

## ***Fintech Dari Perspektif Perilaku User Dalam Penggunaan E-Wallet Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM).***

(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Wallet* di Denpasar)

**Gusi Putu Lestara Permana<sup>(1)</sup>**

**Hesty Pahlevy Setyo Rini<sup>(2)</sup>**

**I Gusti Ngurah Darma Paramartha<sup>(3)</sup>**

*<sup>(1)(2)(3)</sup> Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, Surel: lestarapermana@undiknas.ac.id;*

### ***ABSTRACT***

This study based on by interest researchers related to the development in the transaction-based fintech is an e-wallet which is the number of users of e-wallets that has increased very rapidly nowadays. The number of e-wallet uses is increasing, so the usefulness, ease of use, risk, and also the enjoyment felt by each user also varies. The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness, ease of use, risk, and enjoyment of behavioral intentions in e-wallet users in Denpasar. Used data in this study is the primary data, the researchers gain from the results of the spread of the questionnaire to the respondents in Denpasar. Sampling from this study using purposive sampling. The criteria used are active users of the e-wallet application and never transact at least once using an e-wallet application. This research using 75 respondents and using an analysis of multiple regressing use SPSS software version of 25. The results of the research show that the perceived usefulness, risk, and enjoyment influential positive towards the behavior of the user, while the perceived ease of use of a negative effect on the behavior of the user.

**Keywords: Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Perceived Risk; Perceived Enjoyment; and Behavioral Intention to Use.**

### **PENDAHULUAN**

Berkembangnya tingkat kecanggihan teknologi mampu mengubah pola hidup masyarakat termasuk sistem pembayaran dalam bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi tersebut berdampak pada system pembayaran berbasis teknologi yang pelan tapi pasti akan menggeser peran uang kartal kedalam bentuk digital lebih mudah, efisien, efektif, dan tentunya aman. Perkembangan teknologi sejalan dengan perubahan kehidupan manusia di masa digital yang mana teknologi menjadi bagian dari pada hidup manusia, penggunaan teknologi membantu manusia terkait dengan kecepatan dalam pemecahan masalah termasuk didalamnya kecepatan dalam hal keuangan, sehingga muncullah sebuah teknologi yaitu *financial technology (fintech)* ini. Perkembangan *financial*

*technology (fintech)* ini didasari oleh kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam kehidupan yang ingin serba modern dan juga praktis. Pembayaran berbasis digital saat ini mulai tumbuh dan diminati disbanding dengan sistem manual dikarenakan kemudahan dalam proses pembayaran. Dengan adanya aplikasi-aplikasi dompet digital (*e-wallet*), masyarakat tidak perlu repot-repot untuk melakukan tarik tunai di ATM serta membawa banyak uang *cash* saat hendak bepergian karena hanya dengan *e-wallet* sudah sangat membantu sebagai tempat menyimpan uang.

*Fintech* adalah salah satu teknologi yang menggunakan jaringan internet dalam operasionalnya, teknologi ini pertamakali ditemukan pada tahun 1966 yang bertujuan untuk menghilangkan batasan-batasan dalam berbisnis. Perkembangan *fintech* semakin maju tatkala perbankan mulai mengimplementasikan, teknologi ini untuk mempermudah operasionalnya pada tahun 1980, kemudian dilanjutkan pada tahun 1990 ketika dukungan internet semakin meningkat maka penggunaan *fintech* juga ikut meningkat, contohnya penggunaan *online banking* atau *internet banking* (Kurniawan,2019). Indonesia sendiri telah mengatur tentang *fintech* dengan diterbitkannya surat edaran No. 18/22/DKSP mengenai Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) yang menjelaskan Bahwasanya layanan *fintech* adalah kegiatan layanan jasa dalam sistem pembayaran melalui teknologi *mobile* ataupun *web* yang dilakukan melalui kerja sama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif (Indonesia, 2016). Salah satu *fintech* adalah *e-wallet*.

