

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DENGAN PEMAHAMAN TEKNOLOGI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Isabella Dinda Silva¹, Anggraeni Yunita² Firman Rahmadoni³

Universitas Bangka Belitung¹, Universitas Bangka Belitung² Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka³
firmanrahmadoni02@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: 21 Mei 2022

Revised: 27 Mei 2022

Accepted: 3 Juni 2022

Keywords:

Decision of to use *e-money*,
Trust, Convenience, Usefulness,
Understanding Technology

Kata Kunci:

Keputusan Penggunaan *E-Money*, Kepercayaan,
Kemudahan, Kemanfaatan,
Pemahaman Teknologi

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of trust, convenience and usefulness on decisions to use e-money and explain indirect effect of trust, convenience and usefulness on decisions to use e-money with understanding technology as a mediation. The sampling technique used is non-probability sampling technique with incidental sampling method. The data used are secondary data and primary data. The analytical software used is SPSS 24.0. The results of this study indicate that the variables of trust, convenience and usefulness have a positive and significant effect on decisions to use e-money. There is an indirect effect of trust, convenience and usefulness variables through technology understanding variables on decisions to use e-money. Simultaneously, the variables of trust, convenience and usefulness affect the decision of to use e-money.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money* dan menjelaskan pengaruh tidak langsung kepercayaan, kemudahan dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money* dengan pemahaman teknologi sebagai mediasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *incidental sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Adanya pengaruh secara tidak langsung variabel kepercayaan, kemudahan dan kemanfaatan melalui variabel pemahaman teknologi terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Secara simultan, variabel kepercayaan, kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan sistem pembayaran di Indonesia saat ini sudah sangat pesat. Pada awalnya masyarakat hanya mengetahui alat pembayaran berupa uang tunai atau *cash*, namun sekarang masyarakat mulai mengenal alat pembayaran yang bersifat tidak fisik atau non-tunai. Alat pembayaran non-tunai atau bisa disebut dengan uang elektronik (*e-money*) merupakan uang yang digunakan untuk bertransaksi secara elektronik. Uang elektronik di Indonesia pertama kali diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI tahun 2009. Hadirnya regulasi terkait uang elektronik merupakan bentuk pengakuan terhadap keabsahan uang digital sebagai alat transaksi yang diakui oleh Negara.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI tahun 2018 tentang uang elektronik, uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut: (a) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; (b) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*; (c) nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Beberapa kelebihan yang ditawarkan oleh uang elektronik adalah kemudahan proses transaksi, efisiensi waktu transaksi, dan dapat diisi ulang melalui berbagai fasilitas yang disediakan. Penyedia uang digital menyediakan layanan dengan berbasis *chip* (kartu) maupun *server*. Uang elektronik berbasis *chip* seperti *Brizzi* dan *Flazz*, sedangkan uang elektronik berbasis *server* yaitu *OVO*, *GoPay*, *LinkAja*, dan *ShopeePay*.

ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik yang digunakan sebagai metode pembayaran online di platform *Shopee*. *Shopee* merupakan situs e-commerce yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang di dirikan pada 2009 oleh Forrest Li. *Shopee* berhasil mengukuhkan diri sebagai e-commerce paling populer di Indonesia pada kuartal keempat (Q4) 2019. Anak usaha SEA Group ini unggul dalam jumlah pengguna bulanan hingga jumlah unduhan aplikasi selama periode tersebut dibanding e-commerce lainnya (Detik.com). Berdasarkan hasil riset IPSOS (*Indonesian Next Cashless Society*) *ShopeePay* berada di urutan pertama dengan 48% dari total pengguna uang digital di Indonesia. Setelah itu, disusul oleh *OVO* dengan 46%, *GoPay* 35%, *DANA* 26%, dan *LinkAja* 16%. Berdasarkan nilai transaksi, *ShopeePay* juga mencatatkan transaksi tertinggi di Indonesia dibandingkan dengan e-money lain (m.bisnis.com). *ShopeePay* saat ini bisa digunakan dalam pembayaran merchant dan bisa digunakan untuk berbagai pembayaran tagihan, yang paling terbaru *ShopeePay* bisa digunakan untuk melakukan pembayaran tagihan pendidikan, tentu saja dalam pembayaran UKT yang akan memudahkan mahasiswa.

Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka dengan perkembangan teknologi tidak terkecuali sistem pembayaran elektronik non tunai. Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan mahasiswa karena memiliki manfaat yang banyak seperti proses pembayaran yang lebih cepat dan lebih efisien. Selain itu, penggunaan uang elektronik dapat memudahkan transaksi di berbagai aplikasi penjualan online yang disediakan.

Jenjang pendidikan yang tinggi menjadikan mahasiswa sebagai *agent of change* atau agen perubahan yang dituntut untuk melakukan pekerjaannya menggunakan teknologi-teknologi yang sudah meluas dikalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan. Tidak dipungkiri, mahasiswa-mahasiswa Universitas Bangka Belitung sebagai generasi yang lebih melek terhadap teknologi dibandingkan dengan masyarakat awam berperan dalam penerapan eksistensi sistem pembayaran elektronik non tunai. Apalagi di masa pandemi saat ini, membuat

mahasiswa membatasi kegiatan mereka diluar rumah dan mengerjakan pekerjaan mereka secara online, termasuk berbelanja dan melakukan transaksi.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel utama yaitu kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan dengan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e- money*. Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunanya (Mahardika dan Basuki, 2011). Kemudahan penggunaan adalah derajat dimana seseorang meyakini bahwa melalui penerapan teknologi maka akan membebaskan orang dari beberapa usaha (Jogiyanto, 2011). Semakin tinggi kemudahan seseorang untuk mengaplikasikan sistem atau teknologi maka semakin tinggi tingkat kemanfaatannya (Amijaya, 2010). Manfaat dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi yaitu pandangan subjektif pengguna atas penggunaan aplikasi untuk memudahkan pekerjaannya (Rahmatsyah, 2011). Kemanfaatan merupakan bangunan kepercayaan individu bahwa teknologi yang digunakan membantu meningkatkan kinerja mereka. Manfaat uang digital terhadap perekonomian Indonesia yaitu meningkatkan kepuasan konsumen dan peningkatan kecepatan, transparansi, dan akuntabilitas transaksi (Bank Indonesia, 2018).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Latief dan Dirwan (2020) yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik sedangkan aktivitas promosi tidak signifikan memengaruhi keputusan penggunaan. Secara simultan, kemudahan, promosi dan kemanfaatan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan yang digital. Penelitian terkait juga dilakukan oleh Wibowo *et al* (2015) memperoleh hasil bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan variabel kepercayaan dapat diterima dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk *e- money*. Perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini: (1). Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*? (2). Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*? (3). Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*? (4). Apakah ada pengaruh secara tidak langsung kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-money*? (5). Apakah ada pengaruh secara tidak langsung kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-money*? (6). Apakah ada pengaruh secara tidak langsung kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money*?

Batasan Masalah

Batasan masalah ini perlu diberikan agar dalam penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Adapun batasan dari penelitian adalah Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Money* dengan Pemahaman Teknologi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *ShopeePay* Pada Universitas Bangka Belitung).

Tujuan Penelitian

(1). Untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. (2). Untuk menjelaskan pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. (3). Untuk

menjelaskan pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. (4). Untuk menjelaskan pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. (5). Untuk menjelaskan pengaruh tidak langsung kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. (6). Untuk menjelaskan pengaruh tidak langsung kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money*.

