

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *E-Wallet* Dalam Mengadopsi Perkembangan *Financial Technology*

Ni Luh Widya Pebriantari⁽¹⁾

I Putu Fery Karyada⁽²⁾

Putu Cita Ayu⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
Jalan Sangalangit, Tembau, Penatih, Denpasar, Bali.

e-mail: widyapebriantarii@gmail.com

ABSTRACT

The ever-accelerating technological development will shape people's more pragmatic patterns of life. Beginning with social activities, many changes have occurred in people's life patterns, and payment methods have evolved. In the current development, Indonesia knows the term fintech (financial technology). Fintech introduces digital payment methods, or online payments, in hopes of achieving financial inclusion. Current observations examine relationships between factors that may lead to increased interest in using e-wallets among students in adopting financial technology developments (Faculty of Economics and Tourism, Hindu University, Indonesia) empirical study on students of In this observation, all active students of the Accounting Studies Program at the Faculty of Economics, Business and Tourism of the Hindu University of Indonesia from 2020 to 2022 were used as a research population with a total sample of 332 people. In the process of observation, the factors that made the students of the Faculty of Economics, Business and Tourism of Hindu University, Indonesia interested in using e-wallets were financial literacy, social influence, hedonic motivation, habits, and perceived benefits. , and perceived comfort.

Keywords: *financial literacy, social influence, interest in using e-wallet*

PENDAHULUAN

Saat ini pemakai *e-wallet* cukup tinggi di Indonesia, banyak masyarakat yang berminat menggunakannya terutama gen Z. ngenalan *fintech* bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa saat ini (Utami, 2020). Pengenalan *fintech* terhadap mahasiswa sudah banyak dilakukan melalui beberapa kegiatan pada universitas Denpasar salah satunya Universitas Hindu Indonesia (UNHI) menggelar seminar yang bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama dengan GNLD (Gerakan Nasional Literasi Digital) Siberkreasi menyelenggarakan kegiatan program Literasi Keuangan Digital yang diadakan pada 22 Oktober 2021. Hal ini didukung juga dengan

survey awal yang dilakukan peneliti di Universitas Hindu Indonesia yang menyebarkan form dan sebanyak 91,9% dari jumlah responden menyatakan bahwa mengetahui dan pernah mendengar *e-wallet*, 56,8% diantaranya adalah pengguna *e-wallet* secara aktif.

Banyak faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *e-wallet*, salah satunya literasi keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan, merencanakan dan mengambil keputusan. Pembelajaran universitas memainkan peran penting dalam membentuk literasi keuangan siswa. Di usia muda, siswa dihadapkan pada kompleksitas produk keuangan yang tersedia tanpa mengetahui kelebihan atau kekurangannya. Sehingga jika seseorang memiliki literasi keuangan yang baik, diharapkan dapat menentukan penggunaan *e-wallet* yang benar dari berbagai aspek. Selain itu, tanpa literasi yang memadai, siswa atau masyarakat sulit menerima perubahan di masa depan.

Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa lepas dari keberadaan orang lain di sekitar kita. Lingkungan sosial membantu kita mewujudkan kehidupan dan aktivitas. Demikian pula, adopsi dompet elektronik tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor ini, sebagai studi pasar oleh Ipsos Marketing menemukan bahwa 50% orang di generasi milenial awal mengetahui tentang dompet elektronik, atas nama teman dan sisanya dari kolega, keluarga, toko, Internet, dan media sosial. Artinya, pemberian milenial mayoritas bersifat lokal, yang berdampak pada penggunaan *e-wallet*. Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang mempersepsikan orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga atau teman, mengajak orang untuk menggunakan sistem yang baru (Ipsos Marketing, 2020).

