



Analisis determinan perilaku penggunaan *E-Wallet* pada masa pandemi Covid-19

When Nada Milenia¹, Wiwiek Rabiatal Adawiyah², Najmudin³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

Abstract. *This study aims to analyze the determinants of e-wallet usage behavior including perceived ease of use, usability, risk and government support. The population includes students from Jenderal Soedirman University, Purwokerto, Faculty of Economics and Business. The sampling technique uses purposive sampling with the criteria of students who are still active and utilizing e-wallets during the corona-19 virus pandemic with a sample of 172 respondents using the PLS-SEM technique. The findings show that: a person's behavior in using e-wallets can be positively and partially influenced by users' perceptions of ease of use, of their usefulness, and perceptions of avoiding the risks of using cash. However, e-wallet usage behavior is not influenced by user perceptions of government support. to increase the use of e-wallets, electronic money issuers should focus on how to shape user perceptions of the ease of use and clarity of use and avoid risks when transacting using cash.*

Keywords: *Perceived Ease of Use; Perceived Government Support; Perceived Risk of Cash; Perceived Usefulness; Usage Behavior.*

Abstrak. *Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh determinan perilaku penggunaan e-wallet mencakup persepsi kemudahan penggunaan, kegunaannya, risiko serta dukungan pemerintah. Populasi meliputi para mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang masih aktif dan memanfaatkan e-wallet saat pandemic virus corona-19 dengan sampel sebanyak 172 responden menggunakan teknik PLS-SEM. Temuannya memperlihatkan bahwa: perilaku seseorang dalam penggunaan e-wallet dapat dipengaruhi secara positif dan secara parsial oleh persepsi para penggunanya pada kemudahan penggunaan, pada kegunaannya, dan persepsi menghindari risiko penggunaan uang tunai. Namun, perilaku penggunaan e-wallet tidak dipengaruhi oleh persepsi penggunanya atas dukungan pemerintah. Agar penggunaan e-wallet meningkat, sebaiknya penerbit uang elektronik menitikberatkan bagaimana membentuk persepsi penggunanya merasakan faktor kemudahan penggunaan dan kejelasan kegunaannya serta menghindari risiko ketika bertransaksi memakai uang secara tunai.*

Katakunci: *Perilaku Penggunaan; Persepsi Dukungan Pemerintah; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan Penggunaan; Persepsi Risiko Uang Tunai.*

Cronicle of Article :Received (03-02-2023); Revised (11-05-2023); Accepted (04-07-2023) and Published (25-07-2023).

©2023 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati

Profile and corresponding: When Nada Milenia, Wiwiek Rabiatal Adawiyah, Najmudin adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto. *Corresponding Author* : najmudin_najmudin@yahoo.com

How to cite this article : Milenia, W. N., Adawiyah, W. R., & Najmudin. (2023). Analisis determinan perilaku penggunaan E-Wallet pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 15–28.

Retrieved from : <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm>

PENDAHULUAN

Uang elektronik tersedia dalam jenis uang elektronik berbasis *chip* yang tersimpan dalam kartu dan berbasis *server* yang disebut *e-wallet*. Uang elektronik jenis kedua ini adalah salah satu aplikasi yang terdapat pada ponsel dan perlu ada koneksi jaringan internet pada saat mengaksesnya. Beberapa uang elektronik (*e-money*) yang berbasis *chip*, misalnya JakCard Bank DKI, Mega Cash, Blink BTN, Tap Cash BNI Brizzi BRI, E-Money Mandiri dan Flazz BCA. Sedangkan beberapa yang berbasis *server* (*e-wallet*) misalnya OVO, Go-Pay, LinkAja, ShopeePay dan DANA.

Di antara kedua jenis tersebut, uang elektronik berbasis server (*e-wallet*) menjadi sangat populer selama periode pandemi covid-19. Berdasarkan data riset yang diungkapkan Lembaga Jejak Pendapat (Jakpat) sejak pertengahan April hingga Juni 2020 terdapat kenaikan sebesar 80 persen pada pengguna *e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* tersebut di antaranya untuk pembelian paket data, *online shopping*, mengirimkan uang, pembayaran produk utilitas dan pembelian makanan pesan antar. Berdasarkan Lembaga Ipsos yang juga melakukan riset menyimpulkan bahwa pengguna *e-wallet* terbanyak berasal dari kalangan milenial dengan persentase sebesar 68 persen (Junaedi, 2021).

