

Pengaruh Kepercayaan, Risiko Keamanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Denpasar

I Gusti Bagus Pramana Putra ⁽¹⁾

A. A. Ngurah Gede Sadiartha ⁽²⁾

I Made Suasti Puja ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
putrapramana0502@gmail.com

ABSTRACT

The decision to use is one of the important aspects that is highly considered by service providers, because it can be considered a very valuable asset. There are also important aspects related to the decision to use, namely consumer trust and security risk. The purpose of this study was to determine the effect of consumer trust and security risk on the decision to use the Shopee Paylater service in Denpasar City. This study was conducted in Denpasar City with a sample of 120 people using the purposive sampling method. Data collection was carried out using interview and questionnaire techniques. The analysis method used is multiple linear regression analysis using the SPSS program. The results of the analysis show that 1) Consumer trust has a positive and significant effect on the decision to use the Shopee Paylater service, 2) Security risk has a positive and significant effect on the decision to use the Shopee Paylater service, 3) Consumer trust and security risk simultaneously have a positive and significant effect on the decision to use the Shopee Paylater service.

Keywords: *Consumer Trust ; Security Risk; Decision to Use*

ABSTRAK

Keputusan penggunaan merupakan salah satu aspek penting yang sangat diperhatikan bagi perusahaan penyedia jasa, karena dapat dianggap sebagai aset yang sangat bernilai. Terdapat juga aspek penting yang berkaitan dengan keputusan penggunaan, yaitu kepercayaan konsumen dan risiko keamanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater di Kota Denpasar. Penelitian ini dilakukan pada Kota Denpasar dengan jumlah sampel sebanyak 120 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa 1) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater, 2) Risiko keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater, 3) Kepercayaan konsumen dan risiko keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater.

Kata Kunci: *Kepercayaan Konsumen, Risiko Keamanan, Keputusan Penggunaan*

Pendahuluan

Di Indonesia sendiri sudah banyak jenis marketplace yang sudah berkembang, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, JD ID, Blibli, dan lainnya sebagainya. Namun berkembangnya marketplace ini hanya dikuasai oleh platform Shopee. Dikarenakan *Platform* Shopee memiliki *feedback* terbaik dari konsumen mulai dari segi kualitas ataupun pelayanan dengan jumlah peminat yang meningkat setiap bulannya (Faisol, dkk 2021). Shopee merupakan marketplace yang saat ini memiliki jumlah peminat yang sangat banyak, dikarenakan aplikasi Shopee ini lebih fokus pada *platform mobile* untuk memudahkan pengguna mencari barang yang dibutuhkan (Sekar 2018). Selain itu, Dalam metode pembayarannya pun bisaterbilang sangat mudah, mulai dari adanya fitur Shopee *pay*, Shopee *Paylater*, *Cash on delivery*, dan transfer via bank. Yang paling spesial dari fitur yang sudah Shopee sediakan adalah Shopee *Paylater*.

Keputusan penggunaan merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan menggunakan artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan (Antika & Paramitasari, 2022), harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan penggunaan adalah proses pengintergrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya Kuheba, Manoppo dan Tumbel (2020) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Jamilah dan Hadi (2018) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa diantara berbagai macam alternatif pilihan.

Kehadiran layanan *Paylater* yang baru muncul belakangan ini, tentunya akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada sektor bisnis ini dalam merebut konsumen. Setiap layanan *Paylater* harus berupaya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apabila tidak berupaya maka dapat terjadi penurunan dalam hal keputusan pembelian dan akhirnya berdampak pada elangsungan layanan tersebut (Simbolon, 2021).

:



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Penggunaan Paylater Di Indonesia Tahun 2021-2024
Sumber : OJK, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa OJK mencatat jumlah kontrak pembiayaan *Paylater* di Indonesia mencapai 79,92 juta di tahun 2023. Jumlah ini meningkat pesat dari tahun 2021, di mana hanya tercatat 55,44 juta kontrak pembayaran *Paylater* di Indonesia. Menurut OJK, peningkatan rata-rata setiap tahunnya mencapai 144,35%. Nilai tersebut bahkan digadang-gadang akan terus bertumbuh, seiring dengan naiknya permintaan terhadap penggunaan sistem ini.