Selain dari segi fungsional, penggunaan *e-wallet* juga memberikan dampak secara emosional dimana dapat menumbuhkan perasaan senang dan pengalaman berkesan dibenak penggunaannya. Perasaan ini muncul sebab adanya motivasi hedonis. Banyaknya jenis promosi yang membuat pengguna tertarik menghadirkan kenyamanan tersendiri, salah satunya tidak diperlukannya penyediaan uang pas, tidak terlalu ribet memikirkan uang kembalian, serta tidak dibutuhkannya lagi kartu debit ketika sudah menggunakan *e-wallet*. Layanan *e-wallet* terlihat nampak berkembang seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang juga meningkat. Tidak sebatas digunakan

saat berbelanja, *e-wallet* juga bisa dimanfaatkan dalam proses pembelian paket data, pulsa listrik, dan lainnya. Hal ini menyebabkan masyarakat terus menggunakan *e-wallet* secara berulang. Perilaku berulang inilah yang menimbulkan sebuah kebiasaan. Kebiasaan adalah sesuatu yang berulang atau berulang selama periode waktu tertentu. Riset pasar menunjukkan bahwa 68% pengguna menggunakannya setidaknya seminggu sekali, yang berarti pengguna *e-wallet* menggunakannya secara rutin dalam seminggu. (Ipsos Marketing, 2020).

Setelah munculnya berbagai faktor, dompet elektronik pasti akan membawa banyak wawasan bagi setiap penggunanya. Ini termasuk manfaat yang dirasakan, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Konsep ini tentunya diketahui oleh setiap pengguna dompet elektronik yang membawa keuntungan seperti penyederhanaan pembayaran. Ditambah lagi dengan persepsi kenyamanan, yaitu. sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem itu mudah (Anjelina, 2018). Tentunya dalam sebuah sistem dengan segala hal yang ditawarkan menawarkan kenyamanan dibandingkan dengan cara manual yang biasa, tentunya hal ini berkaitan dengan apa yang ditawarkan saat Anda menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan latar belakang tersebut membuat peneliti ingin meneliti mengenai **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *E-Wallet* Dalam Mengadopsi Perkembangan *Financial Teknologi* (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia)”**.

KAJIAN PUSTAKA

UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh et al. dikembangkan (2003), tujuan utama UTAUT adalah memprediksi adopsi dan penggunaan teknologi. TAM adalah teori yang memperkenalkan bagaimana rekasi yang diperlihatkan melalui tingkah laku manusia dalam proses penerimaan teknologi. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan, merencanakan dan mengambil keputusan. Dalam konteks ini, seseorang mungkin memiliki pengetahuan keuangan, namun untuk memahaminya, mereka harus memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk menerapkannya saat mengambil keputusan. Ketika datang untuk mengembangkan teknologi, seseorang yang akrab dengan fintech tidak serta merta

mengharapkannya jika mereka tidak tahu cara menggunakannya dengan terampil dan percaya diri. Financial technology (*fintech*) merupakan sebuah gerbrakan baru dalam sector keuangan, berbeda dengan lembaga keuangan tradisional, lembaga ini hadir untuk mempermudah masyarakat dalam proses transaksi keuangan dan dengan mudah mengakses produk keuangan yang dapat digunakan sehari - hari.

Dalam penelitian Anjelina (2018), Mengacu pada persepsi konsumen dalam menggunakan uang elektronik dengan menggunakan metodologi kualitatif, ditemukan bahwa secara statistik persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kompatibilitas, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan persepsi biaya bukan merupakan faktor yang membuat seseorang memilih menggunakan uang elektronik di Inonesia. Meskipun *Subjective norm* merupakan faktor penting yang mendorong seseorang untuk mengadopsi uang elektronik, citra sosial dan kegunaan yang dirasakan juga menjadi faktor pendorongnya. *Subjective norm* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan uang elektronik, yang lebih tinggi untuk laki-laki daripada perempuan, dan gender adalah variabel moderasi dalam hal ini.

Literasi keuangan adalah cara seseorang memahami berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan. Sebagai generasi milenial, mahasiswa menjadi salah satu objek yang sangat dekat dengan berbagai produk keuangan yang tersedia, sehingga mereka tertarik untuk menggunakannya tanpa mengetahui pro dan kontra. Literasi keuangan seseorang yang baik mengarah pada pengelolaan keuangan yang lebih baik, memungkinkan orang tersebut untuk menggunakan produk keuangan sesuai dengan situasi keuangannya. Kajian Mudrikah (2021) bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk fintech.

H1 : Tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Pengaruh sosial adalah hubungan dengan faktor lingkungan seperti keluarga, teman, teman, dll. Jika salah satu dari mereka mengarahkan seseorang untuk menggunakan teknologi, maka kemungkinan besar orang tersebut akan menggunakannya juga. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi sosial secara bersama-sama dan sebagian berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan teknologi (Mulyani, 2019; Putri & Mahendra, 2017).

