

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan E-Money di Daerah Istimewa Yogyakarta

Deden Iwan Kusuma^{1*}, Suratriningsih Susilowati²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta, Indonesia

Email: dedeniwankusuma.dik@gmail.com, suratriningsih03@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer berupa kuesioner yang di sebarakan melalui media WhatsApp dan Instagram. Alat analisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan untuk lingkungan sosial dan motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Motivasi Hedonis, Minat Penggunaan E-Money.

Abstract

The purpose of this research is to ascertain how the influence of perceptions of convenience, trust, social environment and hedonic motivation on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta. This study uses primary data collection in the form of questionnaires which are distributed via WhatsApp and Instagram media. The data analysis tool for this research is to use multiple regression analysis, which is to find out how much influence perceptions of convenience, trust, social environment, and hedonic motivation have on the interest in using e-money in the Special Region of Yogyakarta. These results indicate that perceived convenience and trust have a negative effect on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta, while the social environment and hedonic motivation have a positive effect on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: *Influence Of Perceived Convenience, Trust, Social Environment, Hedonic Motivation, Interest In Using E-Money*

Pendahuluan

Negara Indonesia memiliki rupiah sebagai mata uang. Undang-Undang No. 7 Tahun 2011 mewajibkan penggunaan rupiah dalam setiap transaksi harus memiliki tujuan

How to cite:	Deden Iwan Kusuma, Suratriningsih Susilowati (2024 (2024) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan E-Money di Daerah Istimewa Yogyakarta, (5) 4
E-ISSN:	2722-5356
Published by:	Ridwan Institute

pembayaran, penyelesaian kewajiban lainnya yang harus dipenuhi dengan uang yang dilakukan di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sebagai alat tukar, uang sekarang ini telah bertransformasi membawa perubahan bagi setiap penggunaannya, contoh perubahan tersebut adalah pengguna dapat lebih mudah melakukan transaksi apapun secara online (Astuti, 2022).

Diera digital sekarang ini, terlebih lagi pembayaran non-tunai menjadi salah satu alat transaksi yang berkembang dalam memenuhi permintaan fasilitas pembayaran. Dikutip dari aturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, *e-money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang di setor terlebih dahulu kepada penerbit selain itu nilai uang di simpan secara elektronik, di Indonesia uang elektronik dibedakan berdasarkan identitas penggunaannya. Menurut Manurung (2018) pembayaran *e-money* tidak hanya dalam kartu debit saja namun bisa juga dalam alat canggih smartphon/gadget.

Beberapa alat pembayaran yang digunakan seperti Brizzi, Dana, Flazz, Go-pay, Ovo, ShopeePay dan masih banyak lagi. Berdasarkan informasi yang peneliti dapat dari web databoks, menurut laporan Bank Indonesia, nilai transaksi e-money tumbuh 35,25% ke Rp32 triliun pada mei 2022 dibanding setahun sebelumnya. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/01/transaksi-e-money-dan-perbankan-digital-tumbuh-pesat-pada-mei-2022>) dari informasi tersebut bisa dilihat bahwa uang elektronik (e-money) sangat memudahkan penggunaannya sehingga membuat pengguna e-money semakin banyak.

Alasan mengambil judul persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis terhadap keinginan untuk menggunakan e-money adalah sebagai replikasi penulis Muhammad Sulaiman Mustaqim, dengan menambahkan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan dari replikasi penulis Ratna Asri Saras Sati (2020). Alasan kenapa menambahkan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan karena persepsi kemudahan penting bagi pengguna, dengan adanya kemudahan penggunaan e-money akan meningkat serta dengan adanya kepercayaan pengguna tidak ragu untuk mengoperasikannya (Putri & Suardikha, 2019).

Alasan lain kenapa mengambil judul tersebut adalah adanya persamaan pada pengaruh persepsi kemudahan yaitu sama-sama berpengaruh positif akan tetapi pada variabel kepercayaan dari hasil penelitian Ratna Asri Saras Sati (2020) kepercayaan tidak berpengaruh (negatif) terhadap minat penggunaan e-money tetapi pada penelitian Siti Rodiah & Inaya Sari Melati (Rodiah & Melati, 2020) keinginan untuk menggunakan uang elektronik dipengaruhi secara positif oleh variabel kepercayaan, karena hal tersebut penulis masih ingin membuktikan kebenarannya.