Salah satu industri *fintech* yang saat ini berkembang adalah Shopee *Paylater*. Shopee *Paylater* adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. Layanan Shopee *Paylater* memiliki berbagai manfaat yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti untuk bertransaksi pada *marketplace* Shopee, melakukan pembelian dari beberapa kategori seperti pulsa, tagihan, hingga hiburan. Penggunaan Shopee *Paylater* jauh lebih praktis karena pendaftarannya yang begitu singkat dan aktivasi jauh lebih cepat dari kartu kredit. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa dengan adanya fitur Shopee *Paylater* ini dapat membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena ketersediaan anggaran atau limit. Shopee *Paylater* berhasil menarik keputusan pembelian salah satunya pada masyarakat di Kota Denpasar yang menyebabkan perubahan perilaku berbelanja dan membangkitkan konsumen untuk berbelanja dengan menggunakan metode *buy now, Paylater*.

Menurut Suryani dalam Ikranegara (2017) kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk menerima kerentanan dalam melakukan transaksi online berdasarkan harapannya yang positif mengenai perilakunya berbelanja online pada masa mendatang. Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan menggunakan Shopee *Paylater*, karena adanya risiko yang mungkin diterima oleh konsumen ketika melakukan

transaksi. Hal ini sesuai dengan penelitian Inggardini Asarila dan Marheni Eka Saputri (2021) yang memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa variable kepercayaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan dan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Sehingga dengan adanya kepercayaan konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan.

H1 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan menggunakan Shopee *Paylater*

Menurut Norken (2015) mengemukakan risiko sebagai faktor yang memberikan pengaruh buruk dan harus ditangani untuk tercapainya penyelesaian pekerjaan yang dibatasi oleh waktu, biaya dan kualitas. Adapun menurut Rizqiah (2017) mengemukakan bahwa risiko memiliki makna ganda yaitu risiko dengan efek positif yang disebut dengan kesempatan atau *opportunity*, dan risiko yang membawa efek negative yang biasa disebut ancaman atau *threat*. Risiko menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan menggunakan Shopee *Paylater*, karena adanya risiko seperti risiko denda apabila keterlambatan dalam pembayaran akan membuat konsumen tidak atau tetap menggunakan Shopee *Paylater* tersebut dan itu tentu saja berhubungan dengan keputusan penggunaan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Inggardini Asarila dan Marheni Eka Saputri (2021) yang memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa risiko secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Sehingga risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan konsumen. Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020) yang memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel terhadap keputusan penggunaan.

H2 : Risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan menggunakan Shopee *Paylater*

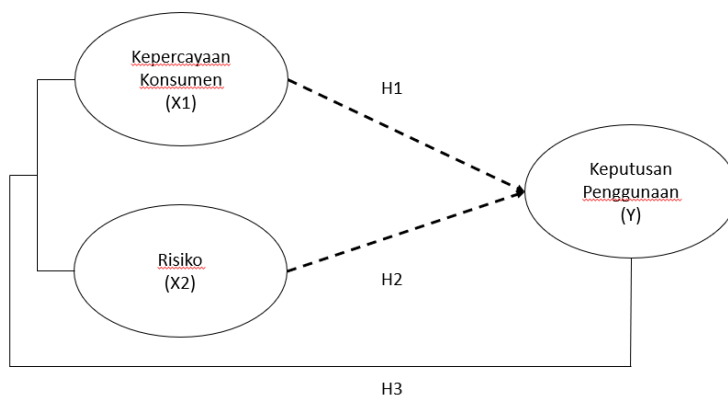
Menurut Suryani dalam Ikranegara (2017) kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk menerima kerentanan dalam melakukan transaksi online berdasarkan harapannya yang positif mengenai perilakunya berbelanja online pada masa mendatang. karena adanya risiko seperti risiko denda apabila keterlambatan dalam pembayaran akan membuat konsumen tidak atau tetap menggunakan Shopee *Paylater* tersebut dan itu tentu saja berhubungan dengan keputusan penggunaan konsumen. Marheni Eka Saputri (2021) yang memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa risiko secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

