



SKETSA BISNIS

Journal homepage:

<https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>

ISSN 2356-3672 E-ISSN 2460- 0989

Naskah Diterima : 28 Juli 2023

Diterima Publikasi : 20 September 2023

Analisis Pengaruh Faktor Kegunaan, Kemudahan, Sosial Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Batam

Wisnu Yuwono^{1*}, Roni Antonio², Pulung Peranginangin³

^{1,2,3} Universitas Internasional Batam

*) Penulis Korespondensi: wisnu@uib.ac.id

Abstract

Dunia digital berkembang begitu pesat, sehingga memaksa seluruh *stakeholder* beradaptasi dengan kemajuan yang dihasilkan. Hal ini juga dialami oleh sektor perbankan yakni dengan lahirnya sistem pembayaran menggunakan e-money atau uang elektronik. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi pola penerimaan teknologi tersebut pada mahasiswa, secara spesifik dalam menggunakan e-money. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode sampling yang digunakan adalah *purposive random sampling*. Penelitian ini melibatkan 247 mahasiswa di Kota Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kegunaan, kemudahan, dan pengaruh lingkungan sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan e-money. Sementara itu, faktor risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan e-money.

Keywords: e-money, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi sosial, dan risiko

Abstrak

The digital world is developing so rapidly, forcing all stakeholders to adapt to the progress being made. This is also experienced by the banking sector, namely with the birth of a payment system using e-money or electronic money. This research aims to investigate the pattern of acceptance of this technology among students, specifically in using e-money. This research uses a quantitative approach, the sampling method used is *purposive random sampling*. This research involved 247 students in Batam City. The research results show that the factors of usability, convenience and influence of the social environment have a significant positive influence on the intention to use e-money. Meanwhile, risk factors do not have a significant influence on the desire to use e-money.

Kata Kunci: e-money intention, perceived of usefulness, perceived ease to use, perceived risk, and social influence

1. Pendahuluan

Perkembangan informasi juga teknologi berkembang secara eksponensial akhir-akhir ini telah memberikan dampak yang begitu signifikan bagi kehidupan masyarakat diberbagai sektor kehidupan. Perkembangan teknologi ini telah menimbulkan dampak dalam dunia industri seperti munculnya istilah industri 4.0, begitu juga di masyarakat juga muncul apa yang sering kita dengar dengan *society* 5.0. Dimana penggunaan teknologi dalam kehidupan telah merubah tatanan sosial di dalam masyarakat dimana individu dapat memanfaatkan teknologi seperti *IoT*, *big data*, AI, robotik, dan lainnya dengan tujuan untuk memudahkan kegiatan dan aktifitas bagi kebutuhan manusia (Era & Dan, 2019).

Fenomena ini kemudian dimanfaatkan oleh dunia industri untuk memberikan peningkatan layanan terhadap produk produknya. Salah satunya pada bidang layanan finansial, dimana saat ini banyak bermunculan usaha yang menawarkan jasa *financial technology* atau lebih populer dimasyarakat dengan istilah Fintech (Kominfo, 2019). Selain perusahaan di bidang layanan finansial, bank bank di Indonesia juga kemudian ikut berperan dalam merespon perkembangan teknologi keuangan tersebut, misal salah satu contohnya adalah Bank Central Asia telah mengakuisisi bank Royal pada tahun 2019, bertransformasi menjadi bank digital BCA. Perusahaan perusahaan layanan finansial tersebut beserta bank, terus menawarkan dan mensosialisasikan berbagai jenis instrumen instrumen keuangan kepada masyarakat (Bisnis.com, 2021).

Salah satu instrumen keuangan yang berkembang pesat saat ini adalah *e-money*, Pemerintah Indonesia sejak tahun 2007 terus menggiatkan dan mensosialisasikan *e-money*. Setiap orang sudah mulai meninggalkan penggunaan uang tunai, namun sudah mulai beralih menggunakan uang digital atau *e-money* dalam setiap transaksi yang dilakukan. Kegiatan transaksi keuangan yang serba elektronik tersebut dapat tidak terbatas oleh adanya ruang maupun waktu dan sudah mengenal E-commerce (Yuwono & Wiwi, 2021), maupun digital marketing (Maydeline & Christiarini, 2023), dimana hal ini tidak dapat dilakukan apabila menggunakan uang tunai. Sehingga transaksi transaksi elektronik ini dapat menjadi lebih cepat dan lebih instan (Statistik, 2018).

Menurut Bank Indonesia, E-money atau uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan berdasarkan jumlah uang yang diserahkan kepada penyedia uang elektronik. dan disimpan secara digital kedalam sebuah chip atau berbasis server (*server based*) dimana uang tersebut tidak dalam bentuk simpanan. Menurut data Bank Indonesia, pengguna *e-money* yang paling tinggi adalah pada rentang usia 18 hingga 35 tahun. Penggunaan *e-money* dilakukan untuk pembayaran digital seperti transportasi, belanja online, pemesanan makanan dan pembayaran produk digital baik yang ada dikota besar maupun didaerah (Bank Indonesia, 2020).

Dari data bank Indonesia, bahwa penggunaan *e-money* meningkat secara drastis sepuluh tahun belakangan ini, pada bulan Desember tahun 2010 transaksi *e-money* di Indonesia adalah 2,898,167 transaksi, sedangkan pada periode bulan yang sama pada tahun 2020 transaksi *e-money* mencapai 438.047.792 transaksi (Bank Indonesia, 2020). Namun di lain sisi, dari data badan otoritas jasa keuangan Indonesia menunjukkan, indeks literasi keuangan Indonesia hanya sebesar 38,03 % pada tahun 2019. Angka ini jauh lebih rendah di banding beberapa negara tetangga di Asia tenggara, misalnya Singapura yang memiliki indeks literasi keuangan sebesar 98%, sedangkan Malaysia memiliki indeks literasi sebesar 85% dan Thailand sebesar 82%. Indeks literasi keuangan menunjukkan tingkat kephahaman keuangan masyarakat terhadap instrumen keuangan yang ada. Semakin tinggi indeks literasi nya semakain tinggi tingkat kephahaman keuangan masyarakatnya (OJK, 2019).

