

## **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana**

Oleh:

**Ubaidillah Arriza\***

**Hadi Sunaryo\*\***

**Fahrurrozi Rahman\*\*\***

Email : [Ubaidillah150116@gmail.com](mailto:Ubaidillah150116@gmail.com)

**Universitas Islam Malang**

### **Abstract**

*This research was conducted at the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang. The type of research used is quantitative research. The purpose of this study was to determine the effect of perceived ease of use, perceived benefits and perceived trust on interest in using the DANA e-wallet application. The sample used in this study were 85 respondents who were students of the Department of Management, Faculty of Economics and Business class 2017, especially users of the DANA application. Data collection techniques using a questionnaire. The results of this study indicate that the independent variable simultaneously has a significant effect on the dependent variable. Based on the partial test results, the variables of perceived ease of use, perceived benefits and perceived trust have a significant effect on interest in using the DANA e-wallet application.*

**Keywords : Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Perceived Trust, Interest in Use**

### **Pendahuluan**

Dari segi pemasaran, globalisasi ekonomi dapat berbentuk kemudahan akses bisnis yang dapat dicapai kapanpun dan dimanapun kita berada. Hingga pada saat ini, dunia telah sampai pada era industri 4.0 yang ditandai dengan terintegrasinya seluruh aktifitas manusia ke dalam dunia virtual tanpa perlu adanya kontak langsung (Lestari, 2020:142). Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan mengakibatkan munculnya beragam kegiatan yang mengandalkan teknologi agar semakin mudah digunakan oleh manusia seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-wallet*, *e-education*, *e-laboratory*, dan lain-lain yang semuanya dikemas dalam bentuk elektronik.

Hingga saat ini transaksi pembayaran elektronik (*e-payment*) dilakukan dengan menggunakan dua cara, pertama dengan menggunakan kartu fisik yang memiliki chip elektronik atau *chip-based*, dan yang saat ini mulai dikembangkan yaitu *e-payment* berbasis server (*server based*) atau dikenal dengan istilah dompet elektronik atau *e-wallet* (Saqib, 2019:2).

Alat pembayaran elektronik merupakan alat pembayaran yang menggunakan instrumen elektronik, yang didalamnya uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya difasilitasi melalui pembayaran

elektronik (Trihasta dan Fajaryanti dalam Wibisono, 2020:121). Dalam bertransaksi, *smartphone* menyediakan aplikasi yang dapat memudahkan penggunaannya, seperti halnya melakukan sebuah transaksi dengan aplikasi *e-wallet* sebagai alat pembayaran transaksi tersebut. *E-wallet* (dompet digital) adalah layanan uang elektronik berbasis server yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* dengan metode pembayaran *Scan QR* (Wijayanthi, 2019:85).

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi, selain transaksi secara *online* mampu memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat, peneliti juga mendapati fenomena bahwa mayoritas mahasiswa melakukan pembayaran secara *online* yang juga mampu memberikan kemudahan serta pembayaran *online* tersebut juga dinilai dapat dipercaya. Berdasarkan pada fenomena tersebut, peneliti berniat untuk melakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta persepsi kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

### Kajian Pustaka

Minat menggunakan menurut Priambodo dan Prabawani (2016:129) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, adanya suatu ketertarikan yang menetap pada diri seseorang yang sedang mengalaminya atas suatu hal tertentu dan timbulnya rasa senang terhadap hal tersebut, sehingga seseorang berkeinginan untuk mendalaminya.

Minat menurut Pratama, et al. (2019:937) yaitu keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.

Sedangkan menurut Mukti dan Sugih (2019:11), minat merupakan kecenderungan dalam suatu individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek dan kecenderungan- kecenderungan lain yang menggerakkan individu pada suatu pilihan tertentu.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari sebuah usaha yang besar (Ahmad, 2014: 4). Demikian persepsi mengenai kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat pengoperasiannya. Sebagai contoh, toko online (seperti shopee, tokopedia, dan lazada) yang memberikan kemudahan penggunaan terhadap seseorang yang ingin membeli sesuatu tanpa harus datang ke toko secara langsung.

Menurut Priyani, et al (2020:361) variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya.

Menurut Purba, et al (2020:154) Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna aplikasi berpendapat bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.

Menurut Novindra dan Rasmini (2017:1123) menjelaskan bahwa Persepsi Manfaat atau *Usefulness Perception* didefinisikan bagaimana suatu penggunaan sistem baru dapat memberikan kegunaan pada penggunaanya.