H2 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Motivasi Hedonis adalah perasaan senang dan gembira bagi seseorang yang memiliki minat terhadap teknologi dan penting dalam penelitian penerimaan teknologi. Seseorang suka menggunakan *e-wallet* ketika aplikasi yang digunakan berfungsi dengan baik, terus diperbarui, dan mudah digunakan. Pada penelitian dimana motivasi hedonis dapat meningkatkan minat penggunaan teknologi yaitu orang merasa senang menggunakannya (Jakkaew & Hemrungrote 2017)

H3 : Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Kebiasaan mengacu pada sejauh mana individu cenderung berperilaku otomatis sebagai hasil belajar (Limayem et al., 2007). Menurut survei pertama, 35,1% telah menggunakan dompet elektronik selama lebih dari 2 tahun, yang berarti dompet elektronik sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka. Kebiasaan memiliki efek positif pada niat perilaku untuk mengadopsi teknologi.

H4 : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Menurut Phonthanukitithaworn et al (2016), *perceived usefulness* mencerminkan sejauh mana individu mampu memberikan kepercayaan terhadap penggunaan layanan pembayaran digital atau mobile payment memberikan manfaat positif seperti efisiensi dan meningkatkan produktivitasnya dalam proses penyelesaian transaksi. Mengenai efisiensi dan kenyamanan pembayaran seluler, Bailey et al. (2017) bahwa manfaat yang dirasakan dari pembayaran seluler terkait dengan sejauh mana konsumen percaya bahwa mereka mendapat manfaat melalui metode pembayaran. Studi Syahril & Rikumahu (2019) menemukan bahwa persepsi manfaat akan mempengaruhi terhadap minat pengguna.

H5 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah variabel yang menilai apakah seseorang percaya bahwa mereka mudah menggunakan sistem atau teknologi informasi. Dalam hal ini, sistem yang lebih mudah digunakan membuat pengguna lebih mudah menerapkannya daripada sistem yang lebih sulit (Venkatesh & Morris, 2000). Jika teknologinya mudah digunakan, orang akan menerimanya dan menggunakannya

lagi. Namun ketika terjadi sebaliknya, teknologi informasi menjadi sangat sulit untuk digunakan dan diterapkan, pengguna pasti merasa tidak nyaman dan tidak mungkin menggunakannya lagi (Davis, 1989). Penelitian Kurniawan (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku.

H6 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*

METODE PENELITIAN

Karena karakteristik penelitiannya, maka penelitian ini masuk kedalam golongan asosiatif kasual. Sebab adalah hubungan sebab akibat yang terdiri dari variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi). Data yang digunakan adalah data kuantitatif, karena data disajikan dalam bentuk angka, dalam hal ini data kuantitatif diolah secara statistik. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa aktif prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia angkatan 2019 sampai 2022. Untuk menghitung proporsi jumlah sampel, digunakan *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah sampel 332 orang.

Tabel 1. Sampel Penelitian

Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Sampel
Manajemen	$\frac{1244}{1965} \times 332,3 = 210,37$	210
Akuntansi	$\frac{683}{1965} \times 332,3 = 115,50$	116
Magister Manajemen	$\frac{38}{1965} \times 332,3 = 6,42$	6
Jumlah		332

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Teknik Analisis Data :

1. Validitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa keakuratan data penelitian bisa dipertanggung jawabkan. Sebuah

data yang baik merupakan data yang valid sehingga hasil pengamatan dapat dipercaya kebenarannya.

2. Uji reliabilitas menguji apakah alat yang digunakan untuk mengukur objek yang sama beberapa kali memberikan informasi yang sama. Uji reliabilitas diukur dengan *Cronbach Alpha* dengan syarat instrumen variabel penelitian reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 dan sebaliknya. Uji reliabilitas mengacu pada konsistensi, akurasi atau presisi dan memprediksi hasil penelitian.
3. Uji normalitas merupakan pengujian yang wajib dilakukan memastikan data memiliki sebaran normal sehingga data yang dihasilkan memiliki tingkat kepercayaan yang baik.
4. Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan data pengamatan saat ini tidak memiliki gejala korelasi residual variabel dalam pengamatan.
5. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menunjukkan data dalam kondisi baik tanpa mengalami gangguan heteros.
6. Analisis Regresi Linear Berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