Manfaat Penelitian

(1). Manfaat Teoritis Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai pengetahuan mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money* dengan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening dan diharapkan bisa digunakan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian mengenai uang elektronik. (2). Manfaat Praktis (a). Bagi Peneliti Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan penelitian tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money* dengan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna ShopeePay di Universitas Bangka Belitung). (b). Bagi Akademis Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan penggunaan uang elektronik. (c). Bagi Umum Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait penggunaan uang elektronik.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Ersania dan Merkusiwati (2018), *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) adalah teori adaptasi dari *Theory of Reason Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. TAM adalah suatu teori tentang penggunaan sistem informasi teknologi. Apabila TRA digunakan secara umum, TAM digunakan secara lebih spesifik, yaitu bagaimana persepsi orang tentang menerima teknologi dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi kegiatan mereka. TAM adalah suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam pekerjaan individual pengguna.

Menurut Aryanti dan Putritanti (2018), TAM merupakan salah satu teori yang merumuskan pengaruh penggunaan sistem informasi dan biasanya digunakan untuk menjelaskan penerimaan yang dilakukan oleh individu untuk menggunakan sistem informasi. TAM menjelaskan bahwa reaksi dan pengguna sistem informasi berbasis teknologi secara individual dapat mempengaruhi sikapnya dalam menerima penggunaan sistem informasi tersebut.

Kaitan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan penelitian ini adalah keputusan penggunaan mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dalam menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh kepercayaannya dalam menggunakan *e-money* tersebut dan juga kemudahan yang dirasakan agar mendapatkan manfaat yang maksimal dari penggunaan *e-money* tersebut.

Uang Elektronik (*E-Money*)

Secara sederhana, uang elektronik diartikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top up*).

ShopeePay

Shopee Pay adalah sebuah metode pembayaran virtual atau uang elektronik (*e-money*) yang disediakan *Shopee*, dimana untuk bisa menggunakannya pembeli harus isi saldo terlebih dahulu. Jika saldo mencukupi maka pembeli bisa memilih *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran terhadap pesanan yang telah pembeli lakukan. Salah satu keuntungan menggunakan *Shopee Pay* ketika berbelanja online di platform *Shopee* yaitu pembeli mendapatkan gratis ongkos kirim dengan menggunakan voucher-voucher gratis ongkir yang berlaku apabila pembayaran pesanan menggunakan *Shopee Pay*. Beberapa fitur *Shopee Pay* yang bisa digunakan itu penambahan saldo (*top up*), pembayaran transaksi, transfer saldo *ShopeePay* ke teman, dan penarikan dana dari *ShopeePay* (dapat dilakukan setelah pengguna melakukan verifikasi identitas). Transaksi *offline* dengan *Shopee Pay* pun terjamin keamanannya karena menggunakan *Scan QR Code* yang diinisiasi sebagai metode pembayaran transaksi digital, sesuai anjuran Bank Indonesia selama masa pandemi ini.

Kepercayaan

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika dan Basuki, 2011). Penerimaan teknologi oleh pemakai individual tidak terlepas dari kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) pemakai terhadap teknologinya. Kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil (*outcomes*) yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya (Hartono, 2008).

Kemudahan

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah derajat seseorang meyakini bahwa melalui penerapan teknologi maka akan membebaskan orang dari beberapausaha (Jogiyanto, 2011). Semakin tinggi kemudahan seseorang untuk mengaplikasikan sistem atau teknologi maka semakin tinggi kemanfaatannya (Amijaya, 2010). Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Kemanfaatan

Menurut Jogiyanto (2008) kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjakaryanya. Manfaat teknologi akan terbatas jika kemampuan menjalankan teknologi juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh masing-masing individu juga akan berbeda tergantung pada berapa banyak mereka dapat mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi.

Manfaat dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi yaitu pandangan subjektif pengguna atas penggunaan aplikasi untuk memudahkan pekerjaannya (Rahmatsyah, 2011). Kemanfaatan merupakan bangunan kepercayaan individu bahwa teknologi yang digunakan membantu meningkatkan kinerja mereka (Adamson *et al*, 2003). Manfaat uang digital terhadap perekonomian Indonesia yaitu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan peningkatan kecepatan, transparansi, dan akuntabilitas transaksi (Bank Indonesia, 2018).