Menurut (Di et al., 2020) mengenai *e-wallet* atau dompet elektronik adalah sebuah aplikasi *mobile* yang berguna sebagai penyimpanan uang elektronik yang dipergunakan untuk melakukan suatu transaksi pembayaran. Menurut Yudha (2019) *e-wallet* ini hadir disertai sistem yang sudah langsung terkoneksi dengan internet sehingga para konsumen dapat dengan mudah dalam menggunakannya sistem informasi tersebut. Apabila dibandingkan dengan *e-money* yang sistemnya menggunakan *chip*, *e-wallet* atau dompet digital ini dalam penggunaannya menggunakan aplikasi. Dengan demikian, suatu transaksi pembayaran yang dilakukan oleh penggunanya akan menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien karena saat melakukan transaksi pembayaran tidak perlu lagi melalui mesin ATM ataupun *mobile banking*.

Data dari Bank Indonesia menyebutkan bahwa secara resmi sebanyak 38 *e-wallet* telah resmi mendapatkan lisensi. Sebuah situs *meta-search* yaitu iPrice Group (2019) dan perusahaan analisis data terpercaya yaitu App Annie untuk mensurvey mengenai aplikasi *e-*

*wallet* yang paling mendominasi dan populer di Indonesia. Menurut survey tersebut pada quarter ke-2 tahun 2019 terdapat sebanyak lima aplikasi *e-wallet* populer di *google play* dan *ios* yang didasarkan pada jumlah pengguna aktif, dan yang lebih menarik menurut Jakpat *Mobile Survey Platform* dan *DailySocial* sebanyak 74,6% dari pengguna 5 aplikasi populer ini rata-rata berusia 20 sampai dengan 35 tahun yang berarti merupakan rata-rata usia generasi *millennial* saat ini.

Peningkatan pengguna dompet digital (*e-wallet*) mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, peningkatan tersebut adanya dorongan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang memberikan ceruk berupa kolaborasi pada layanan perbankan. Dengan semakin bertambahnya jumlah penggunaan *e-wallet* ini, maka manfaat, kemudahan dalam penggunaan, risiko, dan juga kenyamanan yang dirasakan dari masing-masing pengguna juga berbeda-beda. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk menguji pengaruh variabel-variabel dilihat dari perspektif perilaku pengguna dalam penggunaan dompet digital (*e-wallet*) dengan menggunakan faktor-faktor seperti persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan juga menambahkan variabel persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) terhadap perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) pada pengguna *e-wallet* di Kota Denpasar.

Dari pemaparan konteks diatas arah dari penelitian ini untuk memahami bagaimana perilaku pengguna *e-wallet* di Kota Denpasar dengan menggunakan model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM)

Menurut F. D. Davis (1989) mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang digunakan dalam menguraikan bagaimana *user* dapat menerima suatu sistem. Tujuan utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu untuk memberikan penjelasan mengenai bagaimana penentuan penerimaan suatu sistem teknologi informasi secara umum, serta memberikan penjelasan mengenai bagaimana perilaku pengguna dalam suatu populasi terhadap sistem teknologi informasi. Model ini mengemukakan saat pengguna dihadapkan pada sistem informasi atau teknologi yang baru, maka akan muncul beberapa aspek yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaannya, terutama pada manfaat (*usefulness*) yaitu dimana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi tersebut kinerja dari pengguna tersebut akan mengalami peningkatan, dan juga pada kemudahan penggunaan (*ease of use*) yaitu dimana pengguna

percaya bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi tersebut pengguna tidak akan merasa kesulitan dikarenakan adanya kemudahan dalam penggunaannya sehingga tidak merepotkan penggunanya. TAM dapat menilai bagaimana penggunaan dan penerimaan suatu sistem informasi atau teknologi dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), begitupun dengan perilaku (*behavioral intention*) (Kurniawan, 2019). *Behavioral intention to use* adalah suatu kepercayaan yang dinilai berdasarkan tingkatan yang menunjukkan pada minat seseorang dalam melakukan suatu perilaku tertentu yang mana minat ini akan dilakukan tanpa adanya paksaan (Davis, 1989).