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa telah terjadi pertumbuhan yang cukup tinggi pada pengguna *e-wallet* di Indonesia. Meskipun demikian, banyak juga masyarakat yang masih lebih memilih bertransaksi dengan pembayaran tunai karena sudah merupakan kebiasaan. Dapat dilihat dari persentase penggunaan uang tunai yang masih mendominasi sebanyak 86% di tahun 2019 (Aninda, 2020).

Pada masa pandemi covid-19 ketika mulai dibiasakan kenormalan baru atau yang dikenal dengan *new normal* di mana transaksi tunai mulai dikurangi dan beralih ke transaksi non-tunai, rupanya hanya menjadikan sebagian masyarakat yang mulai melakukan transaksi secara non-tunai. Menurut Safdar

Khan, presiden divisi pada Southeast Asia Emerging Markets Mastercard, pada tahun 2020 masih terdapat 60% transaksi pembayaran yang menggunakan uang tunai (Richard, 2020).

Banyak riset yang dilakukan untuk mengkaji variabel yang memengaruhi penerimaan terhadap teknologi di berbagai bidang termasuk di bidang jasa keuangan. Namun demikian, riset tersebut menemukan hasil yang tidak konsisten. Misalnya, Ofori et al. (2019) menemukan koefisien persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang signifikan pengaruhnya pada penggunaan *online shopping*. Hasil ini senada dengan temuan Langelo (2013) bahwa terdapat pengaruh kausalitas yang positif pada penggunaan *internet banking* dari determinan persepsi kegunaannya dan persepsi kemudahan penggunaannya. Sebaliknya, temuan yang berbeda ditunjukkan oleh studi dari Indriastuti and Wicaksono (2014) yang menyimpulkan bahwa faktor persepsi pada kemudahan penggunaan *e-money* dan persepsi kegunaannya tidak memiliki pengaruh pada penggunaannya.

Beberapa penelitian memasukkan persepsi risiko sebagai variabel independen dan menganalisis pengaruhnya terhadap penggunaan sebuah teknologi. Persepsi risiko merupakan konstruk multi-dimensional, yang dapat memiliki beberapa dimensi yang mungkin berbeda tergantung pada produk atau kelas pelayanan (Lee, 2009). Ketika dikaitkan dengan internet atau transaksi *online*, persepsi risiko memiliki beberapa dimensi termasuk risiko waktu/kenyamanan, risiko kinerja produknya, risiko psikologi, dan risiko keuangannya (Forsythe & Shi, 2003). Kemudian, Maser and Weiermair (1998) menambahkan dimensi lain yaitu persepsi risiko penyakit.

Secara umum, hampir semua penelitian menemukan bahwa pengaruh persepsi risiko pada perilaku adalah negatif (Marafon et al., 2018). Namun, hal ini bisa saja menunjukkan hasil yang berbeda jika difokuskan pada dimensi risiko penyakit mengingat bahwa pada saat dilanda pandemi

covid-19 dapat memiliki kemungkinan risiko yang disebabkan oleh virus corona pada uang tunai diperkirakan berdampak pada perilaku penggunaan uang elektronik *e-wallet*.

Selain persepsi risiko, hal yang mungkin memengaruhi perilaku penggunaan *e-wallet* adalah faktor dukungan pemerintah. Hal ini didukung oleh penelitian Al-Haderi (2014) dan Hai and Kazmi (2015) yang menyebutkan adanya penerimaan konsumen pada sistem teknologi tidak hanya disebabkan dari persepsi risiko tetapi juga dukungan pemerintah. Namun, menurut penelitian Aji et al. (2020), variabel dukungan pemerintah tidak signifikan pengaruhnya pada minat penggunaan uang elektronik *e-wallet* di Indonesia.

Studi ini menggunakan variabel yang terdapat dalam Model Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi. Variabel persepsi kegunaan dan variabel persepsi pada kemudahan penggunaan merupakan variabel utama dalam TAM. Selain dua variabel tersebut, studi ini menggunakan variabel persepsi risiko yang difokuskan pada dimensi risiko penyakit covid-19 yang mungkin terdapat pada uang tunai sehingga disebut sebagai variabel persepsi risiko uang tunai. Variabel persepsi risiko uang tunai digunakan karena masih kurangnya literasi terkait hal tersebut. Penelitian ini juga menggunakan variabel persepsi dukungan pemerintah yang dalam kondisi pandemi covid-19 peran pemerintah dalam menganjurkan pengurangan penggunaan uang tunai sebagai alat transaksi pembayaran dianggap penting.