Keputusan Penggunaan

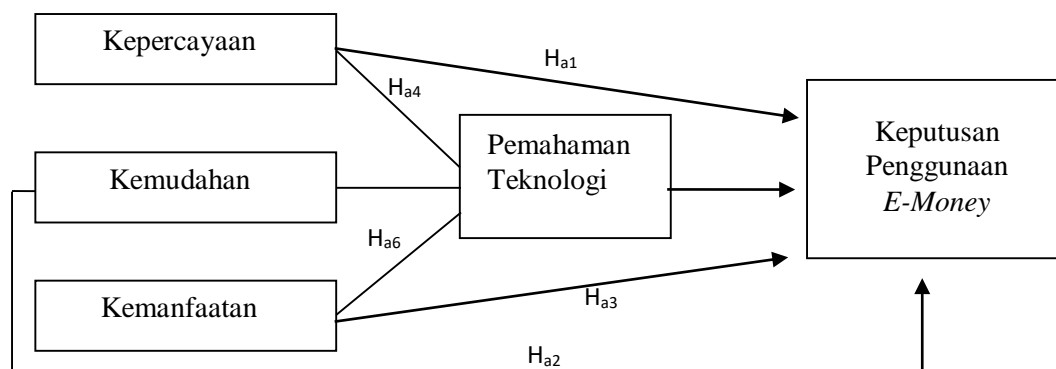
Keputusan berarti memilih salah satu diantara banyak pilihan dari alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan. Setiap

keputusan yang dibuat pasti ada tujuan yang ingin dicapai. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan adalah perihal yang berkaitan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya. Keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa merupakan proses integrasi pengetahuan untuk melakukan evaluasi terhadap dua atau lebih perilaku dan kemudian memilih salah satunya (Sangadji *et al*, 2013).

Pemahaman Teknologi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, paham berarti pengertian, pendapat, pandai, dan mengerti benar. Tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan seorang individu untuk dapat dimengerti dengan benar terhadap suatu permasalahan yang ingin diketahui (Mutia, 2014).

Dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman adalah skala kemampuan seseorang mengerti dan memahami suatu ilmu atau informasi yang kemudian diartikan menurut dirinya sendiri namun masih berkaitan dengan inti dalam ilmu atau informasi yang didapatnya. Jadi, pemahaman teknologi adalah skala kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami sebuah teknologi yang kemudian diartikan menurut dirinya sendiri untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.



Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 1. Rerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Bangka Belitung Angkatan 2017-2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling & incidental sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja

yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin*.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang dijadikan sebagai responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada mahasiswa Universitas Bangka Belitung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah mahasiswa Universitas Bangka Belitung yang diperoleh dari BAKK Rektorat Universitas Bangka Belitung.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner disebar secara online yaitu menggunakan *google form*, dikarenakan kuliah yang masih daring tidak memungkinkan untuk menyebar kuesioner secara langsung ke responden. Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur, buku-buku, karya ilmiah, jurnal dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai pokok bahasan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data Uji Kualitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu cara untuk mengukur validitas yaitu dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n - 2$), dengan n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas adalah alat ukur dalam mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila pertanyaan yang diberikan mempunyai jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk melihat reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian, peneliti menghitung koefisien *Cronbach's Alpha* (α) instrumen setiap variabel. Instrumen ini dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Dalam penelitian ini terdapat cara untuk melihat normalitas data yaitu dengan grafik *histogram regression* dan *normal probability plot* dimana untuk tampilan suatu distribusi data normal pada grafik histogram, hasil grafik menunjukkan suatu kurva atau memberikan pola yang tidak condong ke kanan atau kiri. Sedangkan untuk tampilan distribusi data normal pada grafik *P-Plot* yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif suatu distribusi normal dengan distribusi kumulatif dari data sebenarnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*. Jika variabel

independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2018). Multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel lainnya (Ghozali, 2018).