Davis tahun 1989 mengemukakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan salah satu konstruk utama yang membangun model TAM ini, konstruk ini merupakan konstruk yang menilai seberapa percaya seseorang mampu meningkatkan kinerjanya ketika menggunakan sebuah sistem, yang berarti kinerja pengguna suatu sistem akan meningkat apabila mereka percaya bahwa sistem ini berguna. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) ini diartikan sebagai suatu tingkatan individu yang percaya atau meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tertentu mampu menaikkan tingkat kinerja orang tersebut, yang artinya manfaat dari adanya penggunaan teknologi informasi yang baru ini dapat meningkatkan kinerja maupun prestasi kerja seseorang yang menggunakannya (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Sienatra (2020) juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap *fintech continuance intention*. Peneliti Kurniawan (2019) juga melakukan penelitian dimana hasil yang diperoleh yaitu persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku.

**H1: Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) pada pengguna *e-wallet* di Denpasar.**

Konstruk kedua dalam model TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), konstruk ini merupakan konstruk yang menilai bahwa seseorang percaya apabila dalam menggunakan suatu sistem informasi maka mereka akan terbebas dari suatu usaha. Apabila suatu sistem informasi bisa dioperasikan dengan mudah maka pengguna akan menerima dan menggunakan kembali. Namun, berbeda saat suatu sistem

teknologi informasi tersebut sangat susah digunakan dan diaplikasikan maka pengguna sudah pasti akan merasa tidak nyaman dan tidak sangat mungkin tidak akan menggunakan kembali (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2019) ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Suyanto (2019) juga menunjukkan pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap *fintech*. Peneliti Syahril & Rikumahu (2019) juga melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna.

**H2: Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) pada pengguna *e-wallet* di Denpasar.**

Menurut Oentario (2017) persepsi risiko (*perceived risk*) ini merupakan suatu tingkatan yang diprediksi konsumen mengenai bagaimana ketidakpastian dari adanya transaksi pembayaran secara *online*. Ketika pengguna menggunakan suatu sistem teknologi informasi adanya risiko yang akan pengguna terima saat menggunakannya. Pengguna sendiri sudah dapat memprediksi risiko apa saja yang mereka dapatkan ketika menggunakan sistem teknologi informasi tersebut. Persepsi risiko (*perceived risk*) ini diartikan sebagai suatu tingkatan yang diprediksi konsumen mengenai bagaimana ketidakpastian dari adanya transaksi pembayaran secara *online* (Oentario, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hu, Zhongqing (2019) menunjukkan bahwa persepsi risiko akhirnya dapat berpengaruh terhadap perilaku pengguna layanan *fintech*. Penelitian yang dilakukan oleh Sienatra (2020) juga menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap *fintech continuance intention*.

**H3: Persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) pada pengguna *e-wallet* di Denpasar.**

Menurut Ulaan et al., mengenai persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) ini adalah suatu tingkat kepuasan yang pengguna rasakan saat melakukan pembelian secara *online* pada suatu *website* tertentu walaupun hanya sebatas membuat perasaan seseorang merasa bahagia dan belum termasuk dengan hasil yang pengguna dapatkan dari pengalaman

berbelanja *online* tersebut. Saat pengguna merasakan nyaman dalam menggunakan teknologi informasi tersebut, maka akan menimbulkan rasa tenang dan tidak perlu adanya kecemasan yang perlu dikhawatirkan dalam penggunaannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Al-Gahtani dan King (1999) dalam pemanfaatan teknologi informasi ditambahkan variabel persepsi kenyamanan. Variabel persepsi kenyamanan ini memiliki pengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang diperoleh dari variabel moderasi sikap (*attitude*) dan perhatian perilaku (*behavior intention*). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Studi & Indonesia (2004) juga diperoleh hasil bahwa persepsi kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna.