Perilaku penggunaan merupakan penggunaan sesungguhnya terhadap sebuah teknologi. Persepsi pada kemudahan penggunaan merupakan tingkatan seseorang yang meyakini bahwa dengan digunakannya sebuah sistem, maka bisa mempermudah pekerjaannya (Davis, 1989). Persepsi pada kegunaan adalah tingkatan seorang individu mempercayai bahwa kinerjanya akan meningkat ketika menggunakan sebuah sistem tertentu. Persepsi risiko dalam penelitian ini difokuskan pada dimensi risiko penyakit covid-19 yang mungkin terdapat

pada uang tunai, dan dalam penelitian ini disebut sebagai persepsi risiko uang tunai. Persepsi dukungan pemerintah diterjemahkan ke dalam persepsi seseorang terhadap dukungan pemerintah dalam hal infrastruktur jaringan, paket kebijakan, kecepatan akses, dan jaminan keamanan transaksi.

Penulis memandang penting untuk melakukan studi mengenai perilaku penggunaan *e-wallet* pada masa pandemi covid-19 dengan alasan masih minimnya studi mengenai hal ini. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Unsoed karena pengguna *e-wallet* terbesar merupakan kalangan milenial dan mahasiswa termasuk di dalamnya, dengan asumsi bahwa ketersediaan jaringan untuk mengakses *e-wallet* masing-masing mahasiswa dianggap sama.

Studi ini berbeda dengan studi sebelumnya yaitu perilaku penggunaan *e-wallet* dikaitkan dengan kondisi pandemi covid-19 dengan mengadopsi *setting* dalam riset Proverawati et al. (2021) dan Sari and Najmudin (2021). Studi ini menggunakan variabel persepsi risiko uang tunai yaitu persepsi risiko yang difokuskan pada dimensi risiko penyakit covid-19 pada uang tunai. Selain itu juga adanya variabel persepsi dukungan pemerintah pada fenomena masyarakat atas penggunaan *e-wallet* pada saat pandemi virus corona. Studi ini juga dilakukan pada subjek penelitian yang berbeda dengan studi sebelumnya yaitu para mahasiswa FEB Unsoed.

KAJIAN LITERATUR

Teori yang diungkapkan oleh Fishben dan Ajzen pada tahun 1975 membahas tentang niat individu yang disebut dengan *Theory of Reasoned Action* disingkat dengan TRA atau Teori Tindakan Beralasan. Teori ini bertujuan menjelaskan bagaimana niat seseorang dapat menjadi dasar bagaimana orang tersebut akan berperilaku (Joan & Sitinjak, 2019; Setyaningrum et al., 2022).

Ada 2 (dua) penyebab yang berpotensi berpengaruh pada niat dalam melaksanakan suatu perilaku, yakni sikap seorang individu pada perilaku serta norma subjektifnya. Sikap

tersebut adalah perasaan seseorang yang positif atau negatif mengenai suatu tindakan. Sedangkan yang dimaksud dengan norma subjektif merupakan perasaan seseorang yang positif atau negatif pada apa yang dipikirkan orang lain tentang tindakan yang harus dilakukannya dan pikiran itu berasal dari orang yang berpengaruh, misalnya teman kerja, anggota keluarganya (Schiffman & Wisenblit, 2015).

Teori yang relevan selanjutnya adalah *Theory of Planned Behavior* disingkat dengan TPB. Ajzen pada tahun 1991 mengembangkan teori ini yang diperluas dari konsep-konsep dalam TRA. Dalam TPB ada satu faktor tambahan yang berpengaruh terhadap niat dalam bertindak. Faktor tambahan tersebut adalah keyakinan mengenai faktor yang diperkirakan bisa mem-fasilitasi ataupun menghambat suatu kinerja hasil perilaku (Joan & Sitingjak, 2019; Octavia et al., 2020).

Terdapat teori lain yaitu *Technology Acceptance Model*, disingkat dengan TAM, atau Model Penerimaan Teknologi. Teori ini juga dikembangkan dari TRA yang menjadi sebagai sebuah teori yang dapat menguraikan perilaku penerimaan pengguna pada teknologi sistem informasi. Di antara banyaknya model yang ada, model ini paling luas diterapkan penggunaannya (Hamid et al., 2016). Tujuan dari TAM yaitu untuk memeriksa mengapa sikap pengguna dan kepercayaan memengaruhi penerimaan atau penolakan mereka terhadap teknologi. Tujuan TAM adalah menguraikan kejelasan mengenai variabel penentu adopsi teknologi informasi dan penerapannya. Dalam banyak penelitian, ada dua variabel yang sering dimasukkan dalam TAM, yaitu *perceived usefulness* atau persepsian kegunaan dan *perceived ease of use* atau persepsian pada kemudahan penggunaan (Musyaffi & Kayati, 2020). Lebih jauh, Davis (1989) menemukan bahwa kedua faktor tersebut berperan dalam memprediksi sikap pengguna pada penggunaan sistem, namun pengaruh kegunaan yang dirasakan berpengaruh 50% lebih kuat dibandingkan dengan kemudahan penggunaan (Ardiyanto & Kusumadewi,