Dengan rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia dibandingkan negara tetangga tersebut, menyebabkan perusahaan dibidang layanan finansial kesulitan untuk melakukan penetrasi instrumen keuangan pada masyarakat, sementara perkembangan teknologi berkembang cepat, perusahaan harus terus tetap mengikuti laju perkembangan dan kemajuan teknologi tersebut. Walaupun dengan tingkat literasi keuangan di masyarakat Indonesia secara umumnya masih rendah dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya, namun penggunaan uang elektronik, menunjukkan peningkatan yang luar biasa di Indonesia. Hal ini mengindikasikan terdapat faktor pendorong lainnya dalam mempengaruhi penggunaan keuangan digital tersebut.

Menurut penelitian, dijelaskan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan seseorang berkeinginan untuk menggunakan *e-money*, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial dan faktor resiko yang mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keinginan menggunakan *e-money* (Putritama et al., 2016). Dimana dapat dijelaskan, bahwa semakin seseorang itu memahami kegunaan (persepsi kegunaan) dari suatu produk dan dapat mengambil manfaat dari produk tersebut, maka niat untuk menggunakan produk tersebut semakin tinggi (Elango & Pimpin, 2020).

Begitu juga persepsi kemudahan, yang beranggapan bahwa produk yang akan digunakan mampu membuat kemudahan terhadap aktifitas yang dilakukan oleh seseorang (Iswara et al., 2019). Pengaruh sosial, yang merupakan faktor dari lingkungan sosial seseorang, yang memberikan dorongan dan motivasi, juga berpengaruh dan menyebabkan seseorang itu yakin atau berniat untuk menggunakan *e-money* (Khatimah et al., 2019). Begitu juga faktor resiko yang mungkin dihadapi ketika menggunakan *e-money*, semakin besar resiko, maka semakin kecil seseorang akan menggunakan *e-money* (Baganzi & Lau, 2017).

Dengan melihat adanya fenomena yang dijelaskan di atas. Walaupun dengan tingkat indeks literasi masyarakat Indonesia yang rendah, penggunaan *e-money* meningkat sangat drastis, ada faktor lain selain seperti dijelaskan di atas selain dari tingkat literasi keuangan masyarakat, yang berpengaruh dalam keinginan untuk menggunakan *e-money*. ini menimbulkan pertanyaan, sejauh mana faktor lain tersebut mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *e-money*, maka dilakukanlah penelitian ini.

Dari data bank Indonesia yang dijelaskan di atas, bahwa rentang usia terbanyak pengguna *e-money* di Indonesia adalah dari mulai usia 18 tahun sampai usia 35 tahun, oleh itu maka penelitian ini mengambil sampel responden penelitiannya adalah kalangan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa yang berlokasi di Kota Batam, Kepulauan Riau. Dengan tujuan menguji sejauh mana persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, dan persepsi resiko terhadap niat penggunaan *e-money*.

2. Kerangka Teori

Selama ini penelitian tentang keinginan menggunakan *e-money* masih lebih banyak menggunakan *technology acceptance model* (TAM). TAM sendiri sebetulnya telah dikembangkan sejak lama (Davis.1989), khususnya untuk menganalisis sejauh mana sebuah teknologi berguna dan mudah digunakan oleh pengguna. Seiring dengan waktu, TAM ini kemudian dipadukan dengan variabel behavioral untuk untuk mendapatkan hasil yang lebih luas karena seseorang akan menggunakan *e-money* tidak semata-mata karena pendekatan TAM namun juga faktor perilakunya, seperti pengaruh sosial (Khatimah et al., 2019), dan risiko (Logahan et al., 2019).

Davis (1989) Menyatakan bahwa persepsi kegunaan dijelaskan sebagai sejauh mana seseorang memiliki keyakinan dan kepercayaan bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Ketika mempertimbangkan adopsi sistem baru, salah satu faktor yang penting adalah apakah sistem tersebut memberikan manfaat yang lebih baik. (Venkatesh & Davis, 2000).

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan terhadap pengaruh persepsi kegunaan dengan keinginan untuk menggunakan *e-money* diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Purwanto et al (2019) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya terhadap kelompok usia millennial di Jawa Timur, bahwa *e-money* merupakan instrumen keuangan yang dapat dirasakan manfaatnya yang dapat di terima oleh konsumen.

Penelitian selanjutnya Elango & Pimpin (2020) dimana penelitiannya dilakukan dengan responden masyarakat kota Bangkok, menunjukkan bahwa responden merasa lebih nyaman dan merasakan manfaat dalam menggunakan pembayaran dengan *e-money*, dimana penggunaan *e-money* mampu menghemat waktu dan biaya. Ddari dua peneliti tersebut berarti bahwa semakin seseorang merasakan manfaat dari penggunaan

e-money, semakin tinggi kemungkinan mereka akan berminat menggunakan e-money. Hal ini juga meningkatkan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan e-money kepada orang lain.

H.1 Persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik atau e-money.