Menurut Ngafifi (2014) kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah pengukuran yang mencerminkan seberapa mudah seseorang mempresepsikan penggunaan teknologi, teknologi harus mudah digunakan dan mudah dioperasikan. Dalam penelitian Siti Rodiah & Inaya Sari Melati (2020) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Kepercayaan yang harus di yakinkan bahwa bertransaksi menggunakan e-money aman dan minim risiko. Menurut Pasaribu (2024) dalam sistem pembayaran secara elektronik kepercayaan menjadi salah

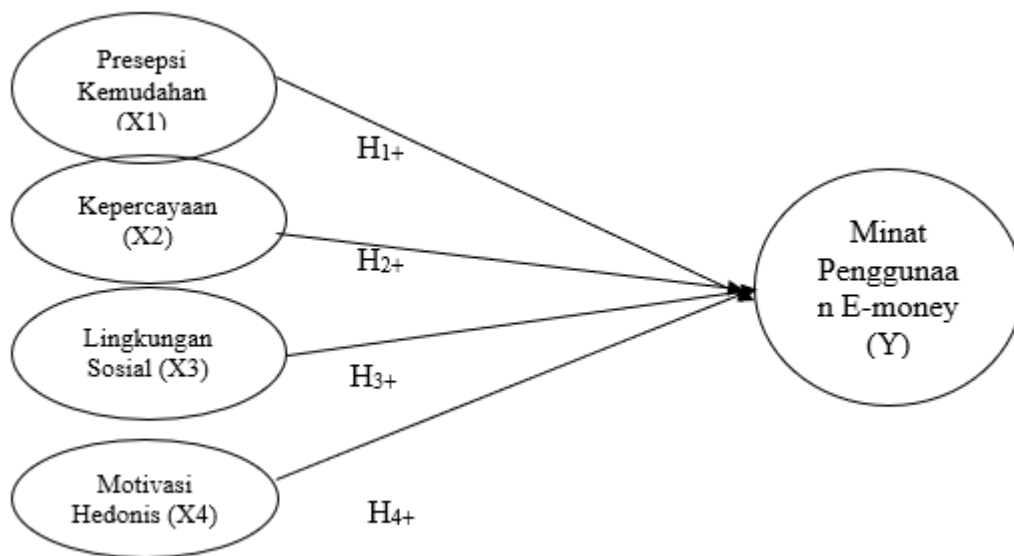
satu penentuan pengguna melakukan transaksi pembayaran. Dari hasil penelitian Ratna Asri Saras Sati (2020) variabel kepercayaan berpengaruh negatif (tidak berpengaruh) terhadap minat menggunakan e-money.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siswadhi (2020) menyimpulkan bahwa lingkungan sosial mempengaruhi perilaku dan menimbulkan rasa percaya kepada satu individu ke individu lainnya. Dibuktikan dalam penelitian Muhammad Sulaiman Mustaqim (2022), ketertarikan menggunakan e-money dipengaruhi (positif) oleh lingkungan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2023), menyatakan motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi di Amerika Serikat.

Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis melakukan penelitian dengan tujuan melihat pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis. Sehingga penulis mengambil judul penelitian dengan tema “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Motivasi Hedonis Terhadap Penggunaan E-money di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Metode Penelitian

Dengan menggunakan data kuantitatif kemudian diperoleh data dari hasil pengumpulan kuesioner melalui media whatssAp dan Instagram dalam bentuk link Google Form, yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS. Variabel yang digunakan tergambar dalam bagan berikut:



Gambar 1. Variabel yang digunakan

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna uang elektronik (e-money) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti dikarenakan tidak terdapat data pasti dan relevan yang memberikan informasi jumlah pengguna e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti menarik sampel menggunakan non-probability sampling, dimana tidak memberikan kesempatan

atau peluang yang sama kepada setiap anggota populasi dengan teknik pemilihan sampel dengan teknik purposive sampling menurut (Sugiyono, 2018). Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah menggunakan e-money dengan sasaran sebanyak 145 orang sebagai populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, berikut hasil perhitungan menurut rumus Sugiyono, 2011, sebagai berikut:

$$\frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{145}{1+145(0,05)^2} = \frac{145}{1+0,3625} = \frac{145}{1,3625} =$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Presentase kelonggaran 5%

Hasil yang di dapatkan dengan menggunakan rumus slovin, sampel yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 106 orang.