2020). Kedua faktor tersebut telah digunakan untuk menguji perilaku penggunaan pada berbagai teknologi (Elkaseh et al., 2016).

Kemudahan penggunaan adalah level seseorang yang meyakini bahwa dengan menerapkan sebuah sistem yang ada maka individu tersebut bisa leluasa dalam memanfaatkannya. Banyak penelitian yang telah menggunakan variabel kemudahan penggunaan untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap penerimaan teknologi pada seseorang. Berdasarkan hasil penelitian dari Ofori et al. (2019) menemukan hasil bahwa variabel persepsi seseorang pada kemudahan dalam menggunakan *online shopping* dapat memengaruhi secara signifikan pada pengguna sistem tersebut. Temuan yang sama diperoleh pada penelitian Langelo (2013), yaitu persepsi pada kemudahan penggunaan internet banking memengaruhi secara positif pada perilaku penggunaan sistem tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis pertama yang diajukan adalah:

H₁: Persepsi pada kemudahan penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh positif pada perilaku penggunaannya.

Persepsi kegunaan adalah level seorang individu mempercayai bahwa dengan menerapkan sebuah sistem yang ada, maka dapat kinerjanya meningkat (Davis, 1989). Temuan dalam riset Ofori et al. (2019) menyatakan bahwa perilaku dalam menggunakan *online shopping* dipengaruhi secara positif oleh persepsi konsumen pada kegunaannya. Demikian juga riset yang disampaikan oleh Langelo (2013) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi pada kegunaan *internet banking* memengaruhi secara signifikan pada penggunaannya dengan tanda koefisien yang positif. Dengan penjelasan tersebut, maka dapat dinyatakan hipotesis yang kedua berikut ini:

H₂: Persepsi kegunaan *e-wallet* memiliki pengaruh secara positif pada perilaku penggunaannya

Persepsi risiko merupakan konstruk yang multi-dimensional. Persepsi risiko memiliki dimensi yang berbeda sesuai dengan produk atau layanan. Ketika dikaitkan

dengan transaksi *online*, risiko yang dirasakan memiliki sejumlah dimensi misalnya risiko psikologis, keuangan, kenyamanan atau waktu, dan kinerja (Forsythe & Shi, 2003). Selanjutnya, Maser and Weiermair (1998) menambahkan dimensi lain yaitu risiko penyakit. Risiko penyakit dapat diartikan sebagai suatu kemungkinan pada seseorang untuk terkena epidemic penyakit antara lain SARS, AIDS, MARS, atau Anthrax (Hasan et al., 2017). Dalam penelitian ini dimensi risiko difokuskan pada risiko penyakit covid-19 pada uang tunai.

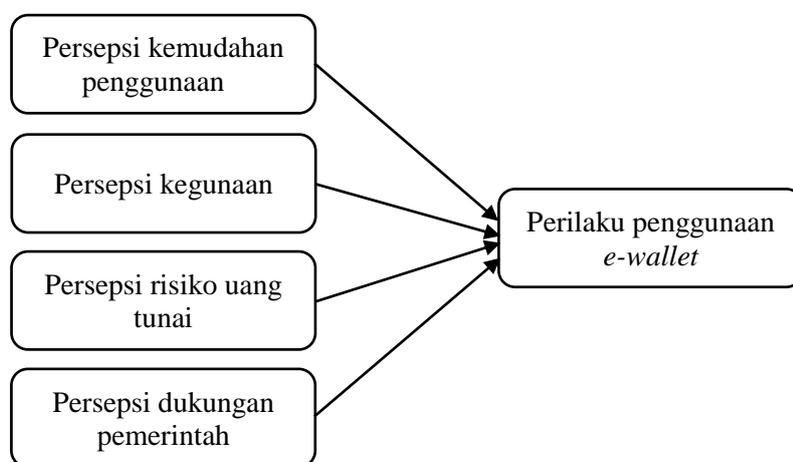
Sejumlah studi yang ada secara umum mengemukakan hasil bahwa pengaruh dari faktor persepsi risiko pada perilaku penggunaan adalah negatif seperti penelitian *internet banking* oleh Marafon et al. (2018). Hasil negatif tersebut diperoleh karena persepsi risiko terdapat pada *internet banking*. Namun, hal yang berbeda mungkin dapat terjadi pada penggunaan *e-wallet* jika persepsi risiko difokuskan pada dimensi penyakit covid-19 pada uang tunai. Dengan

uraian yang disampaikan tersebut, maka perumusan hipotesis ketiga dinyatakan berikut ini:

H₃: Persepsi pada risiko uang tunai memiliki pengaruh yang positif pada perilaku penggunaan *e-wallet*

Dalam konteks *e-wallet*, dukungan pemerintah dapat diartikan pada infrastruktur jaringan, paket kebijakan, kecepatan akses, dan jaminan keamanan pada transaksi digital (Aji et al., 2020). Dukungan pemerintah untuk meyakinkan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran dapat menghambat transmisi penyebaran covid-19, dan dengan adanya dukungan tersebut dapat menjadikan tingkat penggunaan *e-wallet* meningkat. Berdasarkan penjabaran tersebut, maka dapat dinyatakan hipotesis yang keempat dalam studi ini:

H₄: Persepsi pada dukungan pemerintah berpengaruh secara positif pada perilaku penggunaan *e-wallet*



Gambar 1. Model Penelitian.

Dengan uraian pada bagian telaah pustaka dan penelitian sebelumnya, maka pada gambar 1 ditampilkan model penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel yang dianalisis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong kategori kuantitatif untuk mengidentifikasi hubungan

kausalitas antar variabel. Cakupan populasi dalam studi ini mencakup para mahasiswa yang kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang memenuhi kriteria yang ditentukan. Kriteria sampel dalam studi adalah para mahasiswa yang masih aktif kuliah di FEB Unsoed dan pernah bertransaksi atau melakukan pembayaran

dengan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran pada periode pandemi covid-19. Datanya diperoleh melalui teknik pengumpulan data kuesioner dengan instrumen penelitiannya berupa angket yang disebar secara *online* seperti dalam riset (Muhammad et al., 2022).

Perilaku Penggunaan E-wallet.

Menurut Permatasari and Prajanti (2018) perilaku penggunaan merupakan sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu ketika menggunakan sesuatu. Pada lingkup penggunaan teknologi sistem informasi, perilaku ini diterjemahkan sebagai penggunaan secara nyata pada teknologi sistem informasi tertentu. Perilaku penggunaan pada studi ini mengadopsi indikator dari penelitian Amelia and Ronald (2017), Santika and Yadnya (2017), dan Wibowo (2008) sebagai berikut: Frekuensi penggunaan; Kecenderungan untuk menggunakan; Kontinuitas; Kepuasan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan.

Persepsi kemudahan mengandung arti suatu level seorang individu mempercayai bahwa penggunaan pada suatu sistem dapat meminimalkan usaha yang dilakukan seorang individu ketika mengerjakannya (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan menggunakan indikator dari penelitian George (2018) dan Sari (2019) sebagai berikut: Sistem mudah dimengerti; Mudah digunakan; Mudah melakukan pengisian saldo; Tidak memerlukan banyak usaha; Mudah untuk menjadi terampil.

Persepsi Kegunaan. Definisi persepsi kegunaan secara umum, menurut Davis (1989), adalah suatu level seorang individu dalam mempercayai bahwa individu tersebut memanfaatkan sebuah sistem, maka kinerja yang dihasilkan dapat meningkat. Persepsi kegunaan menggunakan indikator dari penelitian George (2018) sebagai berikut: Menghemat waktu; Dapat digunakan kapan saja; Dapat diakses di mana pun; Lebih ekonomis.

Persepsi Risiko Uang Tunai.

Persepsi risiko merupakan konstruk multidimensional yang dapat bervariasi sesuai dengan produk atau layanannya. Pada

transaksi *online*, terdapat beberapa dimensi risiko-risiko, yaitu risiko kinerja, keuangan, psikologi, dan waktu/kenyamanan (Forsythe & Shi, 2003). Dimensi risiko penyakit ditambahkan oleh Maser and Weiermair (1998). Dalam penelitian ini, persepsi risiko difokuskan pada dimensi persepsi risiko penyakit covid-19 pada uang tunai. Persepsi ini mengacu pada penelitian Aji et al. (2020) yang dimodifikasi dengan indikator: Khawatir terinfeksi covid-19 ketika memakai uang kas; Ketidaknyaman dalam transaksi pembayaran dengan uang kas; Khawatir terinfeksi covid-19 karena melakukan kontak fisik dengan orang lain ketika memakai uang kas; Khawatir ada droplet covid-19 pada uang tunai.