Persepsi Manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunaannya. Adanya sebuah persepsi manfaat dapat mempengaruhi minat pembelian atau pemakaian dari seseorang Wibowo (2014:676). Sebagai contoh, saat seorang konsumen sudah mencoba melakukan transaksi via DANA, mereka akan dapat merasakan manfaat dari DANA tersebut, dan akhirnya konsumen akan cenderung berminat untuk menggunakannya lagi.

Persepsi kemanfaatan disebut sebagai peningkatan kinerja seorang individu karena kepercayaan akan kemanfaatan dari teknologi yang ditimbulkan dari persepsinya (Ulurrosyad & Jayanto, 2020;107).

*Perceived usefulness* atau persepsi manfaat yaitu tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performanya dalam bekerja. Purba, et al (2020;155)

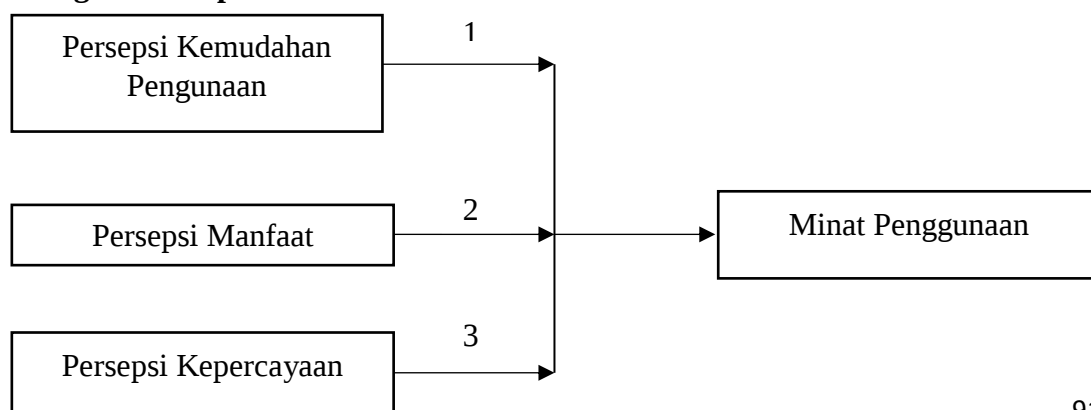
Kepercayaan adalah keyakinan pihak tertentu terhadap orang lain dalam melakukan hubungan transaksi, Priansa (2017:116). Kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang diberikan oleh seseorang dalam situasi tertentu dan kepercayaan juga merupakan suatu hal penting yang harus dimiliki dalam dunia bisnis.

Kepercayaan konsumen menurut Priansa (2017;125-126) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Maksud dari objek disini adalah berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.

Penelitian yang dilakukan Pratama, et all (2019) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik” Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi kepercayaan akan meningkatkan persepsi penggunaan uang elektronik.

Penelitian yang dilakukan Wibisono (2020) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*” Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online. (2) Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online. (3) Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online.

### Kerangka Konseptual



---

### Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA khususnya mahasiswa Manajemen FEB Universitas Islam Malang, Jl. Mayjen Haryono No.193 Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur 65144. Waktu penelitian di mulai pada bulan April 2021 sampai Desember 2021.

Populasi dalam penelitian ini dapat diketahui Total keseluruhan Mahasiswa Angkatan 2017 Prodi Manajemen berjumlah 550 Mahasiswa, yang terdiri dari 339 mahasiswa dan 211 Mahasiswi. jumlah sampel yang akan diteliti adalah 85 responden yang terbagi menjadi 52 Mahasiswa dan 33 Mahasiswi. Ketentuan responden dalam sampel sebagai berikut :

- a. Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2017
- b. Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2017 yang menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.

### Definisi Operasional Variabel

#### Minat Penggunaan

Minat Penggunaan dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Menurut Utami & Kusumawati (2017) minat penggunaan ada empat indikator antara lain :

1. Manfaat
2. Kemudahan
3. Keamanan
4. Ketertarikan

#### Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Variabel persepsi kemudahan diukur dengan instrumen yang disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indriana dan Diptha (2017).