#### **H4: Persepsi Kenyamanan (*perceived enjoyment*) berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) pada pengguna *e-wallet* di Denpasar.**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memperkaya kajian mengenai perilaku dari *user* suatu sistem ataupun suatu teknologi, mengingat penilaian penerimaan maupun suksesnya suatu sistem tidak terlepas dari peran serta dari pengguna.

## **METODE**

Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu di daerah Kota Denpasar, Bali. Alasan memilih lokasi ini karena Kota Denpasar ini dapat dikatakan merupakan pusat dari seluruh aktivitas masyarakat, sehingga Kota Denpasar menjadi sasaran utama untuk melakukan penelitian mengenai perilaku pengguna dalam penggunaan *e-wallet* dan juga dapat dikatakan bahwa masyarakat yang ada di Kota Denpasar cukup mengenal mengenai aplikasi *e-wallet* ini. Selain itu, di Kota Denpasar sudah pernah diadakan peresmian layanan *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* BPD Bali guna menggalakkan transaksi non tunai yang diadakan di Denpasar Festival (Denfest) ke-12 pada hari Sabtu, 28 Desember 2019.

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) mengenai populasi yaitu merupakan jumlah wilayah generasi yang terdapat obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti yang kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua pengguna yang telah menggunakan aplikasi *e-wallet* yang ada di Denpasar, Bali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* dapat diartikan sebagai teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan ukuran sampel yang digunakan dapat dihitung menggunakan rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti jumlahnya. Menurut Hair (2010) menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah lima sampai dengan sepuluh observasi untuk setiap indikatornya. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$n = 5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}$

$n = 5 \times 15 \text{ indikator}$

$n = 75 \text{ sampel atau responden}$

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75 responden. Sehingga dalam hal ini, peneliti mengambil sampel 75 responden untuk mewakili pencarian data dalam penelitian ini dengan kriteria yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif dari aplikasi *e-wallet* dan sudah pernah bertransaksi minimal satu kali menggunakan aplikasi *e-wallet*.

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang merupakan penelitian yang mendeskripsikan keadaan yang difokuskan dalam penelitian berdasarkan data berupa angka yang telah diperoleh dan dikumpulkan (Widayat, 2004). Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa hasil jawaban yang diberikan oleh responden melalui kuesioner yang telah dibuat.

### **Sumber Data**

Untuk memperoleh informasi mengenai fakta-fakta mengenai hal-hal yang diperlukan dalam penelitian, maka diperlukan sumber data yang peneliti hasilkan dari sumber data primer. Menurut Sugiyono (2017) mengenai data primer yaitu merupakan sumber data yang sudah langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan merupakan data yang langsung didapatkan dari objek penelitian yaitu pengguna aktif aplikasi *e-wallet* di Denpasar yang dipilih untuk menjadi responden.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid yang bertujuan dapat dibuktikan, dapat dikembangkan suatu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memecahkan dan mengantisipasi permasalahan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner akan diberikan kepada para responden untuk perolehan datanya.

## **Instrumen Penelitian dan Pengujiannya**

Dalam penelitian ini, pengumpulan datanya menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner, sehingga instrumen penelitian dan pengujiannya yang digunakan yaitu melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik ini dilakukan bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang telah diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten (Priyatno, 2012). Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan terhadap perilaku pengguna. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk dapat mengetahui koefisien regresi yang nantinya menentukan apakah hipotesis yang telah disusun akan diterima atau ditolak. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku pengguna (behavioral intention to use)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi persepsi manfaat ( $X_1$ )

$\beta_2$  = Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ )

$\beta_3$  = Koefisien regresi persepsi risiko ( $X_3$ )

$\beta_4$  = Koefisien regresi persepsi kenyamanan ( $X_4$ )

- X<sub>1</sub> = Persepsi manfaat (perceived usefulness)
- X<sub>2</sub> = Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use)
- X<sub>3</sub> = Persepsi risiko (perceived risk)
- X<sub>4</sub> = Persepsi kenyamanan (perceived enjoyment)
- e = Standar error

**Uji t (Parsial)**

Uji t ini menurut Sanusi (2016) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