Persepsi Dukungan Pemerintah.

Dalam konteks *e-wallet* dukungan pemerintah dapat diterjemahkan ke dalam infrastruktur jaringan, paket kebijakan, kecepatan akses, dan jaminan keamanan transaksi digital Aji et al. (2020). Indikator untuk persepsi dukungan pemerintah adalah sebagai berikut: Pemerintah mendorong pembayaran transaksi menggunakan *e-wallet*; Pemerintah menjamin pada fasilitas *server e-wallet*; Pemerintah mendorong inovasi pembayaran melalui *e-wallet*; Pemerintah mengontrol operasi pembayaran *e-wallet*.

Pertanyaan dalam kuesioner diambil dari penelitian terdahulu yang kemudian dimodifikasi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Variabel perilaku penggunaan diambil dari Amelia and Ronald (2017), Santika and Yadnya (2017), dan Wibowo (2008). Variabel persepsi kemudahan penggunaan diambil dari penelitian George (2018) dan Sari (2019), variabel persepsi kegunaan diambil dari George (2018), variabel persepsi atas risiko dari uang tunai serta variabel persepsi pada dukungan pihak pemerintah diambil dari Aji et al. (2020). Pengukuran setiap item pertanyaan menerapkan skala likert yang meliputi 5 (lima) skala berupa SS (Sangat Setuju); S (Setuju); N (Netral); TS (Tidak Setuju); STS (Sangat Tidak Setuju).

Teknik Analisis yang Diterapkan.

Data pada studi ini dianalisis menggunakan

metode SEM-PLS seperti dalam riset (Rosid et al., 2020). Teknik statistika *Partial Least Square* (PLS) tergolong dalam klasifikasi metode *Structural Equations Modeling* (SEM) yang menggunakan basis varian. PLS merupakan sebuah alat analisis multivariat yang digunakan untuk mengkoneksikan sejumlah variabel terikat dengan sejumlah variabel bebasnya (Hartono, 2011). Pada PLS ada dua evaluasi yang dilakukan yaitu evaluasi pada *outer model* serta evaluasi pada *inner model*. Model pengukuran pada evaluasi *outer model* bertujuan dalam penilaian kevalidan instrumen dan reliabilitasnya. Adapun pada evaluasi *inner model* dilakukan evaluasi bentuk strukturalnya dengan tujuan melakukan penilaian pada relasi antar variabel-variabel laten (Suyanto & Kurniawan, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pengambilan data sampel penelitian, dilakukan terlebih dahulu tes pada

pernyataan-pernyataan dalam kuesioner agar kevalidan dan serta reliabilitasnya teruji. Pada studi ini ditujukan kepada 33 responden yang berada di luar subjek penelitian. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, kuesioner disebar secara online untuk mendapat sampel dan diperoleh responden sebanyak 172.

Data Responden Penelitian. Pada tabel 1 ditampilkan data mengenai responden dalam studi ini berdasarkan program studi, angkatan, usia, dan jenis kelamin. Dari jumlah 172 responden tersebut paling banyak berasal dari program studi manajemen, yaitu 66 responden. Sebanyak 35 responden dari pendidikan ekonomi, 33 responden dari akuntansi, 27 responden dari ekonomi pembangunan, 5 responden dari akuntansi internasional, 3 responden dari administrasi keuangan, 2 responden dari bisnis internasional, dan terakhir 1 responden dari ekonomi pembangunan internasional.