7. Uji t digunakan sebagai ukuran menilai parameter penelitian, dimana uji ini digunakan untuk mengungkap hipotesis dalam penelitian.
8. Uji kelayakan model, dimana pengujian ini digunakan untuk memastikan bahwa penelitian kali ini layak untuk dijadikan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, 332 responden diwawancarai, yang terdiri dari mata kuliah akuntansi manajemen bisnis dan mata kuliah magister manajemen, yang hasilnya dapat ditemukan dalam distribusi dimana Proporsi responden akuntansi sebanyak 116 orang atau 35%, manajemen sebanyak 210 orang, atau 63% Magister Manajemen 6 jumlah yang sama atau 2%. Dalam penelitian ini, responden didominasi oleh responden perempuan.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa dari hasil uji validitas, keseluruhan data penelitian menunjukkan hasil valid dimana nilai koefisien korelasi menunjukkan besaran diatas 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini reliabel dimana besaran *alpha* pada masing - masing variabel penelitian lebih dari 0,70. Hasil asumsi klasik ini, tingkat signifikansi data penelitian sebesar $0,100 > 0,05$ hal ini mencerminkan kondisi data berdistribusi dengan normal. Penelitian ini juga layak untuk dikaji lebih dalam mengingat hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil yang baik dan data lolos pengujian.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.432	1.649		3.901	.000
Literasi keuangan	.266	.071	.135	2.933	.002
Pengaruh sosial	.240	.068	.131	2.589	.006
Motivasi hedonis	.359	.086	.252	4.163	.000
Kebiasaan	.211	.064	.195	2.747	.002
Persepsi Manfaat	.284	.076	.169	2.117	.005
Persepsi Kemudahan	.674	.081	.473	8.290	.000
R					0,804
R Square					0,646
Adjusted R Square					0,640
Uji F					98,984
Sig. Model					0,000

Sumber: Data diolah, 2023

Persamaan regresi dalam penelitian ini

$$Y = 6.432 + 0.266X_1 + 0.240X_2 + 0.359X_3 + 0.211X_4 + 0.284X_5 + 0.674X_6 + e$$

Hasil uji F menunjukkan F-score sebesar 98,984 dengan tingkat signifikansi 0,000. Skor signifikan ini kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kebiasaan, manfaat yang dirasakan dan kemudahan yang dirasakan semuanya secara simultan mempengaruhi minat menggunakan e-wallet Artinya model yang digunakan dalam penelitian ini sangat layak untuk digunakan.

Minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* dipengaruhi sebesar 0,640 berdasarkan nilai *Adjusted R-Square*, atau sebesar 64,0% disebabkan oleh literasi keuangan, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kebiasaan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan.

Besaran koefisien parameter X1 yaitu 0,266 dan nilai t-score sebesar 2,933 pada tingkat signifikansi 0,002. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi literasi keuangan siswa, semakin banyak siswa yang tertarik untuk menggunakan dompet elektronik. Hal ini terlihat dari banyaknya *e-wallet* yang tentunya harus diperhatikan agar tidak salah pilih atau menjadi korban iklan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mudrikah (2021) bahwa tingkat literasi keuangan dapat menyebabkan meningkatkan minat menggunakan produk fintech.

Koefisien parameter X2 sebesar 0.240 dan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.589 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006. Hasil analisis menjelaskan bahwa semakin tinggi pengaruh dari lingkungan sosial maka akan menyebabkan peningkatan terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Dalam aktivitasnya seperti berbelanja disekitar kampus ataupun secara online, mahasiswa UNHI kerap melakukan pembayaran secara digital yang terkadang memberikan potongan harga atau cashback. Hal tersebut memberi ketertarikan tersendiri untuk mahasiswa lainnya menggunakan *e-wallet* sesuai dengan survey awal yang menyatakan bahwa 56,8 % dari 30 mahasiswa merupakan pengguna *e-wallet* secara aktif dan juga jawaban kuesioner menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan *e-wallet* setelah melihat orang lain menggunakannya.

Nilai koefisien parameter yang dihasilkan oleh X3 yakni 0,359 dan menunjukkan nilai t-score sebesar 4,163 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Seperti kebanyakan mahasiswa, mahasiswa UNHI dengan kondisi keuangan yang terbatas seperti diskon ketika mereka membeli sesuatu yang mereka sukai dan mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan kembali *e-wallet* mereka setelah percobaan pertama. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil penyebaran kuisisioner dimana rata-rata responden menyatakan puas ketika mendapatkan reward atau potongan harga saat berbisnis *e-wallet*.