Persepsi kemudahan terkait dengan kepercayaan penggunaan suatu sistem tertentu atau anggapan *less effort* (Davis, 1989). Persepsi kemudahan juga dapat didefinisikan sebagai mudah diterapkan atau digunakan dan mampu membangun kepuasan dari pengguna terkait masalah masalah yang timbul dari penggunaan *e-money*, sehingga tidak terjadi ketidakpastian transaksi (Poey & Ariffin, 2015). Menurut laporan studi dari Shen & Chiou (2010) menyatakan bahwa kemudahan dalam bertransaksi dikaitkan dengan jangka waktu dari transaksi, sehingga persepsi kemudahan akan meningkat jika transaksi dilakukan dalam jangka pendek. Jadi semakin cepat sebuah proses transaksi terjadi, maka dikatakan bahwa sistem tersebut semakin mudah untuk dilakukan.

Studi sebelumnya yang pernah dilakukan untuk menguji pengaruh kemudahan dengan keinginan untuk menggunakan *e-money* diantaranya adalah hasil studi penelitian oleh Iswara et al (2019) bahwa semakin mudah *e-money* digunakan, maka semakin banyak nasabah yang mengadopsi *e-money*. Ini terbukti dengan jawaban dari hasil statistik deskriptif bahwa responden menjawab variabel kemudahan dengan setuju, demikian juga dengan jawaban responden terhadap adopsi *e-money*.

H.2 Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keinginan untuk menggunakan uang elektronik

Pengaruh sosial adalah cara berfikir dan persepsi konsumen tentang orang orang yang memberikan beberapa hal penting kepada mereka apakah itu mencerminkan atau tidak terhadap perilaku mereka (Pambuko et al., 2020).

Penelitian sebelumnya Do & Do (2020), dan Khatimah et al (2019) menunjukkan pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Namun penelitian Hutomo & Slamet (2019) mengungkapkan bahwa pengaruh sosial atau lingkungan sosial tidak mempengaruhi keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Penelitian yang dilakukan kepada kalangan milenial tersebut menunjukkan bahwa, kalangan millenial berkeinginan untuk menggunakan uang elektronik karena faktor kegunaan atau kemanfaatan dan kemudahan, bukan atas dasar pengaruh dari lingkungan sosialnya seperti pengaruh dari orang tua dan teman temannya. Hampir semua millenial menggunakan uang elektronik atas dasar keinginannya sendiri dan bukan atas pengaruh sosial atau lingkungan sosialnya.

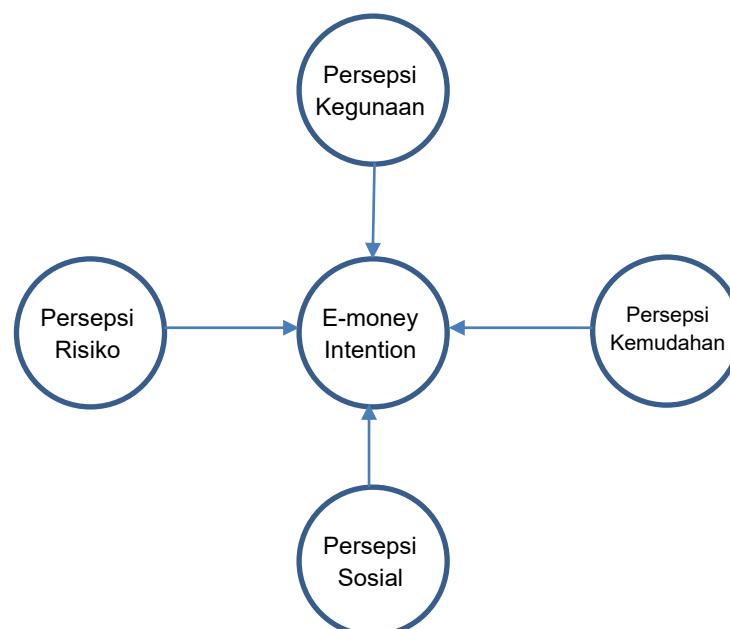
H.3 Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap Keinginan Untuk Menggunakan uang elektronik.

Bauer (1960), Menjelaskan bahwa risiko adalah hasil dari ketidakpastian dan konsekuensi dari tindakan atau keputusan yang diambil. Persepsi risiko meningkat seiring dengan tingkat ketidakpastian dan potensi dampak negatif yang terkait. Dalam artikel yang di kemukakan oleh Lin, (2016) menyatakan bahwa persepsi resiko adalah keyakinan bahwa sesuatu yang tidak diinginkan, mungkin saja dapat terjadi akibat penggunaan dari uang elektronik. Apabila tingkat kekhawatiran pada seseorang pada penggunaan *e-money* semakin tinggi, maka akan menyebabkan semakin tinggi persepsi resiko yang dimiliki orang tersebut dalam kaitannya dalam menggunakan *e-money*.

Penelitian Logahan et al (2019), menerangkan hasil penelitiannya, bahwa persepsi resiko secara langsung berpengaruh terhadap Keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Ini terbukti dari para respondennya yaitu generasi Y, yang menggunakan *e-money* untuk mengurangi resiko dari penggunaan e-money jika menghadapi kekhawatiran terhadap resiko yang mungkin terjadi. Dan menyimpulkan bahwa persepsi resiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan uang elektronik.