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat kesamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda dapat disebut heteroskedastisitas. Penelitian ini menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual. Menurut Ghozali (2018), dasar analisis terdapat titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Jika nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, maka semua variabel dependen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bangka Belitung Angkatan 2017-2020 yang menggunakan produk uang elektronik yakni ShopeePay. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *incidental sampling*. Dalam penyebaran kuesioner, peneliti menggunakan penyebaran kuesioner secara online, dikarenakan pembelajaran masih jarak jauh (daring). Adapun data dari kuesioner yang disebarakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	365
Tingkat Pengembalian Kuesioner	100%
Kuesioner yang tidak layak diolah	0
Kuesioner yang layak diolah	365

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Jalur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,528 ^a	,279	,273	1,840

a. Predictors: (Constant), KF, KM, KP

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24, 2021

Besarnya R square yang terdapat pada Tabel 2 adalah sebesar 0,279. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Z adalah sebesar 27,9 % sementara sisanya merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji t Jalur Model 1

Model	B	Standardized Coefficients				
		Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	9,064	1,031	8,790	,000	
	KP	,232	,096	,238	2,419	,016
	KM	,158	,073	,170	2,158	,032
	KF	,168	,073	,167	2,305	,022

a. Dependent Variable: PT

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa pada variabel kepercayaan menunjukkan t hitung (2,419) > t tabel (1,9665), maka dapat diinterpretasikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pemahaman teknologi. Variabel kemudahan menunjukkan t hitung (2,158) > t tabel (1,9665), maka dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap pemahaman teknologi. Variabel kemanfaatan menunjukkan t hitung (2,305) > t tabel (1,9665), maka dapat diinterpretasikan bahwa kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap pemahaman teknologi.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Regresi Analisis Jalur 1

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	9,064	1,031	8,790	,000
KP	,232	,096	,238	,016
KM	,158	,073	,170	,032
KF	,168	,073	,167	,022

a. Dependent Variable: PT

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24, 2021

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut.

$$PT = 9,064 + 0,232KP + 0,158KM + 0,168KF + e$$

Persamaan linear tersebut dapat dibuat pengertian sebagai berikut. (1). Konstanta (α) sebesar 9,064 artinya apabila kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan tidak ada atau nilainya 0, maka pemahaman teknologi dalam menggunakan *e-money* nilainya sebesar 9,064. (2). Koefisien regresi variabel kepercayaan (X1) sebesar 0,232 dengan nilai signifikansi 0,016 < 0,05 maka menunjukkan bahwa kepercayaan (X1) mempengaruhi kenaikan maupun penurunan pemahaman teknologi dari pengguna dalam keputusan penggunaan *e-money* dengan anggapan kemudahan dan kemanfaatan bernilai konstan atau tetap.(3). Koefisien regresi variabel kemudahan (X2) sebesar 0,158 dengan nilai signifikansi 0,032 < 0,05 maka menunjukkan bahwa kemudahan (X2) mempengaruhi kenaikan maupun penurunan pemahaman teknologi dari pengguna dalam keputusan penggunaan *e-money* dengan anggapan kepercayaan dan kemanfaatan bernilai konstan atau tetap. (4). Koefisien regresi variabel kemanfaatan (X3) sebesar 0,168 dengan nilai signifikansi 0,022 < 0,05 maka menunjukkan bahwa kemanfaatan (X3) mempengaruhi kenaikan maupun penurunan pemahaman teknologi dari pengguna dalam keputusan penggunaan *e-money* dengan anggapan kepercayaan dan kemudahan bernilai konstan atau tetap.