Tabel 1. Gambaran Responden

| Program Studi | Angkatan | Usia | Jenis Kelamin |
|---------------------------------------|-----------|-------------|-----------------|
| Manajemen (66) | 2017 (88) | 17-19 (40) | Perempuan (145) |
| Pendidikan Ekonomi (35) | 2018 (30) | 20-22 (132) | Laki-laki (27) |
| Akuntansi (33) | 2019 (20) | | |
| Ekonomi Pembangunan (27) | 2020 (34) | | |
| Akuntansi Internasional (5) | | | |
| Administrasi Keuangan (3) | | | |
| Bisnis Internasional (2) | | | |
| Ekonomi Pembangunan Internasional (1) | | | |

Sumber: olah data (2023)

Sebagian besar responden berasal dari angkatan 2017 yaitu sebanyak 88. Kemudian diikuti oleh angkatan 2020 sebanyak 34 responden, angkatan 2018 sebanyak 30 responden, dan terakhir angkatan 2019 sebanyak 20 responden. Jumlah responden lebih banyak terdapat dalam rentang umur 20 tahun sampai dengan 22, sebanyak 132, sedangkan untuk rentang usia 17 hingga 19 tahun berjumlah 40 responden. Responden penelitian didominasi oleh perempuan

dengan jumlah 145 responden, sedangkan untuk laki-laki berjumlah 27 responden.

Pada pertanyaan mengenai *e-wallet* yang pernah digunakan selama masa pandemi covid-19 responden penelitian diperbolehkan untuk memilih lebih dari satu *e-wallet*. Sama halnya dengan responden uji coba kuesioner, *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden penelitian selama masa pandemi covid-19 memiliki urutan yang sama yaitu ShopeePay sebanyak 142 responden, OVO 71 responden, Go-Pay 68 responden, DANA

55 responden, dan LinkAja 23 responden. Banyaknya pengguna ShopeePay tersebut kemungkinan didukung oleh integrasi ShopeePay dengan shopee yang merupakan *e-commerce* nomor satu di Indonesia.

Evaluasi Outer Model. Evaluasi ini dilakukan menggunakan data responden uji coba kuesioner sebanyak 33 responden.

Uji Kevalidan Konvergen. Pengujian kevalidan konvergen ini dilakukan memperhatikan angka pada *outer loading*-nya. Menurut Hartono (2011) nilai *outer loading* minimal agar dapat dikatakan valid adalah 0,7. Dapat dijelaskan bahwa 5 indikator dari variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu PKP1, PKP2, PKP3, PKP4, dan PKP5 menunjukkan nilai *outer loading*-nya lebih dari angka 0,7 dan telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, semua indikator pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dapat dinyatakan valid.

Indikator variabel persepsi kegunaan yaitu PK1, PK2, PK3, dan PK4 nilai *outer loading*-nya menunjukkan angka yang lebih besar 0,7. Hal ini sudah mencapai kriteria kevalidan konvergen, dan semua indikatornya dinyatakan valid. Indikator variabel persepsi risiko yaitu PRUT1, PRUT2, PRUT3, dan PRUT4 semua nilai *outer loading*-nya menunjukkan lebih dari angka 0,7. Artinya, sudah memenuhi kriteria validitas konvergen sehingga semua indikatornya dinyatakan valid.

Indikator variabel dukungan pemerintah yaitu PDP1, PDP2, PDP3, dan PDP4 semua nilai *outer loading*-nya sudah memenuhi kriteria angkanya lebih dari 0,7 sehingga semua indikatornya dinyatakan valid. Semua indikator variabel perilaku penggunaan yaitu PP1, PP2, PP3, dan PP4 jug sudah memenuhi kriteria nilai *outer loading*-nya menunjukkan lebih dari angka 0,7 sehingga semua indikatornya dinyatakan valid.

Uji pada kevalidan konvergen bukan hanya berpatokan pada angka pada *outer loading*-nya, namun bisa juga dengan memperhatikan angka pada *average variance extracted* atau AVE. Untuk masuk kategori

valid, maka angkanya harus melebihi 0,5. Dapat diketahui bahwa nilai *average variance extracted* pada variabel persepsi pada kemudahan penggunaan *e-wallet* (PKP), variabel persepsi pada kegunaannya (PK), variabel persepsi tentang risiko pada uang tunai (PRUT), variabel persepsi atas dukungan pemerintah (PDP), dan variabel perilaku penggunaannya (PP) menunjukkan nilai yang sudah melebihi 0,5 sehingga terbukti kevalidan variabel-variabel tersebut.

Pengujian Kevalidan Diskriminan. Pengujian ini mencakup tahapan perbandingan nilai pada *cross loading* dalam setiap indikator. Apabila nilai pada *cross loading* tertinggi pada sebuah indikator terdapat pada konstruk yang dituju, maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid (Alfa et al., 2017). Pengujian memperlihatkan adanya angka *cross loading* tertinggi untuk masing-masing indikator pada konstruk yang dituju sehingga bisa dinyatakan bahwa kriteria pada validitas diskriminan sudah dipenuhi oleh seluruh indikator-indikator variabelnya.