X4 memiliki nilai parameter sebesar 0.211 dan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.747 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kebiasaan mampu meningkatkan minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Hal ini juga terbantu dengan lokasi kampus yang cukup jauh dari tempat nongkrong anak muda atau tempat kuliner mahasiswa UNHI sehingga mahasiswa UNHI sering memesan makanan secara online dengan pembayaran digital melalui *e-wallet*. Survei pertama juga menunjukkan bahwa 35,1% siswa telah menggunakan *e-wallet* selama lebih dari 2 tahun, yang berarti mereka pernah menggunakan *e-wallet*.

Dalam penelitian ini X5 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.284 dan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.117 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Manfaat dari adanya *e-wallet* dapat dirasakan ketika kita lupa membawa dompet ataupun tidak sempat menarik uang tunai di ATM sehingga penggunaan *e-wallet* menjadi lebih efektif dan efisien.

Koefisien parameter yang dihasilkan X6 sebesar 0.674 dan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 8.290 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudaha memberikan pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Sering kali mahasiswa tidak tertarik dengan aplikasi yang cara mengoperasikannya rumit dan bertele tele. Aplikasi *e-wallet* saat ini sudah banyak menawarkan fasilitas penggunaan yang simple dan memudahkan kaum muda untuk menggunakannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pada literasi keuangan, penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa maka dapat meningkatkan minat mereka menggunakan *e-wallet*. Layanan *e-wallet* juga cukup memberikan image yang baik sehingga mampu meningkatkan minat penggunaannya terutama pada kalangan mahasiswa melalui pengaruh sosial orang terdekat pengguna. Selain itu rasa senang yang tercipta dari kepuasan akan penggunaan layanan *e-wallet* menimbulkan keinginan untuk tetap menggunakannya dan memberikan efek penggunaan berulang yang menimbulkan kebiasaan. Mahasiswa Universitas Hindu Indonesia menganggap layanan *e-wallet* dapat dipercaya baik dari

sisi kenyamanan maupun keamanan. Dalam upaya peningkatan minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa UNHI, bagi pemangku kepentingan UNHI dapat menggelar beberapa event di lingkungan kampus dengan melibatkan *e-wallet* di dalamnya. Selain itu pada event tertentu juga dapat membuka sponsorship pada perusahaan *e-wallet*. Dalam upaya meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*, pihak perusahaan juga harus mampu merancang sistem yang sederhana agar mudah digunakan sehingga masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya bisa menggunakannya dengan baik tanpa kendala.

Daftar Pustaka

- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, Vol. 2, No. 2, Page 219-231.
- Azis, E., & Kamal, R. M. (2016). Adopsi Teknologi Belanja Online Oleh Konsumen Umkm Dengan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. *Cr Journal*, 2(1), 19–38.
- Bailey, A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Mimoun, M. S. (2017). Mobile Payments Adoption By Us Consumers: An Extended Tam. *International Journal Of Retail & Distribution Management*, Vol. 45 Issue: 6.
- Bailey, A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Mimoun, M. S. (2017). Mobile Payments Adoption By Us Consumers: An Extended Tam. *International Journal Of Retail & Distribution Management*, Vol. 45 Issue: 6.
- Bank Indonesia. (N.D.). *Dompot Elektronik*. Retrieved 11 02, 2021, From Bi.Go.Id: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/default.aspx#Dompot-Elektronik>
- Binus University. (2020, 7 2). *Perkembangan Financial Technology Di Indonesia*. Retrieved 11 5, 2021, From Binus University Accounting Articles: <https://accounting.binus.ac.id/2020/07/02/perkembangan-financial-technology-di-indonesia/>
- Budiarto, R. (2017). Analisis Faktor Adopsi Aplikasi Mobile Berdasarkan Pengalaman, Usia Dan Jenis Kelamin Menggunakan Utaut2. *Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 114–126. Doi:<https://doi.org/10.26594/register.v3i2.83>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And User Acceptance Of Information Technology. Retrieved From <https://doi.org/10.2307/249008>