Tabel 5. Hasil Uji R² Jalur Model 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,522	,516	1,505

a. Predictors: (Constant), KF, KM, KP

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24, 2021

Tabel 6. Hasil Uji Signifikansi Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	802,686	3	267,562	107,120	,000 ^b
	Residual	901,698	361	2,498		
	Total	1704,384	364			

a. Dependent Variable: KPE

b. Predictors: (Constant), KF, KM, KP

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24, 2021

Berdasarkan Tabel 6 maka hasil uji F dapat dilihat bahwa signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$ yaitu 0,000b sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a di dukung dan H_o ditolak. Selain itu dapat menggunakan tabel F, yaitu dengan membandingkan F tabel dan F hitung. F tabel diketahui dengan cara melihat F tabel dengan signifikansi 0,05 $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$, dan $df_2 = n-k$ atau $365 - 3 = 362$. Diketahui F hitung 107,120 dan F tabel 2,6295 dengan kaidah keputusan F hitung $>$ F tabel maka hipotesis didukung, yaitu kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan secara serentak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money

Analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien kepercayaan mempunyai nilai positif 0,128. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap penambahan 1 poin kepercayaan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-money* sebesar 0,128 dengan anggapan bahwa faktor lain tetap. Hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien variabel kepercayaan nilai t hitung (2,419) $>$ ttabel (1,9665) dengan sig (p) 0,016. Nilai sig (p) $<$ 0,05 yang berarti bahwa koefisien regresi tersebut signifikan (Ghozali, 2018). Kesimpulan yang dapat diambil adalah kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan *e-money*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_{a1}) diterima.

Hasil hipotesis didukung oleh teori yang menjelaskan bahwa kepercayaan- kepercayaan (*beliefs*) mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil (*outcomes*) yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya (Hartono, 2008). Berdasarkan hasil kuesioner, dapat digambarkan kondisi di lapangan yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswa di Universitas Bangka Belitung merasa percaya dengan informasi tentang fitur *ShopeePay*, percaya bahwa *ShopeePay* dapat memenuhi kebutuhan dalam berbelanja, bertanggung jawab apabila ada masalah dalam penggunaan, dan percaya bahwa saldo pada *ShopeePay* tidak akan dicuri atau dimanipulasi oleh pihak tidak berkepentingan.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money

Analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien kemudahan mempunyai nilai positif 0,179. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap penambahan 1 poin kemudahan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-money* sebesar 0,179 dengan anggapan bahwa faktor lain tetap. Hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien variabel kemudahan nilai t hitung (2,158) $>$ t tabel (1,9665) dengan sig (p) 0,001. Nilai sig (p) $<$ 0,05 yang berarti bahwa koefisien regresi tersebut signifikan (Ghozali, 2018). Kesimpulan yang dapat diambil adalah kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan *e-money*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_{a2}) diterima.

Hasil hipotesis ini didukung oleh teori yang menjelaskan bahwa kemudahan berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan sebuah teknologi. Sikap seseorang suka atau tidak suka dalam penggunaan suatu teknologi dapat digunakan untuk mengetahui minat atau niat seseorang dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu teknologi tersebut (Hartono, 2008). Berdasarkan hasil kuesioner, dapat digambarkan kondisi di lapangan yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswa di Universitas Bangka Belitung merasakan kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan *ShopeePay*, kemudahan dalam bertransaksi, lebih praktis dan fleksibel untuk dijadikan sebagai alat pembayaran.

Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Money*

Analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien kemanfaatan mempunyai nilai positif 0,311. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap penambahan 1 poin kemanfaatan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-money* sebesar 0,311 dengan anggapan bahwa faktor lain tetap. Hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien variabel kemanfaatan nilai $t_{hitung} (2,305) > t_{tabel} (1,9665)$ dengan sig (p) 0,022. Nilai sig (p) $< 0,05$ yang berarti bahwa koefisien regresi tersebut signifikan (Ghozali, 2018). Kesimpulan yang dapat diambil adalah kemanfaatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan *e-money*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_{a3}) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian yang pernah dilakukan Latief *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang digital. Penelitian Tiarapaksi (2020) menyatakan hasil penelitian bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money*. Hasil penelitian Wibowo *et al.* (2015) menyatakan hasil penelitian yaitu variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money* secara signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketika kemanfaatan dalam menggunakan *e-money* mengalami kenaikan maka semakin tinggi pula keputusan atau reaksi positif dalam menggunakan *e-money*. Berdasarkan hasil kuesioner, dapat digambarkan kondisi lapangan yang menunjukkan bahwa manfaat dari hadirnya *ShopeePay* adalah prosestransaksi yang ringkas dan cepat merupakan kebutuhan pengguna apalagi mahasiswa yang memiliki kemampuan *multi-tasking* atau menyelesaikan banyak pekerjaan dalam waktu yang singkat, khususnya pada mahasiswa-mahasiswa di Universitas Bangka Belitung.

Pengaruh Tidak Langsung Kepercayaan pada Keputusan Penggunaan *E-Money*

Hasil pengujian hipotesis keempat (H_{a4}) berhasil membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai total pengaruh kepercayaan ke keputusan penggunaan *e-money* melalui pemahaman teknologi sebesar 0,0296. Selain itu, hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien mediasi $t_{hitung} = 22,76$ lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,9665.

Hasil hipotesis ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan seorang individu dan sejauh mana dapat dimengerti dengan benar akan suatu permasalahan yang ingin diketahui (Mutia, 2014). Berdasarkan hasil kuesioner, dapat digambarkan kondisi di lapangan yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswa Universitas Bangka Belitung telah mengetahui terkait *ShopeePay* serta memahami baik arti maupun fungsi dari *ShopeePay* tersebut. Kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu pemahaman teknologi memediasi secara tidak langsung pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Dapat dinilai bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman teknologi yang lebih baik cenderung dapat lebih terbuka untuk mengambil keputusan dalam menggunakan *ShopeePay* dengan tingkat kepercayaan dari penggunaan *ShopeePay* tersebut karena telah mengetahui informasi terkait digitalisasi ekonomi salah satunya penggunaan *e-money*.

Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan pada Keputusan Penggunaan *E-Money*

Hasil pengujian hipotesis kelima (H_{a5}) berhasil membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai total pengaruh kemudahan ke keputusan penggunaan *e-money* melalui pemahaman teknologi sebesar 0,028. Selain itu, hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien mediasi $t_{hitung} = 28$ lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,9665. Berdasarkan hasil kuesioner, dapat digambarkan kondisi di lapangan yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswa Universitas Bangka Belitung telah mengetahui terkait *ShopeePay* serta memahami baik arti maupun fungsi dari *ShopeePay* tersebut.

Menurut Mutia (2014) tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan seorang individu dan sejauh mana dapat dimengerti dengan benar akan suatu permasalahan yang ingin diketahui. Kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu pemahaman teknologi memediasi secara tidak langsung pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Sehingga dapat dinilai bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman teknologi yang lebih baik dapat lebih terbuka untuk mengambil keputusan dalam menggunakan *ShopeePay* dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dari penggunaan *ShopeePay* tersebut karena telah mengetahui informasi terkait digitalisasi ekonomi salah satunya penggunaan *e-money*.

Pengaruh Tidak Langsung Kemanfaatan pada Keputusan Penggunaan E-Money

Hasil pengujian hipotesis keenam (H_{a6}) berhasil membuktikan bahwa kemanfaatan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai total pengaruh kemanfaatan ke keputusan penggunaan *e-money* melalui pemahaman teknologi sebesar 0,052. Selain itu, hipotesis ini juga didukung dengan nilai koefisien mediasi thitung = 30,58 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,9665.