H.4 Persepsi resiko berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik

Dari hasil pembahasan pengaruh hubungan antar variabel yang telah dijelaskan, maka dibuatlah suatu pemodelan penelitian sebagai berikut:



Sumber: (Poey & Ariffin, 2015; Shen & Chiou 2010; Poey & Ariffin, 2015; Shen & Chiou 2010; Purwanto et al 2019; Elango & Pimpin 2020; Do & Do 2020; Khatimah et al 2019; Hutomo & Slamet 2019; Bauer 1960; Lin, 2016; Logahan et al 2019)

Gambar 1. Model Penelitian

3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, adapun variabel tersebut digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian Alalwan et al (2017), dan pengaruh sosial mengadopsi konsep Bich Do & Nhin Thi Do (2020). Variabel dependennya adalah keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Obyek penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Data statistik PEMKO Batam tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat 30.407 mahasiswa yang tersebar di seluruh kampus di Kota Batam dan tersebar di 12 kecamatan se-kota Batam (Pemko, 2020). Pendekatan sampel slovin untuk menentukan besaran sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

N = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = margin of error / error tolerance (batas toleransi kesalahan)

Populasi mahasiswa di Kota Batam sebanyak 30.407 siswa maka dengan pertimbangan waktu biaya dan tenaga maka jumlah sampel dengan rumus yang harus diolah sebesar minimal 203 responden dengan *margin of error* 7%, dengan penyebaran kuesioner secara acak melalui G-form. Alat analisis penelitian ini adalah SPSS versi 25.0.

4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Studi dilakukan terhadap mahasiswa berkuliah di kota Batam. Penyebaran instrumen penelitian di lakukan pada 7 buah kampus di Batam, terdapat sebanyak 248 responden yang digunakan sebagai sampel dari populasi sekitar 30.407 orang mahasiswa yang tersebar di berbagai kampus negeri dan swasta tersebut (Pemko, 2020). Pada penelitian ini data yang digunakan sebanyak 247 orang mahasiswa, dikarenakan terdapat 1 responden yang *outlier* dan datanya tidak dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut. Maka jumlah data yang digunakan adalah 247 orang. Tabel 1 dibawah ini, menunjukkan data distribusi penyebaran kuisisioner

Tabel 1. Distribusi Responden

| Keterangan Kuesioner | Jumlah Kuesioner |
|----------------------|------------------|
| Total tersebar | 300 |
| Diisi | 248 |
| Diisi Tidak Lengkap | 0 |
| Outlier | 1 |
| Dapat Digunakan | 247 |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

Beberapa karakteristik responden pada penelitian ini yang mencakup usia responden, jenis kelamin, usia, tempat kuliah, Pekerjaan dan juga pendapatan responden dalam sebulan. Berdasarkan jumlah responden, sebanyak 94 responden (38,1%) memiliki jenis kelamin laki-laki, kemudian sebanyak 153 responden berjenis perempuan (61,9%). Tabel 2 berikut ini merupakan statistik deskriptif data dari jenis kelamin responden.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|---------------|--------|------------|
| Perempuan | 153 | 61,9% |
| Laki - Laki | 94 | 38,1% |
| Total | 247 | 100,0 |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

Dari segi usia responden, pada penelitian ini diperoleh data sebanyak 81 responden (33,2%) dengan berusia di bawah 20 tahun, 136 responden (55,1%) pada rentang usia 20-30 tahun, 12 responden (4,9%) dengan rentang usia 31-40 tahun, dan 18 responden (7,3%) pada usia di atas 40 tahun. Tabel 3 Berikut ini merupakan statistik deskriptif data usia dari responden.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Usia Responden

| Usia (tahun) | Jumlah | Presentase |
|--------------|------------|-------------|
| < 20 | 81 | 33,2% |
| 20 - 30 | 136 | 55,1% |
| 31 - 40 | 12 | 4,9% |
| > 40 | 18 | 7,3% |
| Total | 247 | 100% |

Sumber : Pengolahan Data Primer (2023)

Sedangkan dari segi karakteristik mengenai pendidikan yang sedang ditempuh oleh responden, maka sebanyak 9 responden (3,6%) sedang menempuh jenjang pendidikan Diploma, 221 responden (89,5%) sedang menempuh pendidikan jenjang sarjana, dan 17 responden (6,9%) sedang menempuh pendidikan Magister. Tabel 4 berikut data statistik deskriptif pendidikan yang sedang ditempuh oleh responden.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Yang Sedang Ditempuh

| Jenjang Pendidikan yang Sedang ditempuh | Jumlah | Presentase |
|---|------------|--------------|
| Diploma 3 | 4 | 1,6% |
| Diploma 4 | 5 | 2,0% |
| Sarjana | 221 | 89,5% |
| Magister | 17 | 6,9% |
| Total | 247 | 100,0 |

Sumber : Pengolahan Data Primer (2023)

Statistik deskriptif responden berdasarkan tempat kuliah yang berada di kota Batam dapat dilihat jumlah sebaran responden pada tabel 5 dibawah ini dengan rincian sebagai berikut,

Tabel 3. Statistik Deskriptif Berdasarkan Perguruan Tinggi

| Nama Perguruan Tinggi | Jumlah | Presentase |
|---------------------------------|------------|--------------|
| Universitas Internasional Batam | 100 | 40,5% |
| Universitas Riau Kepulauan | 56 | 22,7% |
| Universitas Universal | 36 | 14,6% |
| Universitas Ibnu Sina | 24 | 9,7% |
| Universitas Putera Batam | 22 | 8,9% |
| Politeknik Batam | 7 | 2,8% |
| Universitas Terbuka Batam | 2 | 0,8% |
| Total | 247 | 100,0 |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.1 Hasil Uji Outlier

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian outlier untuk mengidentifikasi data yang tidak biasa. Awalnya, terdapat 248 data penelitian yang terkumpul. Namun, hasil analisis data mengindikasikan adanya data yang di luar pola umum. Untuk mengidentifikasi data yang di luar pola, peneliti menggunakan metode z-score. Data dianggap sebagai outlier jika nilai z-score melebihi 3 atau kurang dari -3, sesuai dengan kriteria yang dijelaskan oleh Hair et al., (2010). pada tahun 2010. Berdasarkan analisis tersebut, ditemukan satu data dari seluruh responden yang tergolong sebagai outlier. Oleh karena itu, data yang digunakan dalam analisis berjumlah 247 responden.