- Ginantara, N. W., & Dkk. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hasanah, S. (2018, 1 19). *Izin Dari Bank Indonesia Bagi Penyelenggara Electronic Wallet (Dompot Elektronik)*. Retrieved 12 1, 2021, From [Www.Hukumonline.Com: Https://Www.Hukumonline.Com/Klinik/A/Izin-Dari-Bank-Indonesia-Bagi-Penyelenggara-Ielectronic-Wallet-I-Dompot-Elektronik-Lt5a6044018cc44](https://www.hukumonline.com/klinik/a/izin-dari-bank-indonesia-bagi-penyelenggara-ielectronic-wallet-i-dompot-elektronik-lt5a6044018cc44)
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal Of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Ipsos Marketing. (2020). *Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*. Retrieved 5 6, 2022, From Evolusi Industri Dompot Digital.
- Jakkaew, P., & Hemrungrote, S. (2017). The Use Of Utaut2 Model For Understanding Student Perceptions Using . *2nd Joint International Conference On Digital Arts, Media And Technology 2017: Digital Economy For Sustainable Growth*, Icdamt 2017, 205–209. Retrieved From [Https://Doi.Org/10.1109/Icdamt.2017.7904962](https://doi.org/10.1109/Icdamt.2017.7904962)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). In *Manajemen Pemasaran* (Edisi 14 Ed., P. Jilid 1). Pt. Indeks Jakarta.
- Kurniawan, T. A. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech Pada Umkm Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). 16(1).
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How Habitlimits The Predictive Power Of Intentions: The Case Of Is Continuance. *Mis Quarterly*, 31 (4), Pp: 705-737.
- Makanyeza, C., & Mutambayashata, S. (2018). Consumers' Acceptance And Use Of Plastic Money In Harare, Zimbabwe: Application Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. *International Journal Of Bank Marketing*, 36(2), 379–392. Retrieved From [Https://Doi.Org/10.1108/Ijbm-03-2017-0044](https://doi.org/10.1108/Ijbm-03-2017-0044)
- Mudrikah, A. (2021). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara. *Etnik : Jurnal Ekonomi - Teknik*, 1(2), 57–68.
- Mulyani, A. (2019). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(2), 61–66. .
- Natalia, M. (2021, 11 29). *Economy.Okezone.Com*. Retrieved 5 20, 2022, From Sri Mulyani Angkat 6 Isu Keuangan Dalam Presidensi G20 Trahun 2022:

<https://Economy.Okezone.Com/Read/2021/11/29/320/2509049/Sri-Mulyani-Angkat-6-Isu-Kuangan-Dalam-Presidensi-G20-Trahun-2022>

- Otoritas Jasa Keuangan. (N.D.). *Literasi Keuangan*. Retrieved 11 3, 2021, From Ojk.Go.Id: <https://www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.AspX>
- Putra, S. D., & Roekhudin. (2022). Analisis Determinan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi Pembayaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Febp Universitas Brawijaya*.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv Alfabet.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online)*, 3(2), 201-214.
- Universitas Hindu Indonesia. (2021, 10 26). *Literasi Digital Untuk Mahasiswa Bersama Universitas Hindu Indonesia*. Retrieved 12 11, 2021, From www.unhi.ac.id: <https://www.unhi.ac.id/Id/Berita/Detail-Berita/Literasi-Digital-Untuk-Mahasiswa-Bersama-Universitas-Hindu-Indonesia>
- Universitas Pendidikan Nasional. (2019, 11 19). *Undiknas Gelar Seminar Nasional Dengan Topik “Financial Technology” (Fintech)*. Retrieved 12 11, 2021, From undiknas.ac.id: <https://undiknas.ac.id/2019/11/undiknas-gelar-seminar-nasional-dengan-topik-financial-technology-fintech/>
- University, B. (2020, 7 2). *Perkembangan Financial Technology Di Indonesia*. Retrieved From <https://accounting.binus.ac.id/2020/07/02/perkembangan-financial-technology-di-indonesia/>.
- Utami, M. A. (2020, 9 21). *Pentingnya Pengenalan Fintech Bagi Mahasiswa*. Retrieved 6 14, 2022, From [Tribunnews.Com](http://tribunnews.com): <https://pontianak.tribunnews.com/2020/09/21/pentingnya-pengenalan-fintech-bagi-mahasiswa>