595	43,576	,000 ^b
<i>Residual</i>	81,962	95	,863		
<i>Total</i>	194,747	98			

Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Besarnya nilai signifikansi F adalah $(0,000) < (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel persepsi manfaat, risiko, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan

ShopeePay. Seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan ShopeePay akan dilihat melalui pengujian R² sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,761 ^a	,579	,566	,929

Sumber: Data Output SPSS versi 22.00, 2021

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (adjust R square) sebesar 0,566. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu minat penggunaan ShopeePay dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu persepsi manfaat, risiko, dan fitur layanan 56,6

%, sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada

mahasiswa jurusan akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin. Hal tersebut dikarenakan responden merasa ShopeePay mempermudah transaksi pembayaran, ShopeePay mempercepat transaksi pembayaran, ShopeePay memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, dan ShopeePay juga meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Qulub (2019) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money Gopay pada masyarakat Kota Cirebon, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan e-money di Jawa Tengah. Hasil ini menunjukkan bahwa minat penggunaan e-money akan semakin tinggi apabila masyarakat merasakan manfaat dari suatu produk yang digunakan.

Penelitian ini juga memberikan hasil risiko berpengaruh

terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin. Hal tersebut dikarenakan para responden merasa selama menggunakan ShopeePay mereka merasa bertransaksi lebih aman, ShopeePay juga menghindari dari hal negatif yaitu pencopetan, dan juga dengan ShopeePay tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengambil uang di atm untuk bertransaksi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2020), persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel yang sama, yaitu risiko bahwa hasil penelitiannya menyatakan terdapat pengaruh signifikan pada minat penggunaan jasa GoPay (Pengguna GoPay di Pekanbaru). Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi persepsi risiko maka semakin rendah minat penggunaan dan sebaliknya jika persepsi risiko semakin rendah maka minat penggunaan GoPay semakin tinggi. Peningkatan risiko mengakibatkan menurunnya minat seseorang dalam menggunakan suatu produk. Oleh

sebab itu risiko terhadap penggunaan uang elektronik harus diminimalkan.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini pun terbukti, yaitu fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan fitur layanan dan minat menggunakan adalah kuat. Hal tersebut dikarenakan para responden merasa fitur layanan dapat diakses secara mudah, puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia di ShopeePay, ShopeePay dapat melakukan transaksi non tunai, dan juga fitur layanan yang harus terus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2020) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money di Jawa Tengah, dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abrilia dan Sudarwanto (2020) menunjukkan hasil bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap

penggunaan e-money (Pengguna e-wallet DANA Di Surabaya).

Penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa persepsi manfaat, risiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di STIE Nasional Banjarmasin. Hal tersebut dikarenakan para responden merasa ShopeePay mempermudah transaksi pembayaran, ShopeePay mempercepat transaksi pembayaran, ShopeePay memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan ShopeePay juga meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran untuk variabel persepsi manfaat. Variabel risiko responden merasa bahwa ShopeePay lebih aman untuk bertransaksi, ShopeePay juga menghindari dari hal negatif yaitu pencopetan, dan juga dengan ShopeePay tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengambil uang di atm untuk bertransaksi. Variabel fitur layanan responden merasa ShopeePay dapat diakses secara mudah, puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia di

ShopeePay, ShopeePay dapat melakukan transaksi non tunai, dan juga fitur layanan yang harus terus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Qulub (2019) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay pada masyarakat Kota Cirebon, sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2020), yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan pada minat penggunaan jasa GoPay (Pengguna GoPay di Pekanbaru), serta hasil penelitian Kurnianingsih (2020) yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money di Jawa Tengah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa persepsi manfaat, risiko dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Pay pada mahasiswa Jurusan Akuntansi STIE Masional Banjarmasin, baik secara parsial

maupun simultan. Hal tersebut dikarenakan responden merasa ShopeePay ShopeePay mempermudah transaksi pembayaran, ShopeePay mempercepat transaksi pembayaran, ShopeePay memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan ShopeePay juga meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran, responden merasa selama menggunakan ShopeePay transaksi menjadi lebih aman, ShopeePay juga menghindari dari hal negatif yaitu pencopetan, dan juga dengan ShopeePay tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengambil uang di atm untuk bertransaksi, serta responden merasa selama menggunakan ShopeePay dapat diakses secara mudah, puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia di ShopeePay, ShopeePay dapat melakukan transaksi non tunai, dan juga fitur layanan yang harus terus ditingkatkan.

Saran

Penelitian selanjutnya, dapat menambah variabel independen lain

yang Mempengaruhi minat penggunaan e-money yang tidak hanya terbatas pada aplikasi shopee Pay saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nur Diana dan Sudarwanto, Tri. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol 8 No. 3
- Afifah, Risma. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. (Skripsi)
- Bank Indonesia. (2014). Jumlah Uang Elektronik yang Beredar. www.bi.go.id
- Baridwan, Z. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, PersepsiKepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking*. (Skripsi)
- Budianto, Arif. (2021). Dalam <https://tekno.sindonews.com/read/316096/207/ini-urutan-e-money-terbesar-gopay-ovo-shopeepay-dan-dana-1611756069>.
- Claudia. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Pengaruh Sosial Pada Niat Menggunakan Ulang Go-Pay Yang Dimoderasi Oleh Sikap Terhadap Promosi Penjualan*.(Skripsi)
- Badarrudin dan Risma (2021). Pengaruh Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Pada Masyarakat Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Jurnal Perbankan Islam*, Vol 1 No. 1
- Hasibuan, Amirul.H. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jasa Go-Pay Pada Masyarakat Pekanbaru*. (Skripsi)
- Iskandar (2021). <https://www.liputan6.com/tekno/read/4472006/ini-daftar-dompet-digital-yang-paling-banyak-digunakan-orang-indonesia>.
- Katadata (2021). *Dompet Digital ShopeePay kalahkan GoPay dan OVO*. <https://katadata.co.id/pingitara/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompet-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo>.
- Kurnianingsih, Heny. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap*

- Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.* (Skripsi)
- Marchelina, D. dan Pratiwi, R (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*
- Maulana, Adhi. (2014). Dalam <http://tekno.liputan6.com/read/2043320/orang-indonesia-masih-takut-pakai-E-Money>
- Prasetya, Hendra dan Putra, Scenda Eka. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-Money di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 17 No. 2
- Qulub, Asyifal'ul. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan layanan E-Money (pada pengguna E-Money Kota Cirebon.* (Skripsi)
- Rahayu, Rurie Widya. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia.* (Skripsi)
- Umaningsih, W.P. dan Wardani, D.K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol 5 No. 3
- Maulana, Adhi. (2014). Dalam <http://tekno.liputan6.com/read/2043320/orang-indonesia-masih-takut-pakai-E-Money>
- Shopee. <https://shopee.co.id>