Variabel ini terdiri dari empat indikator, yaitu :

1. *Ease to learn* (Mudah dipelajari)
2. *Ease to use* (Mudah digunakan)
3. *Clear and understandable* (Jelas dan dapat dimengerti)
4. *Become skillful* (Menjadi terampil)

#### Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat memiliki definisi sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Variabel ini diukur dengan instrumen yang disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fadhlil dan Fachruddin (2016) yaitu terdiri dari empat indikator yaitu :

1. *Productivity* (produktivitas)
2. *Job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas)
3. *Importance to job* (pentingnya bagi tugas)
4. *Overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

### **Persepsi Kepercayaan**

Persepsi Kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Variabel kepercayaan diukur dengan instrumen yang disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Jasfar (2014:169), adapun indikator mengenai kepercayaan yaitu :

1. Integritas
2. Persepsi kebaikan
3. Persepsi kompetensi

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data ringkasan seperti berikut:

$$Y = -0,166 + 0,062 X_1 + 0,234 X_2 + 0,951 X_3$$

Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a.  $\alpha$  = Nilai konstanta sebesar -0.166 memiliki arti bahwa jika persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan bernilai 0 sehingga minat penggunaan *e-wallet* DANA adalah sebesar -0,166.
- b. Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan yaitu 0,062 bernilai positif yang artinya jika persepsi kemudahan penggunaan tinggi maka minat penggunaan *e-wallet* DANA akan meningkat.
- c. Koefisien regresi persepsi manfaat yaitu 0,234 bernilai positif yang artinya jika persepsi manfaat meningkat maka minat penggunaan *e-wallet* DANA akan meningkat dengan asumsi variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel persepsi kepercayaan dianggap konstan.
- d. Koefisien regresi persepsi kepercayaan yaitu 0,951 bernilai positif yang artinya jika persepsi kepercayaan meningkat maka minat penggunaan *e-wallet* DANA akan meningkat.

### **Hasil Uji Hipotesis**

#### **a. Uji F**

Berdasarkan hasil pengujian uji F secara simultan dapat diketahui nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan yang berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama layak untuk menjelaskan variabel terikat.

**b. Uji t**

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan nilai t sebesar 2,004 dan signifikansi 0,048 lebih kecil dari 0,05 sehingga disimpulkan terdapat berpengaruh positif dan signifikan variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan.

Sedangkan variabel persepsi manfaat menunjukkan nilai t sebesar 5,566 dan signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga disimpulkan terdapat berpengaruh positif dan signifikan variabel persepsi manfaat terhadap minat penggunaan.

Dan untuk variabel kemudahan menunjukkan nilai t hitung sebesar 17,849 dan signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga disimpulkan terdapat berpengaruh positif dan signifikan variabel persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan.

**Implikasi Hasil Penelitian****Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* DANA sangat mudah untuk memahami aplikasi tersebut sehingga *e-wallet* ini sangat diminati oleh mahasiswa Manajemen FEB UNISMA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wibisono (2020), Purnama (2015), Romadloniah (2018) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dimana terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan.

**Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* DANA dapat melakukan berbagai transaksi yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya karena didalam *e-wallet* DANA banyak fitur yang dapat membantu penggunanya dalam berbagai kebutuhan finansial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Silaen, et al (2019), Adiyanti (2015), Wibowo (2020) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dimana terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan.

**Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* DANA telah menunjukkan performa terbaiknya dalam penggunaan transaksi yang dilakukan oleh penggunanya karena mempunyai aplikasi yang sangat bagus sehingga diminati oleh mahasiswa Manajemen FEB UNISMA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratama, et all (2019), Lestari (2019) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan dimana terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan.

## Simpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Simpulan Deskriptif

- a. Diketahui bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi manfaat, Persepsi kepercayaan dan minat penggunaan pada aplikasi *e-wallet* DANA direfleksikan oleh masing-masing indikator pada setiap variabel.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