4.2 Hasil Uji Validitas

Setiap item dari pertanyaan pada kuesioner, diukur tingkat validitasnya dengan melakukan uji validitas. Menurut Sugiyono (2014), nilai validitas dapat dilihat dari nilai *loading factor* setiap butir pertanyaan. Apabila nilai *loading factor* pada pengujian tersebut menunjukkan angka lebih besar dari 0,6 maka dapat dinyatakan valid. Artinya item pertanyaan dengan nilai *loading factor* yang kurang dari 0,6 dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Corrected Item-Total Correlation | Kesimpulan Valid (✓) Tidak Valid (X) |
|---------------------|----------------------------------|--|
| Persepsi Kegunaan 1 | 0,620 | ✓ |
| Persepsi Kegunaan 2 | 0,810 | ✓ |
| Persepsi Kegunaan 3 | 0,781 | ✓ |
| Persepsi Kegunaan 4 | 0,719 | ✓ |

| Variabel | Corrected Item-Total Correlation | Kesimpulan |
|-------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| | | Valid (✓) Tidak Valid (X) |
| Persepsi Kemudahan 1 | 0,694 | ✓ |
| Persepsi Kemudahan 2 | 0,784 | ✓ |
| Persepsi Kemudahan 3 | 0,811 | ✓ |
| Persepsi Kemudahan 4 | 0,665 | ✓ |
| Pengaruh Sosial 1 | 0,634 | ✓ |
| Pengaruh Sosial 2 | 0,653 | ✓ |
| Pengaruh Sosial 3 | 0,688 | ✓ |
| Pengaruh Sosial 4 | 0,650 | ✓ |
| Persepsi Resiko 1 | 0,674 | ✓ |
| Persepsi Resiko 2 | 0,616 | ✓ |
| Persepsi Resiko 3 | 0,790 | ✓ |
| Keinginan Menggunakan 1 | 0,808 | ✓ |
| Keinginan Menggunakan 2 | 0,840 | ✓ |
| Keinginan Menggunakan 3 | 0,889 | ✓ |
| Keinginan Menggunakan 4 | 0,827 | ✓ |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner penelitian perlu diukur tingkat reliabilitasnya. Tingkat realibiltas dari kusioner penelitian dapat diketahui reliabilatsnya dengan melakukan uji reabilitas.sebuah kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alfa* minimal 0,7 (Bahri, 2018). Dari hasil uji reliabilitas kusioner pada penelitian ini, ditemukan bahwa semua butir pertanyaan dapat dinyatakan reliabel (tabel 7). menunjukkan hasil dari penelitian uji ini.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Kesimpulan |
|-----------------------|------------------|------------------------------------|
| | | Reliabel (✓) Tidak Reliabel (X) |
| Persepsi Kegunaan | 0,874 | ✓ |
| Persepsi Kemudahan | 0,878 | ✓ |
| Pengaruh Sosial | 0,829 | ✓ |
| Persepsi Resiko | 0,831 | ✓ |
| Keinginan Menggunakan | 0,932 | ✓ |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.4 Hasil Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah penyebaran data dilakukan secara normal atau tidak. tabel 8 menunjukkan hasil dari uji normalitas Berdasarkan tabel tersebut terlihat pada nilai Asymp. Sig. (2 tailed) nilainya 0,111 di mana > 0,05 nilai ini menunjukkan data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

| <i>One-sample Kolmogrov-Smirnov test</i> | <i>Unstandardized residual</i> | Keterangan |
|--|--------------------------------|---------------------------|
| <i>Asymp. Sig. (2 Tailed)</i> | 0,111 | Data terdistribusi normal |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai apakah ada pelanggaran terhadap asumsi klasik tentang multikolinearitas. Artinya, uji ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini. Untuk mengevaluasi ini, hasil uji dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Standar nilai toleransi VIF adalah bahwa setiap variabel harus memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1, sesuai dengan pedoman yang dijelaskan oleh (Ghozali, 2015). Hasil dari uji ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada indikasi adanya multikolinearitas antara variabel independennya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi tentang ketiadaan multikolinearitas terpenuhi. Hasil uji multikolinearitas dapat ditemukan dalam Tabel 9 berikut ini.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | <i>Tolerance</i> | VIF | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|---------------------------------|
| Persepsi Kegunaan | 0,487 | 2,053 | Multikolinearitas tidak terjadi |
| Persepsi Kemudahan | 0,556 | 1,798 | Multikolinearitas tidak terjadi |
| Pengaruh Sosial | 0,562 | 1,779 | Multikolinearitas tidak terjadi |
| Persepsi Resiko | 0,969 | 1,032 | Multikolinearitas tidak terjadi |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada regresi berganda, perlu dilihat apakah model penelitian terjadi ketidaksetaraan varian dari pengamatan residual yang satu ke pengamatan residual lainnya melalui uji heterodekasitas lain (Ghizali, 2016). Apabila residual memiliki varians yang sama maka disebut homokedastisitas. Sebaliknya apabila tidak sama maka disebut heterodekastisitas. Sebuah penelitian memiliki persamaan regresi akan dinilai jika masalah heteroskedastisitas tidak terjadi.