**Uji F (Simultan)**

Uji F ini menurut Sanusi (2016) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) ini digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen (X) yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Nilai R<sup>2</sup> menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama (Sanusi, 2016).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Instrumen Penelitian**

**1. Uji Validitas**

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Persepsi Manfaat	X <sub>1.1</sub>	0,823	Valid
		X <sub>1.2</sub>	0,819	Valid
		X <sub>1.3</sub>	0,827	Valid
		X <sub>1.4</sub>	0,727	Valid
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	X <sub>2.1</sub>	0,718	Valid
		X <sub>2.2</sub>	0,781	Valid
		X <sub>2.3</sub>	0,804	Valid
		X <sub>2.4</sub>	0,813	Valid

3	Persepsi Risiko	X <sub>3.1</sub>	0,776	Valid
		X <sub>3.2</sub>	0,838	Valid
		X <sub>3.3</sub>	0,844	Valid
4	Persepsi Kenyamanan	X <sub>4.1</sub>	0,787	Valid
		X <sub>4.2</sub>	0,761	Valid
		X <sub>4.3</sub>	0,826	Valid
		X <sub>4.4</sub>	0,722	Valid
5	Perilaku Pengguna	Y <sub>1</sub>	0,669	Valid
		Y <sub>2</sub>	0,702	Valid
		Y <sub>3</sub>	0,889	Valid
		Y <sub>4</sub>	0,815	Valid
		Y <sub>5</sub>	0,846	Valid
Nilai r <sub>tabel</sub>		0,227		

Sumber: Hasil pengolahan data (2020)

Berdasarkan hasil uji diatas pada tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi kenyamanan, dan perilaku pengguna memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai r<sub>tabel</sub> yaitu 0,227 sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Persepsi Manfaat	0,811	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,782	Reliabel
3	Persepsi Risiko	0,755	Reliabel
4	Persepsi Kenyamanan	0,771	Reliabel
5	Perilaku Pengguna	0,846	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan data (2020)

Berdasarkan hasil uji diatas pada tabel 2 menunjukkan bahwa kelima variabel dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi kenyamanan, dan perilaku pengguna memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		75	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.32816647	
Most Extreme Differences	Absolute	.149	
	Positive	.096	
	Negative	-.149	
Test Statistic		.149	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	.056
		Upper Bound	.068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil pengolahan data (2020)

Berdasarkan uji normalitas diatas pada tabel 3 menunjukkan bahwa besarnya nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,062 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	.525	1.904
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	.512	1.954
	Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )	.754	1.326
	Persepsi Kenyamanan (X <sub>4</sub> )	.597	1.676

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna (Y)

Sumber: Hasil pengolahan data (2020)

Berdasarkan uji multikolinearitas diatas pada tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan seluruh variabel independen memiliki nilai VIF < 10,0. Hal ini berarti pada model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.462	1.447		-.319	.751
Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	.142	.091	.252	1.566	.122
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	-.001	.109	-.002	-.012	.991
Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )	-.006	.066	-.013	-.097	.923
Persepsi Kenyamanan (X <sub>4</sub> )	-.041	.080	-.078	-.519	.606

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Hasil pengolahan data (2020)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diatas pada tabel 5 menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini berarti model regresi ini dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Pengujian Hipotesis

**Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.864	2.267		.822	.414
Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	.293	.142	.211	2.062	.043
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	-.036	.170	-.022	-.214	.831
Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )	.039	.104	.032	.373	.711
Persepsi Kenyamanan (X <sub>4</sub> )	.836	.125	.642	6.673	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna (Y)

Sumber: Hasil pengolahan data (2020)

Dengan demikian, persamaan analisis regresi linier berganda dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = 1,864 + 0,293X_1 - 0,036X_2 + 0,039X_3 + 0,836X_4 + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta nya sebesar 1,864 yang artinya jika variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan = 0 maka perilaku pengguna sebesar 1,864.