Hasil dan Pembahasan

A. Uji T

Uji T dilakukan untuk memahami beberapa nuansa yang berada dari variabel independen tertentu sambil menghadirkan variasi variabel dependen,. Setiap variabel independen dapat diasumsikan memiliki perbedaan yang signifikan dari variabel dependen jika p-value (dalam kolom sig) positif (0,05). Nilai tabel diperoleh dari rumus:

Tabel 1. Hasil Uji t

Hopotesis	B	Standardzied Coefficients Beta	t	< alpha	Keputusan
Persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan e-money (H1)	-0,201	-0,171	0,046		Ditolak
Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan e-money (H2)	0,197	0,166	0,160	0,05	Ditolak
Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money (H3)	0,404	0,407	0,000		Diterima
Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap penggunaan e-money (H4)	0,450	0,473	0,000		Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diprediksi bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t di atas menunjukkan pengaruh variabel memiliki nilai t sebesar 0,046 < sig 0,05 tetapi pada nilai B dan nilai standardzied Coefficientnya bersimbol negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Keputusan H1 yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money ditolak.

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diprediksi bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t diatas menunjukkan pengaruh variabel kepercayaan memiliki nilai t sebesar $0,160 > sig\ 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Keputusan H2 yaitu kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money ditolak.

Hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diprediksi bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t di atas menunjukkan pengaruh variabel lingkungan sosial memiliki nilai t sebesar $0,000 < sig\ 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Keputusan H3 yaitu lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money diterima.

Hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diprediksi bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t di atas menunjukkan pengaruh variabel motivasi hedonis memiliki nilai t sebesar $0,000 < sig\ 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Keputusan H4 yaitu motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money diterima.

B. Uji F

Uji F dikenal sebagai uji simultan, untuk mencoba mengevaluasi signifikansi dampak simultan berbagai variabel independen terhadap variabel independen. Pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan nilai signifikansi dan nilai alpha, dimana jika nilai $sig < 0,05$ maka faktor independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan, begitu juga sebaliknya jika nilai $sig > 0,05$ maka tidak ada hubungan antara faktor independen dengan variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji F

Variabel	P.value	Alpha	Kesimpulan
Persepsi kemudahan			Signifikan
Kepercayaan	0,000	0,05	Signifikan
Lingkungan sosial			Signifikan
Motivasi hedonis			Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji diatas nilai P.value dengan 0,000 terhadap variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-money jika di tarik dari kesimpulan P.Value $0,000 > alpha\ 0,05$ yang berarti variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel minat penggunaan e-money sebagai dependen.

C. Koefisien Determinan

Digunakannya koefisien determinan bertujuan untuk menentukan sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinan dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	Adjusted R-square
1	0,732

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinan Adjusted R-square menunjukkan nilai 0,732 yang berarti jika dipersenkan menjadi 73,2%, dengan artian semua variabel mampu menjelaskan variabel minat penggunaan sebesar 73,2% (bisa dikatakan cukup kuat). Sedangkan persentase sisa sebesar 26,8% menjelaskan variabel diluar model.

E. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-money

Pengujian X1, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan secara parsial antar variabel minat penggunaan e-money. Hal ini disebabkan P.Value lebih kecil dari nilai alpha ($0,046 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa ukuran persepsi kemudahan e-money memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Sehingga keputusan hipotesis pada variabel persepsi kemudahan ini berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetya (2020) mendapatkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Ratnasari Asri Saras Sati, yang memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money.

Indikator dalam mengukur persepsi kemudahan dalam penelitian ini adalah kemudahan memahami, kesederhanaan penggunaan dan mudahnya dalam pengoperasian. Dimana Persepsi kemudahan untuk melihat sejauh mana seseorang merasakan teknologi informasi tersebut sederhana dan tidak melibatkan banyak usaha dari pemakaiannya. Sehingga bisa dikatakan bahwa hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Ratnasari Asri Saras Sati, (2020).

F. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-money

Pengujian X2, kepercayaan berpengaruh tidak signifikan secara parsial antar variabel minat penggunaan e-money. Hal ini disebabkan P.Value lebih besar dari nilai alpha ($0,160 > 0,05$) yang menunjukkan bahwa ukuran kepercayaan e-money memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Sehingga keputusan hipotesis pada variabel kepercayaan ini berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil

penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umaningsih (2020) yang mendapatkan hasil bahwa minat penggunaan e-money dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan.

Tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ratnasari Asri Saras Sati, yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-money. Indikator dalam mengukur kepercayaan dalam penelitian ini adalah efisiensi, efek jangka panjang dan ketertarikan individu. Dimana kepercayaan diperlukan untuk melihat sejauh mana seseorang mengakui dan percaya bahwa e-money aman dan efisien jika digunakan. Sehingga hasil penelitian pada variabel kepercayaan konsisten dengan penelitian Ratnasari Asri Saras Sati, (2020).

F. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan E-money

Pengujian X3, lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara parsial antar variabel minat penggunaan e-money. Hal ini disebabkan P.Value lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa ukuran lingkungan sosial e-money memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Sehingga keputusan hipotesis pada variabel lingkungan sosial ini berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Tetapi hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Darista (2021) dengan mendapatkan hasil bahwa lingkungan sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Ratnasari Asri Saras Sati, yang memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Namun hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Sulaiman Musataqin, (2022) yang mendapatkan hasil bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hasil penelitian dikatakan konsisten dengan penelitian Muhammad Sulaiman Musataqin, (2022).

F. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Penggunaan E-money

Pengujian X4, motivasi hedonis berpengaruh signifikan secara parsial antar variabel minat penggunaan e-money. Hal ini disebabkan P.Value lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa ukuran motivasi hedonis e-money memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Sehingga keputusan hipotesis pada variabel motivasi hedonis ini berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Tetapi hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah (2022) dengan mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Laila (2021), yang memperoleh hasil bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Sulaiman Musataqin, (2022) yang mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonis

berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hasil penelitian dikatakan konsisten dengan penelitian Muhammad Sulaiman Musataqin, (2022)

Kesimpulan

Persepsi kemudahan berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga berpengaruh positif terhadap penggunaan ditolak. Kepercayaan berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga positif terhadap penggunaan ditolak. Lingkungan sosial berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga berpengaruh positif terhadap penggunaan diterima. Motivasi hedonis berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga positif berpengaruh terhadap penggunaan diterima.

BIBLIOGRAFI

- Astuti, Ayu Mardiana Puji. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) pada Generasi Milenial (Studi pada Masyarakat Kota Serang-Banten)*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Darista, Sallika Marra Rizki, & Mujilan, Mujilan. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO sebagai Alat Pembayaran E-Money. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 9(1), 27–37.
- Hanifah, Taruni Risla, & Mukhlis, Imam. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 69–83.
- Laila, Nur, & Herawati, Nyoman Trisna. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 12(2), 403–412.
- Manurung, Nirwana E. S. (2018). *Analisis Terhadap Perlindungan Hukum Bagi Kerugian Nasabah Pengguna Atm (Skimming Kartu Atm Pada Mesin Atm Bri Kesawan Medan)*.
- Mustaqim, Muhammad Sulaiman. (2022). *Determinan Minat Penggunaan Electronic Money Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*.
- Ngafifi, Muhamad. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Pasaribu, Surya Rodoli, & Rahmi, Rahmi. (2024). Analisis Kepercayaan Pengguna Paylater pada Shopee dan Tokopedia. *Journal of Business Application*, 3(1), 1–18.
- Prasetya, Hendra, & Putra, Scenda Erka. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan e-money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–158.
- Putri, NKRD, & Suardikha, I. Made Sadha. (2019). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan e-money di Kota Denpasar. *Sumber*, 232(2019), 971. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>

- Rodiah, Siti Rodiah, & Melati, Inaya Sari. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sati, Ratna Asri Saras, & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*.
- Siswadhi, Ferry. (2020). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(04), 272–284.
- Sugiyono, Prof Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. ALFABETA.
- Susilowati, Suratriningsih. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. STIE YKPN.
- Umaningsih, Wahyu Prastiwi, & Wardani, Dewi Kusuma. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113–119.

Copyright holder:

Deden Iwan Kusuma, Suratriningsih Susilowati (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