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedasitas

| <i>Model</i> | <i>Un STD. Coefficients</i> | | <i>STD. Coefficients</i> | | |
|--------------|-----------------------------|-------------------|--------------------------|----------|-------------|
| | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
| 1 (Constant) | 2.539 | .787 | | 3.224 | .001 |
| Kegunaan | -.006 | .039 | -.014 | -.167 | .868 |

| | | | | | |
|------------------------|-------|------|-------|-------|------|
| <i>Kemudahan</i> | .067 | .046 | .126 | 1.469 | .143 |
| <i>Pengaruh_sosial</i> | -.003 | .043 | -.071 | -.410 | .117 |
| <i>Persepsi_resiko</i> | -.028 | .039 | -.047 | -.729 | .467 |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

Dari data keluaran dengan metode uji Glejser yang ditunjukkan pada tabel 10 diatas, diketahui keempat variabel tersebut di atas memiliki nilai lebih 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masalah heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi. Data dari uji heteroskedastisitas tersebut dapat dilihat secara lengkap dan detail dari tabel 10 diatas.

4.7 Hasil Uji F (*F test*)

Uji F dalam analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi secara bersama-sama bagaimana variabel bebas memengaruhi variabel terkait dalam suatu penelitian. Kriteria penilaian adalah apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka secara bersama-sama variabel bebas dalam penelitian memberikan pengaruh terhadap variabel yang terkait. Hasil uji F dalam penelitian ini tercantum dalam Tabel 11. Nilai Sig. dalam tabel tersebut adalah 0,000, yang mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, dan persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap variabel keinginan menggunakan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas dalam model regresi penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel yang terkait.

Tabel 9. Hasil Uji F

| Variabel Dependen | F | Signifikansi | Kesimpulan |
|-----------------------|--------|--------------|------------|
| Keinginan Menggunakan | 69.316 | 0,000 | Signifikan |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

4.8 Hasil Uji t (*t test*)

Untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antara variabel-variabel bebas dan variabel terkait dalam model penelitian ini, uji t dilakukan. Uji t ini juga digunakan untuk menentukan apakah hipotesis penelitian ini dapat diterima atau ditolak. Dalam uji t, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hubungan tersebut dianggap signifikan. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat ditemukan dalam Tabel 12 di bawah ini.

Tabel 10. Hasil Uji t

| Variabel | STD. coefficient | t | Un. STD. coefficient | Sig | Kesimpulan |
|--------------------|------------------|-------|----------------------|-------|------------------|
| | Beta | | B | | |
| Persepsi Kegunaan | 0.266 | 4.229 | 0,278 | 0.000 | Signifikan |
| Persepsi Kemudahan | 0.238 | 4.047 | 0,272 | 0.000 | Signifikan |
| Pengaruh Sosial | 0.339 | 5.795 | 0,398 | 0.000 | Signifikan |
| Persepsi Resiko | 0.047 | 1.052 | 0,060 | 0.294 | Tidak Signifikan |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

H1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan uang elektronik

Dari tabel.12, bahwa hasil uji t terlihat, bahwa tingkat signifikansi pengaruh persepsi kegunaan dan keinginan menggunakan uang elektronik sebesar 0,000 ($<0,05$). Ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dan keinginan untuk menggunakan uang elektronik pada mahasiswa. Hasil uji statistik juga menunjukkan bahwa *unstandardized coefficient* B sebesar 0,278 dimana ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kegunaan mahasiswa terhadap uang elektronik maka keinginan untuk menggunakan uang elektronik pada mahasiswa semakin meningkat.

Sebagai mahasiswa yang juga merupakan bagian dari generasi Z, akan berkeinginan untuk menggunakan uang elektronik dengan mempertimbangkan faktor kegunaan atau kemanfaatan yang bisa diperoleh dari uang elektronik tersebut. Semakin bermanfaat uang elektronik tersebut dalam kegunaan mahasiswa, maka akan semakin tinggi minat atau keinginan untuk menggunakan uang elektronik tersebut bagi mahasiswa.

Berdasarkan hasil survey lapangan variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dikarenakan mayoritas responden (89,5%) sedang menempuh pendidikan sarjana dengan rentang usia mayoritas 20-30 tahun. Dengan tingginya tingkat pendidikan tersebut maka dimungkinkan responden lebih melek terhadap teknologi yang mereka gunakan sehingga mendorong dalam penggunaan e-money dalam kegiatan sehari-hari.

Dalam konteks ini, hasil uji ini menegaskan bahwa hipotesis pertama telah terbukti valid. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Elango & Pimpin, (2020); Legi et al (2020); Priyangika et al (2015); Sigar (2016); Sumerta & Wardana (2018) yang juga menemukan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan dan keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung diterimanya hipotesis pertama.

H2. Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik

Dari tabel 12, dapat dilihat hasil uji t menunjukkan bahwa tingkat signifikansi kemudahan dan keinginan untuk menggunakan uang elektronik adalah senilai 0,000 ($<0,05$). Nilai ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan uang elektronik. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa *unstandardized coefficient* B sebesar 0,272 dimana semakin tinggi persepsi kemudahan mahasiswa terhadap uang elektronik maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan uang elektronik.

Kemudahan yang ditawarkan oleh uang elektronik pada mahasiswa terhadap penggunaannya, maupun terhadap kemudahan transaksi keuangan yang dilakukan, dalam berbagai kegiatan seperti pembayaran dan transaksi online, yang dimudahkan dengan adanya uang elektronik ini menyebabkan meningkatnya keinginan atau minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik. Hasil ini juga sesuai kondisi lapangan dimana mayoritas responden adalah mahasiswa program sarjana (89,5%) yang merupakan kaum milenial yang sangat dekat dengan teknologi.

Penelitian ini juga dikuatkan oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hutomo & Slamet (2019) dan Indriastuti & Wicaksono (2019); Nanda Dwi Meylani, (2019); Cuandra, (2020) yang mengungkapkan bahwa adanya hubungan signifikan antara persepsi kemudahan dan keinginan menggunakan uang elektronik. Berkaitan dengan hal ini, maka hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis kedua dapat diterima.

H3. Pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keinginan menggunakan uang elektronik.