H3 : Kepercayaan, dan risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan

menggunakan Shopee *Paylater*

Metode Penelitian

Dari hasil kajian penelitian terdahulu yang relevan dan erat kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen dan risiko kerja secara bersama-sama akan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Kaur dan Arora (2020)

Gambar 2. Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilakukan di Denpasar Adapun alasan peneliti memilih tempat penelitian ini karena Ditemukannya permasalahan terkait dengan variabel yang diteliti yaitu mengenai kepercayaan, risiko, dan keputusan penggunaan menggunakan Shopee *Paylater* di Kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee *Paylater* di Kota Denpasar yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan dengan pasti berapa jumlahnya untuk dijadikan sampel, maka populasi ini tergolong populasi tidak terhingga (*Infinite Population*) sehingga penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Infinite Population*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sebelum instrumen dipergunakan untuk melaksanakan penelitian maka instrumen tersebut harus diuji coba terlebih dahulu kepada sejumlah responden yang telah ditetapkan untuk menguji validitasnya. Pengujian validitas ini dilakukan dengan mengkorelasi skor jawaban kuesioner dari setiap pernyataan. Ketentuan suatu instrumen dikatakan valid atau sah apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Correlation* (r) $> 0,3$. Adapun hasil hitungan dari uji validitas kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1	0,817	Valid
	Y2	0,853	Valid
	Y3	0,867	Valid
	Y4	0,799	Valid
Kepercayaan Konsumen (X1)	X11	0,889	Valid
	X12	0,820	Valid
	X13	0,831	Valid
	X21	0,845	Valid
Risiko Keamanan (X2)	X22	0,836	Valid
	X23	0,833	Valid
	X24	0,841	Valid
	X25	0,844	Valid

Sumber: Data diolah, (2025)

Dapat diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,30$ sehingga masing-masing indikator untuk variabel keputusan penggunaan, kepercayaan konsumen dan risiko keamanan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keputusan penggunaan	0,851	Reliabel
Kepercayaan konsumen	0,799	Reliabel
Risiko keamanan	0,892	Reliabel

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa instrumen penelitian variabel keputusan penggunaan, kepercayaan konsumen dan risiko keamanan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai reliabilitas lebih besar dari 0,60.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.351	.884		4.924	.000
	Kepercayaan	.227	.105	.195	2.165	.032
	Risiko keamanan	.461	.065	.636	7.080	.000

Sumber: data diolah, (2025)

Dari hasil tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = B_0 + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e_i$$

$$Y = 4,351 + 0,227X_1 + 0,461X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar 4,351 menggambarkan bahwa jika kepercayaan konsumen dan risiko keamanan sama dengan 0 maka keputusan penggunaan adalah sebesar 4,351 satuan.
2. Koefisien regresi variabel kepercayaan konsumen sebesar 0,227 mempunyai makna bahwa setiap perubahan atau peningkatan 1 (satu) satuan kepercayaan konsumen, maka keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater* akan meningkat sebesar 0,227 satuan, demikian pula sebaliknya, apabila kepercayaan konsumen dikurangi 1 (satu) satuan, maka keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater* juga akan menurun. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater*.
3. Koefisien regresi variabel risiko keamanan sebesar 0,461 mempunyai makna bahwa setiap perubahan atau peningkatan 1 (satu) satuan risiko keamanan, maka keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater* akan meningkat sebesar 0,461 satuan, demikian pula sebaliknya, apabila risiko keamanan dikurangi 1 (satu) satuan, maka keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater* juga akan menurun. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee *Paylater*.
4. Berdasarkan Tabel 3 maka dapat dikemukakan bahwa koefisien regresi kepercayaan konsumen sebesar 0,195 dan koefisien regresi risiko keamanan sebesar 0,636. Dari kedua

koefisien regresi tersebut maka diketahui bahwa risiko keamanan merupakan variabel yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater dengan koefisien regresi sebesar 0,636.