Hasil hipotesis ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan seorang individu dan sejauh mana dapat dimengerti dengan benar akan suatu permasalahan yang ingin diketahui (Mutia, 2014). Berdasarkan hasil kuesioner dapat digambarkan kondisi di lapangan yang menunjukkan bahwa mahasiswa-mahasiswa Universitas Bangka Belitung telah mengetahui dan memahami terkait *ShopeePay* baik arti maupun fungsi dari *ShopeePay* tersebut. Kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu pemahaman teknologi memediasi secara tidak langsung pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Mahasiswa yang memperoleh manfaat dalam efisiensi, efektivitas dan produktivitas dalam menggunakan *e-money* menunjukkan bahwa mahasiswa tersebut memiliki pemahaman teknologi yang lebih baik sehingga dapat lebih terbuka dalam menerima suatu teknologi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
2. Variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
3. Variabel kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
4. Variabel kepercayaan secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) dengan pemahaman teknologi yang menjadi mediasi pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
5. Variabel kemudahan secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) dengan pemahaman teknologi yang menjadi mediasi pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
6. Variabel kemanfaatan secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money* (*ShopeePay*) dengan pemahaman teknologi yang menjadi mediasi pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, beberapa saran yang berkenaan pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan perluasan objek penelitian sehingga penelitian dapat digeneralisasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan penambahan variabel- variabel lain yang potensial untuk mengukur keputusan penggunaan uang elektronik (*e-money*) dengan lebih baik.
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan penyebaran kuesioner dengan metode-metode lain yang lebih bervariasi agar responden objektif dalam mengisi kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I. & Shine, J. (2003). *Extending The New Technology Acceptance Model To Measure The End User Information Systems Satisfaction In A Mandatory Environment: A Bank Treasury. Technology Analysis & Strategic*, 15.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking*. UNDIP, Semarang.
- Aryanti, T., & Putritanti, L. R. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*.
- Bank, I (2018). Jumlah Uang Elektronik yang Beredar. (www.bi.go.id. Diakses pada 30 November 2020).
- Bank, I. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. (www.bi.go.id. Diakses pada 30 November 2020).
- Baruna, T. (2017). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan Privasi dan Fitur Layanan Teknologi Finansial Terhadap Keputusan Menggunakan *E-Money Indomaret Card* Sebagai Alat Transaksi (*Jurnal STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara*).
- Cyrus, R. M. & Nitin R. P. (2010). *IBM SPSS Exact Tests*. SPSS Inc. Cambridge, Massachusetts.
- Ersania, G. A. R., d. & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Pengaruh E-System Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E- Journal Akuntansi*.
- Firdauzi, I.. (2017). Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. (*Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 2017).
- Fitriana, L. & Dirwan, (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital (*Jurnal STIE Nobel Makassar, Sulawesi Selatan*).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Help.shopeepay.co.id. (2018). *Apakah yang dimaksud dengan ShopeePay?*. (<https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>. Diakses pada 30 November 2020).
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuella, J.I. (2016). Trust and Satisfaction: The Keys to Client Loyalty in Mobile Commerce. *Accademia Revista Lationoamericana de Administracion*. Vol. 29. Iss. 4, Pp. 48-510
- Jogiyanto, (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. BPF. Yogyakarta.
- Jogiyanto, (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPF. Yogyakarta.
- Jogiyanto, (2011). *Analisis Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- Kotler, Phillip dan K.L. Keller. (2012). *Marketing Management. 14 Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mahardika, A. & Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementantation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*
- Sangadji, E. Mamang dan Sopiah. (2013). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Setyo Ferry Wibowo, *et al.*, (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta) *Jurnal FE UNJ*.
- Sevima.com. (2020, 13 Mei). 5 Keuntungan Bayar Pakai ShopeePay, Mudah & Dapat Cashback. (<https://sevima.com/5-keuntungan-bayar-pakai-shopeepay-mudah-dapat-cashback/>. Diakses pada 30 November 2020)
- Sri Putri Tita Mutia, (2014). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Tingkat Pemahaman terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Sugiyono. (2017). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif Online*. (<http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>. Diakses pada 01 Juli 2021)
- Utami, S. S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal STIE Ahmad Dahlan Jakarta*.