Pada tabel 12 hasil signifikansi pengaruh sosial dan keinginan menggunakan uang elektronik sebesar 0,000 ($<0,05$). Terlihat dari hasil tersebut, bahwa pengaruh sosial memiliki nilai signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Hasil uji statistik menunjukkan *unstandardized coefficient B* sebesar 0,398 dimana semakin besar pengaruh sosial yang diterima mahasiswa maka semakin semangat dalam keinginan menggunakan uang elektronik.

Pengaruh teman atau keluarga yang merupakan bagian dari lingkungan sosial mempunyai faktor dalam mempengaruhi keinginan mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Teman-teman atau dari keluarga yang pernah menggunakan uang elektronik memberikan informasi kepada mahasiswa tentang manfaat dan kemudahan uang elektronik. Sehingga mempengaruhi kepada mahasiswa terhadap keinginannya dalam menggunakan *e-money*. Hasil ini relevan dengan studi lapangan bahwa mayoritas mahasiswa sering melakukan transfer *e-money* diantara sesama mahasiswa ketika ada tugas bersama karena lebih praktis dan tidak perlu pengembalian uang lebih, hal ini yang menjadikan *e-money* sering digunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Solekah & Hilmawan (2021) yang melaporkan bahwa orang-orang yang penting berada disekitar responden dan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap responden yang merupakan masyarakat kota Malang, mendorong responden untuk menggunakan uang elektronik. Orang-orang tersebut yang merupakan teman atau keluarga mengharuskan responden untuk menggunakan uang elektronik. Secara umum lingkungan sosial mereka mempengaruhi responden untuk menggunakan uang elektronik.

H4. Persepsi resiko berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik.

Pada tabel 12 dilihat hasil uji signifikansi persepsi resiko dan keinginan menggunakan senilai 0,060 (>0,05). Nilai ini menunjukkan persepsi resiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan uang elektronik Mahasiswa tidak mempertimbangkan faktor resiko yang mungkin terjadi dikarenakan menggunakan uang elektronik, dan yakin dengan uang elektronik jika terjadi sesuatu pada penggunaannya, maka sudah ada solusi penyelesaiannya. Hal ini disebabkan oleh pandangan bahwa e-money di Indonesia relatif aman dan dilindungi oleh pemerintah sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa *unstandardized coefficient B* sebesar 0,060. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Baganzi & Lau, (2017), Putritama et al., (2016) dan Salloum et al. (2019), dimana dalam penelitian mereka bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keinginan untuk menggunakan uang elektronik.

4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menilai sejauh mana model penelitian mampu menjelaskan variabel terkaitnya, digunakan uji koefisien determinasi atau yang sering disebut sebagai uji R2. Nilai adjusted R2 dapat ditemukan dalam tabel ringkasan pada uji regresi berganda. Dalam persamaan regresi, semakin banyak variabel bebas yang digunakan, maka nilai adjusted R2 cenderung meningkat, yang berarti model tersebut semakin baik dalam menjelaskan variabel terkaitnya. Oleh karena itu, persamaan regresi menjadi lebih rentan terhadap penambahan variabel bebas (Ghozali, 2013). Hasil uji ini terdokumentasi dalam Tabel 4.13 di bawah ini. Dalam tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai adjusted R2 adalah sebesar 0,479 (47,9%). Ini berarti sekitar 47,9% dari variasi dalam model penelitian ini dapat menjelaskan pengaruh terhadap variasi keinginan untuk menggunakan uang elektronik. Sementara itu, sekitar 52,1% dari variasi tersebut berasal dari variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Variabel | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-----------------------|--------|----------|-------------------|----------------------------|
| Keinginan Menggunakan | 0.698a | 0,488 | 0,479 | 2,23091 |

Sumber: Pengolahan Data Primer (2023)

5. Kesimpulan Dan Saran

Mahasiswa di Kota Batam lebih cenderung menggunakan uang elektronik jika mereka menganggapnya bermanfaat. Semakin banyak manfaat yang dilihat dari penggunaan

uang elektronik, semakin besar keinginan untuk menggunakannya. Selanjutnya Mahasiswa di Kota Batam lebih cenderung menggunakan uang elektronik jika mereka merasa bahwa penggunaannya mudah. Semakin banyak kemudahan yang terkait dengan uang elektronik, semakin besar keinginan untuk menggunakannya. Pengaruh sosial dari lingkungan sekitar juga memengaruhi keinginan mahasiswa di Kota Batam untuk menggunakan uang elektronik. Semakin besar pengaruh sosial terhadap uang elektronik, semakin besar keinginan untuk menggunakannya. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan menggunakan uang elektronik. Risiko yang mungkin timbul dari penggunaan uang elektronik tidak memiliki dampak signifikan pada keinginan mahasiswa untuk menggunakannya.

Penelitian ini memberikan kontribusi dan implikasi kepada perusahaan jasa pelayan keuangan yang bergerak di bidang instrument keuangan *e-money* terutama *e-money* berbasis *server*, seperti jenis yang paling banyak dikenal di masyarakat saat ini, seperti , GOPAY, OVO, Shopeepay, Dana dan lainnya. Implikasi pada sisi manajerial adalah bagi semua jenis penyedia uang elektronik agar dapat terus berinovasi dalam meningkatkan fasilitas fasilitas yang ditawarkan pada uang elektronik sehingga dapat meningkatkan kemanfaatan atau kegunaan dari uang elektronik juga dapat memudahkan pengguna uang elektronik dalam menjalankan aktifitas aktifitas transaksi keuangan yang dilakukan dengan uang elektronik bagi masyarakat. Mulai dari desain *user interface* pada aplikasi yang digunakan, sehingga tidak membingungkan bagi pengguna. Proses registrasi yang mudah dan tidak memerlukan proses yang berbelit belit dan rumit, sampai pada proses login yang harus nya memudahkan pengguna dan tidak memerlukan langkah langkah yang panjang. Selain peningkatan dalam kegunaan maupun kemudahan, penyedia uang elektronik harus juga memperluas jangkauan penggunaan uang elektronik. Sehingga uang elektronik dapat di gunakan dalam segala aspek kegiatan transaksi keuangan, dan tetap melakukan sosialisasi terhadap semua kalangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Alalwan, , Abdallah, A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). International Journal of Information Management Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Baganzi, R., & Lau, A. K. W. (2017). Examining trust and risk in mobile money acceptance in Uganda. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/su9122233>