Tabel 4. Hasil uji t

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.351	.884		4.924	.000
	Kepercayaan konsumen	.227	.105	.195	2.165	.032
	Risiko keamanan	.461	.065	.636	7.080	.000

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4 maka dapat diketahui hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Layanan Shopee Paylater

Untuk mengetahui jawaban atas uji signifikansi pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Rumusan Hipotesis Variabel

Ho : $b_1 = 0$ Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater

Ha : $b_1 \neq 0$ Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater.

b. Ketentuan Pengujian : $\alpha = 5\% = 0,05$

c. Kriteria Pengujian

Apabila angka probabilitas signifikansi $\leq 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima..

Tabel 5. Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.575	2	213.788	102.787	.000 ^b
	Residual	243.350	117	2.080		
	Total	670.925	119			

Sumber: data diolah, (2024)

Berdasarkan Tabel 5 maka untuk mengetahui jawaban terhadap hipotesis 3 (H3) yang diajukan maka dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut :

a. Menentukan Formulasi Hipotesis

Ho : $b_1, b_2 = 0$ Kepercayaan konsumen dan risiko keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater

Ha : $b_1, b_2 \neq 0$ Kepercayaan konsumen dan risiko keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater

b. Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (α) = 5% atau 0,05) dengan dfn = k, dan derajat kebebasan (dfd) = n-k-1. Dengan ketentuan tersebut maka degree of freedom yang ditetapkan adalah $120-2-1 = 117$.

c. Kriteria Pengujian

Apabila angka probabilitas signifikansi $\leq 0,05$, maka Ho diterima dan H3 ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian pada Shopee Paylater adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater dibuktikan dengan thitung (2,165) > ttabel (1,658) serta nilai sig. 0,032 < α 0,05. Hasil ini berarti semakin tinggi kepercayaan konsumen maka semakin tinggi keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater.
2. Risiko keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater dibuktikan dengan thitung (2,165) > ttabel (1,658) serta nilai sig. 0,032 < α 0,05. Hasil ini berarti semakin baik pengelolaan risiko keamanan maka semakin tinggi keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater.

3. Kepercayaan konsumen dan risiko keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater dibuktikan dengan $F_{hitung} (102,787) > F_{tabel} (3,20)$ dan serta $sig\ 0,000 < 0,05$. Hasil ini berarti semakin baik kepercayaan konsumen dan risiko keamanan maka semakin tinggi keputusan penggunaan pada layanan Shopee Paylater.

Daftar Pustaka

- Aisah, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, dan risiko Terhadap Keputusan Penggunaan pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA).
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88-103.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, , Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilaku*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*. Edisi Empat. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Manikandan, M.K.M. (2020), "Store brand and perceived risk on private label brand attitude", *Journal of Indian Business Research*, Vol. 12 No. 1, pp. 133-150
- Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49-70.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan terhadap keputusan penggunaan menggunakan pinjaman online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828.
- Rahyuda, K. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Revisi 2017. Denpasar : Udayana University Press.
- Ramadhayanti, A. 2019. *Aplikasi SPSS Untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Susanto, D., Fadhillah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 89-97.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-68.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh risiko, kualitas situs web, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan konsumen ecommerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1-11.
- Almeyda, D., & Canggih, C. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Nisbah bagi Hasil dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito IB. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2931-2948.
- Anastasia, T. I., & Suwarno, A. E. (2022, January). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Manfaat, Presepsi Harga, Risiko, Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online (Studi Empiris Pada

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (No. 4, pp. 377-384).

Fadhil, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan internet banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 264-276.