2. Variabel persepsi manfaat memiliki koefisien sebesar 0,293 yang berarti persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna, ini dapat diartikan apabila persepsi manfaat meningkat maka perilaku pengguna juga akan meningkat sebesar 0,293.
3. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki koefisien sebesar -0,036 yang berarti persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pengguna, ini dapat diartikan apabila persepsi kemudahan penggunaan meningkat maka perilaku pengguna akan menurun sebesar 0,036.
4. Variabel persepsi risiko memiliki koefisien sebesar 0,039 yang berarti persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna, ini dapat diartikan apabila persepsi risiko meningkat maka perilaku pengguna juga akan meningkat sebesar 0,039.
5. Variabel persepsi kenyamanan memiliki koefisien sebesar 0,836 yang berarti persepsi kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna, ini dapat diartikan apabila persepsi kenyamanan meningkat maka perilaku pengguna juga akan meningkat sebesar 0,836.

#### Uji t (Parsial)

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka penjelasan dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai sig-value sebesar 0,043 yang artinya lebih kecil dari nilai p-value yang ditentukan sebesar 0,05 dan koefisien regresinya sebesar 0,293, maka dapat disimpulkan bahwa antara persepsi manfaat terhadap perilaku pengguna terdapat pengaruh positif dan signifikan.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai sig-value sebesar 0,831 yang artinya lebih besar dari nilai p-value yang ditentukan sebesar 0,05 dan koefisien regresinya sebesar -0,036, maka dapat disimpulkan bahwa antara persepsi kemudahan penggunaan dengan perilaku pengguna terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan.
3. Variabel persepsi risiko memiliki nilai sig-value sebesar 0,711 yang artinya lebih besar dari nilai p-value yang ditentukan sebesar 0,05 dan koefisien regresinya sebesar 0,039, maka dapat disimpulkan bahwa antara persepsi risiko dengan perilaku pengguna terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan.

4. Variabel persepsi kenyamanan memiliki nilai sig-value sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari nilai p-value yang ditentukan sebesar 0,05 dan koefisien regresinya sebesar 0,836, maka dapat disimpulkan antara persepsi kenyamanan dengan perilaku pengguna terdapat pengaruh positif dan signifikan.

### Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji F ini adalah dengan melihat nilai signifikansi dari  $F_{hitung}$ , nilai signifikansi yang digunakan dalam uji F adalah sebesar 0,05. Menurut hasil analisis nilai dari tabel ANOVA menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 27,796 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dapat dilakukan dengan menghitung nilai Adjusted  $R^2$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen (X) yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Hasil analisis menunjukkan bahwa perhitungan nilai  $R^2$  sebesar 0,614 yang artinya bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* sebesar 61,4% sedangkan 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Hasil analisis dari uji asumsi klasik yang telah dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

1. Uji normalitas yang dilakukan dengan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* menggunakan pendekatan Monte Carlo menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, karena nilai signifikansinya sebesar 0,062 yang lebih besar dari 0,05.
2. Uji multikolinearitas yang dilakukan menunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi

risiko, dan persepsi kenyamanan memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 serta nilai VIF kurang dari 10,0 sehingga model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji Glejser menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sedangkan, hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan dengan uji statistik t, uji statistik F, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa:

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan variabel persepsi manfaat memiliki koefisien sebesar 0,293 yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti semakin banyak manfaat yang diperoleh oleh pengguna semakin banyak pengguna yang akan menggunakan aplikasi *e-wallet* ini.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Universitas TELKOM yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna.

2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki koefisien sebesar -0,036 yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Dengan demikian maka H0 diterima dan H2 ditolak. Hal ini berarti semakin mudah penggunaannya semakin tidak ingin pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

3. Persepsi risiko berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan variabel persepsi risiko memiliki koefisien sebesar 0,039 yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima. Hal ini berarti sebesar apapun risiko yang terdapat pada aplikasi tersebut, para pengguna akan tetap menggunakan aplikasi *e-wallet* tersebut.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sienatra (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Dampak Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap *Fintech Continuance Intention* Pada Generasi Milenial di Surabaya yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap *fintech continuance intention*.

4. Persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi kenyamanan terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan variabel persepsi kenyamanan memiliki koefisien sebesar 0,836 yang menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H4 diterima. Hal ini berarti semakin pengguna merasa nyaman maka semakin susah untuk lepas dari penggunaan aplikasi *e-wallet* ini.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Studi & Indonesia (2004) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris di Kabupaten Sragen) yang menyatakan bahwa persepsi kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna.

5. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pengguna *e-wallet*.

Berdasarkan hasil analisis nilai dari tabel ANOVA menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 27,796 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

6. Uji koefisien determinasi yang dilakukan menunjukkan bahwa perhitungan dari nilai  $R^2$  adalah sebesar 0,614 yang artinya bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* sebesar 61,4% sedangkan 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berdasarkan hasil dan pembahasan yang terdapat pada bab-bab sebelumnya yaitu sebagai berikut:

1. Dilihat dari koefisien regresinya, persepsi manfaat memiliki koefisien sebesar 0,293. Dengan demikian maka persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Dilihat dari koefisien regresinya, persepsi kemudahan penggunaan memiliki koefisien sebesar -0,036. Dengan demikian maka persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.
3. Dilihat dari koefisien regresinya, persepsi risiko memiliki koefisien sebesar 0,039. Dengan demikian maka persepsi risiko berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.
4. Dilihat dari koefisien regresinya, persepsi kenyamanan memiliki koefisien sebesar 0,836. Dengan demikian maka persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

5. Dilihat dari nilai  $R^2$  sebesar 0,614 maka dapat dinyatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap perilaku pengguna secara bersama-sama sebesar 61,4%.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat dari penggunaan aplikasi *e-wallet* harus ditingkatkan, semakin efektif penggunaan aplikasi *e-wallet* maka akan banyak terdapat pengguna yang semakin berminat untuk menggunakannya dan diharapkan aplikasi *e-wallet* dapat lebih mengefisien waktu dalam penggunaan saat melakukan suatu transaksi pembayaran.
2. Pada kemudahan penggunaan dalam penelitian ini berpengaruh negatif, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar meneliti kembali alasan lain persepsi kemudahan penggunaan ini terjadi pengaruh negatif dan tidak signifikan.
3. Risiko yang terjadi dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* dapat lebih diminimalisir agar para pengguna tidak perlu merasa cemas saat mereka melakukan transaksi walaupun saat ini pengguna akan tetap menggunakannya sebesar apapun risiko yang kemungkinan akan terjadi saat mengaplikasikannya tapi akan lebih baik jika disediakan berbagai solusi yang dapat diberikan untuk membantu mengatasi risiko-risiko yang terjadi.
4. Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* harus terus dipertahankan dan lebih dikembangkan, dengan menjaga keamanan dan kenyamanan dapat menghilangkan rasa khawatir yang dirasakan oleh pengguna sehingga dapat terus merasa nyaman saat mereka menggunakan aplikasi *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran.
5. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan penelitian ini dan mengkaji lebih dalam mengenai variabel-variabel lainnya selain yang terdapat dalam penelitian ini yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Thesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro,
- CNBC Indonesia. (2020). Alasan GoPay, DANA, & LinkAja Cs Kian Digandrungi di RI. (online). (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200115122416-37-130148/alasan-gopay-dana-linkaja-cs-kian-digandrungi-di-ri>, diakses pada 20 Juli 2020).
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information System Quarterly*, 13, 319-340.