- Bagus Pambuko, Z., Soraya Dewi, V., Medias, F., Maulida, S., Kholidah, N., Mansyur Addury, M., Sobrun Jamil, A., Ichsan, N., Hanafi, S., Muhammadiyah Magelang, U., & Al-Husain, S. (2020). *Electronic money adoption in Indonesia* (Vol. 62, Issue 03).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto, Ed.). ANDI.
- Bank Indonesia. (2020). *Apa itu Uang Elektronik*.
- Bauer, R. A. (1960). Consumer Behavior as Risk Taking. *Dynamic Marketing for a Changing World, Proceedings of the 43rd*, 389–398.
- Bich Do, N., & Nhin Thi Do, H. (2020). An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89–99. <https://doi.org/10.15722/jds.18.10.202010.89>
- Bisnis.com. (2021). *Bank Digital BCA Disiapkan IPO. Ini Penjelasan Manajemen*.
- Cuandra, F. (2020). Pandangan Pengguna Internet terhadap Minat dalam Adopsi Internet Banking pada Masyarakat Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. *SKETSA BISNIS*, 7(1), 27–36. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i1.2133>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. January 2015. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elango, D., & Pimpin, S. (2020). *Consumer's Intention to use a Cashless payment application in Thailand*.
- Era, E. D. I., & Dan, I. (2019). *E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0*. 8(2), 171–184.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21b Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. Y. ., Anderson, R., & Thatam, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7Th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hutomo, B. S., & Slamet, M. R. (2019, December). *The Effect of Usefulness, Ease of Use, Credibility, Social Environment and Supporting Facilities on Millennial Generation Interest Using E-Money*. <https://doi.org/10.2991/icaess-19.2019.11>
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriastuti, M., & Wicaksono, R. H. (2019). Influencers e-money in banking sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 4(2).
- Iswara, G. T., Wialdy, K., & Sihombing, S. O. (2019). Predicting the Relationship of Antecedent Variables of Intention to Use: Empirical Analysis on E-Money Application.

Jurnal Dinamika Manajemen, 10(2), 256–268.
<https://doi.org/10.15294/jdm.v10i2.20443>

- Khatimah, H., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2019). *Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator*.
- Kominfo. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. 1–68.
- Legi, D., Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). The analysis of technology acceptance model (tam) on intention to use of e-money in manado (study on: gopay, ovo, dana). *Saerang 624 Jurnal EMBA*, 8(Oktober), 624–632.
- Lin, K. M. (2016). Understanding undergraduates' problems from determinants of Facebook continuance intention. *Behaviour and Information Technology*, 35(9), 693–705. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2016.1177114>
- Logahan, J. M., Viliano, M., & Simamora, B. H. (2019). Factors affecting intention to use “sakuku” e-money of generation y in indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 31, 20.
- Maydeline, & Christiarini, R. (2023). Digital Marketing Sebagai Perluasan Eksistensi UD. Makmur Jaya Sejahtera. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1529–1537.
- Nanda Dwi Meylani. (2019). Pengaruh Kemudahan Belanja Online dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *SKETSA BISNIS*, 4(2), 97–107. <https://doi.org/10.35891/jsb.v4i2.1600>
- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*.
- Pemko, B. (2020). *Statistik Sektoral 2020*.
- Poey, C. L., & Ariffin, A. Z. (2015). *Perceived Enjoyment and Malaysian Consumers' Intention to Use a Single Platform E-Payment*. 9.
- Priyangika, R. D., Perera, S., & Rajapakshe, D. P. (2015). *Customer attitude and intention towards internet banking: a case of licensed commercial banks in colombo district, sri lanka 1*.
- Purwanto, S., Hartini, S., & Candra Premananto, G. (2019). *The Development and Testing of Technology Acceptance Models for Consumers towards the Intention to Use E-Wallet*.
- Putritama, A., Shinta, R., & Sari, P. (2016). *Factors Affecting The Interest in Using E-money for Millennials*.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Khalaf, R., Habes, M., & Shaalan, K. (2019). An innovative study of e-payment systems adoption in higher education: Theoretical constructs and empirical analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(6), 68–83. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i06.9875>

- Shen, C., & Chiou, J. (2010). Computers in Human Behavior The impact of perceived ease of use on Internet service adoption: The moderating effects of temporal distance and perceived risk q. *Computers in Human Behavior*, 26(1), 42–50. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.07.003>
- Sigar, J. F. (2016). the Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 498–507. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13083>
- Solekah, N. A., & Hilmawan, W. (2021). *Factors that Influence to Intention to Use Electronic Money by UTAUT Model Approach*.
- Statistik, B. P. (2018). *Profil Generasi Milenia - Statistik Gender Tematik*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumerta, I. K., & Wardana, I. M. (2018). Analysis of intention to use electronic money in Denpasar city: tam approach. *Archives of Business Research*, 6(10). <https://doi.org/10.14738/abr.610.5356>
- Venkatesh, & Davis. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. January 2015*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Yuwono, W., & Wiwi, J. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Online di Kota Batam. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 2207–2220.