## Saran

### a. Bagi Perusahaan

1. Variabel minat penggunaan, terkait dengan nilai rata-rata jawaban dari variabel minat penggunaan pada nilai rata-rata terendah dengan pernyataan *e-wallet* DANA memiliki tingkat keamanan yang bagus, sehingga disarankan perusahaan perlu meningkatkan keamanan dalam hal transaksi.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan, terkait dengan nilai rata-rata jawaban dari variabel kepercayaan pada nilai rata-rata terendah dengan pernyataan menggunakan *e-wallet* DANA menjadikan saya terampil dalam bertransaksi, sehingga perusahaan perlu menambah inovasi agar pengguna lebih terampil lagi dalam menggunakan *e-wallet* DANA.
3. Variabel persepsi manfaat, terkait dengan nilai rata-rata jawaban dari variabel persepsi manfaat pada nilai rata-rata terendah dengan pernyataan secara keseluruhan, saya merasa *e-wallet* DANA bermanfaat untuk melakukan transaksi pribadi, sehingga perusahaan perlu menambah fitur baru yang lebih banyak sehingga nantinya dapat memberikan kebermanfaatan lebih banyak oleh para penggunanya.
4. Variabel persepsi kepercayaan, terkait dengan nilai rata-rata jawaban dari variabel persepsi kepercayaan pada nilai rata-rata terendah dengan pernyataan menurut saya *e-wallet* DANA memiliki integritas yang bagus, sehingga perusahaan perlu meningkatkan integritas dari *e-wallet* DANA sehingga nanti dapat diminati oleh kalangan orang lebih banyak.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Mengkaji lebih banyak referensi yang digunakan dengan menentukan dan menambah variabel dalam penelitian serupa.
2. Diharapkan agar menggunakan sampel yang lebih luas lagi seperti dikota atau kabupaten untuk memaksimalkan hasil penelitian.

## Daftar Pustaka

- Lestari, Ana Puji dan Yulianto Budi Setiawan. 2020. "*Komunikasi dan Strukturisasi Gender Petani di Era Revolusi 4.0*". Jurnal Kajian Komunikasi Vol.8 No.2. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Saqib, dan Anassrulloh Rizky. 2019. "*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Structural Assurance, dan Social Influence terhadap Intention to Reuse Dimediasi oleh Trust (Studi pada Pengguna Aplikasi OVO di Kediri Town Square)*". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 7 No. 2. Universitas Brawijaya

- Malang. hal. 1-18.
- Wibisono, S. I. 2020. "*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, serta Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani. 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. UNDIP.
- Pratama, Bayu., & Suputra Dharma Gede Dewa. 2019. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27 No. 2, hal. 927 – 953.
- Mukti, Muhammad Sugih. 2019. "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Tadris IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan)*". Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ahmad, Pambudi. 2014. "*Pengaruh Persepsi Manfaaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet banking BRI)*". Jurnal Studi Manajemen Vol. 8 No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
- Priyani, Maryam, Burhanudin. 2020. "*Studi Komparasi Persepsi Kemanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Antara Generasi X, Generasi Y, Dan Generasi Z*" Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta
- Purba. M, Samsir dan Kasman Arifin. 2020. "*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO*" Program Magister Pascasarjana Universitas Riau
- Novindra, Ni Putu Bella dan Ni Ketut Rasmini. 2017. "*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Computer Self Efficacy pada Minat Penggunaan e-SPT*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Wibowo, Setyo Ferry dkk. 2015. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*". Jurnal riset Manajemen SAINS Indonesia Vol. 6 No.1 Universitas Negeri Jakarta, hal. 440-456.
- Ulurrosyad, dan Prabowo Yudo Jayanto "*Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang*" Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Semarang
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pratama, Bayu., & Suputra Dharma Gede Dewa. 2019. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana

---

Vol.27 No. 2, hal. 927 – 953.

- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Economic, Business, Management and Accounting Journal*.
- Indriana, Marsha Diphtha. 2017. "*Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi terhadap Return On Asset (Roa) Bank-Bank yang Terdaftar di Bei Periode 2008-2016*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Fadhli, M. dan Fachruddin, R. (2016). "*Pengaruh Persepsi Nasabah atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking*". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 1(2): 264-276
- Wijaya, M dan Farida Jasfar. 2014. "Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelianproduk Fashion Melalui Online Shopping" *jurnal manajemen dan pemasaran jasa Vo;.7. No.2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti*.
- Romadloniyah, Alifatul Laily. 2018. "*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-money pada Bank BRI Lamongan*". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 3 No. 2. hal. 699-711.
- Silaen, Elsa dan Bulan Prabawani. "*Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO*". *Administrasi Bisnis: Universitas Diponegoro*.

Ubaidillah Arriza\* Adalah Alumni FEB Universitas Islam Malang

Hadi Sunaryo\*\* Adalah Dosen Tetap FEB Universitas Islam Malang

Fahrurrozi Rahman\*\*\* Adalah Dosen Tetap FEB Universitas Islam Malang