- Devita, V.D. (2019). Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia? (online). (<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>, diakses pada 14 Agustus 2020).
- Di, M., Jabodetabek, W., Kasus, S., & Layanan, P. (2020). *PENGARUH E-WALLET TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI*. December 2019, 0–11.
- Gahtani S. Said., dan Malcolm King. 1999. Attitudes, Satisfaction and Usage: Factors Contributing to Each in the Acceptance of Information Technology. *Behaviour dan Information Technology*., volume 18, No. 4, 277-297.
- Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gu, J., Lee, S., Suh, Y. 2009. Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert System with Application*. 36 (9), 11605-11616.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hermanto, S. B. and Patmawati, P. (2017) 'Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(2). doi: 10.9744/jak.19.2.67-81.
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., Ling, R., & Bin, L. (2018). *Preliminary Study on Consumer Attitude towards FinTech Products and Preliminary Study on Consumer Attitude towards FinTech Products and Services in Malaysia*. June.
- Indonesia, B. (2016). *Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP*. 18.
- Indonesia, Bank. (n.d.). Financial Technology. (online). (<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>, diakses pada 16 Agustus 2020).
- Jin, C. C. (2019). *International Journal of Asian Social Science FACTORS AFFECTING THE CONSUMER ACCEPTANCE TOWARDS* Keyword s. 9(1), 59–65. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2019.91.59.65>
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Karim, Mustofa Abdul.2017. *Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptence Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. Skripsi FE UII.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kunci, K., Model, A., Usefulness, P., & Usefulness, P. (2019). *PENGARUH KEBERTERIMAAN LAYANAN PEER TO PEER LENDING KEPADA UMKM SEBAGAI PENGGUNA DENGAN MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. 5, 151–160.
- Kurniawan, T. A. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model ( TAM )*. 16(1).

- Model, T. A. (2019). *SS symmetry Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users : An Empirical Examination with an Extended*. <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Morris, G. Michael., dan Andrew Dillon. 1997. How User Perceptions Influence Software Use. *IEEE*.
- Nontunai. (2019). Denpasar Festival 2019 Galakkan Transaksi Nontunai. (online). (<https://www.nontunai.com/denpasar-festival-2019-galakkan-transaksi-nontunai/amp/>, diakses pada 14 Agustus 2020).
- Oentario, Y., Harianto, A., Irawati, J. 2017. Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen pemasaran*. 11 (1). 26-31.
- Pavlou, Paul A. 2010. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International journal of Electronic Commerce*, Vol. 7.
- Priyastama, Romie.2017. *Buku sakti Kuasai SPSS- Pengolahan data dan analisis data*. Yogyakarta:Anak Hebat Indonesia.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- R.V. Ulaan. (2016) "The Effect of Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online", *Jurnal Emba*, Vol.4 No.1, 1139
- Ramadhan, Bagus. (2019). Pengguna Dompot Digital di Indonesia Mulai Tidak Terpengaruh Promo. (online). (<https://teknoloia.com/pengguna-dompot-digital-di-indonesia-mulai-tidak-terpengaruh-promo-cd5821edf144>, diakses pada 12 Agustus 2020).
- Redaksi. (2020). Perkembangan Teknologi E-Wallet di Indonesia, Sudah Sampai Mana? (online). (<https://beritalima.com/perkembangan-teknologi-e-wallet-di-indonesia-sudah-sampai-mana/>, diakses pada 12 Agustus 2020).
- Sanusi, Anwar. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for Business (Metode Penelitian Untuk. Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sienatra, K. B. (n.d.). *Dampak persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada generasi milenial di surabaya*.
- Silaen Sofar dan Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media.
- Sofianty, Nila. (2020). BI: 60 Ribu Merchant di Bali Sudah Gunakan QRIS. (online). (<https://www.tagar.id/bi-60-ribu-merchant-di-bali-sudah-gunakan-qr>, diakses pada 14 Agustus 2020).
- Studi, J., & Indonesia, A. (2004). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP Budi Santoso Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. 1998, 1–15*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen ( JMM Online )*. 3(2), 201–214.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran. Edisi Pertama*. Cetakan Pertama. Malang: CV Cahaya Press.
- Widiyanti, W., Bina, U., & Informatika, S. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok*. 7(1), 54–63.
- Yudha, K.B.K. (2019). Jangan Salah! Ini Perbedaan E-Money dan E-Wallet Dalam Mempermudah Transaksi. (online). (<https://www.finansialku.com/perbedaan-e-money-dan-e-wallet/amp/>, diakses pada 28 Agustus 2020).