Pengujian Reliabilitas. Pengujian ini berisi tahap yang pedomannya adalah angka pada *composite reliability*-nya serta nilai *cronbach's alphanya*. Sebuah variabel yang reliabel mempunyai angka pada *composite reliability*-nya lebih dari angka 0,70 meskipun masih menerima nilai sebesar 0,6 (Hartono, 2011). Jika melihat nilai *cronbach's alpha*, maka variabel yang diuji harus mempunyai angka *cronbach's alpha* melebihi 0,7 untuk tergolong reliabel. Pada penelitian ini digunakan kriteria pada angka *composite reliability*-nya lebih besar daripada 0,7 dan patokan angka *cronbach's alphanya* lebih besar daripada 0,7. Diketahui bahwa semua variabel-variabel yang diuji menghasilkan nilai pada masing-masing *composite reliability*-nya serta *cronbach's alphanya* lebih dari angka 0,70 sehingga telah reliabel.

Evaluasi Inner Model. Pada tahap ini berisi dua pengujian yang mencakup pengujian dengan *R-squared* dan pengujian hipotesis. Dalam pengujian hipotesis, studi in menerapkan tingkat keyakinan 95% dan merupakan pengujian hipotesis satu arah

(one-tailed). Data yang digunakan yaitu data responden penelitian sejumlah 172 sampel.

Uji R-squared. Hasil output menunjukkan nilai *R-squared* variabel perilaku penggunaan (PP) adalah 0,540. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel perilaku penggunaan *e-wallet* dapat dipengaruhi sebesar 54% oleh variabel-variabel independen yang diteliti, yaitu variabel persepsi pada kemudahan penggunaan *e-wallet*, variabel persepsi kegunaannya, variabel persepsi atas risiko tentang uang tunai, serta variabel persepsi atas dukungan pemerintahnya. Adapun sebesar 46% sebagai sisanya berisi sejumlah variabel bebas lain di luar penelitian yang memiliki pengaruh pada perilaku penggunaan *e-wallet*.

Uji Hipotesis. Untuk menguji hipotesis, maka nilai yang menjadi patokan adalah *probability-value* (*p-value*) pada masing-masing variabel. Bila angkanya kurang dari atau sama dengan 0,05, maka keputusannya menolak hipotesis *null*. Namun, bila angkanya melebihi 0,05, maka keputusannya menerima hipotesis *null*. Nilai lain yang dapat menjadi patokan adalah *t*-hitung. Bila angkanya melebihi nilai *t*-tabel,

maka keputusannya menolak hipotesis *null*. Namun, bila angkanya kurang dari atau sama dengan *t*-tabel, maka keputusannya menerima hipotesis *null*. Sedangkan dalam memutuskan arah pengaruh negatif atau positifnya, maka tampak pada *original sample* (Hartono, 2011). Pada PLS, hasil output untuk pengujian hipotesis dilakukan melalui proses *bootstrapping*. Nilai *p-values*, *t* hitung dan *original sample* ditampilkan pada tabel 2.

Nilai *p-values* persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 serta angka *t*-hitungnya lebih dari *t*-tabelnya ($8,336 > 1,65$). Hal tersebut mengindikasikan persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* berpengaruh pada perilaku penggunaan. Nilai *original sample* variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,503. Nilai ini positif, artinya arah hubungan persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* dengan perilaku penggunaannya adalah positif. Dengan demikian, hipotesis 1 diterima yaitu persepsi pada kemudahan penggunaan *e-wallet* berpengaruh secara positif pada perilaku penggunaannya.

Tabel 2. Path Coefficient

| | <i>Original Sample</i> | <i>t- Statistics</i> | <i>Prob-value</i> |
|-----------|------------------------|----------------------|-------------------|
| PKP → PP | 0,503 | 8,336 | 0,000 |
| PK → PP | 0,185 | 2,654 | 0,004 |
| PRUT → PP | 0,220 | 4,001 | 0,000 |
| PDP → PP | 0,049 | 0,760 | 0,224 |

Sumber: olah data (2023)

Tampak bahwa nilai *p-values* persepsi kegunaan adalah 0,004 yang kurang dari 0,05 dan angka *t*-hitungnya melebihi *t*-tabelnya ($2,654 > 1,65$), artinya variabel ini mempunyai pengaruh pada perilaku penggunaan *e-wallet*. Nilai *original sample* pada variabel persepsi kegunaan 0,185. Nilai ini positif yang mengindikasikan arah hubungan yang positif variabel persepsi kegunaan *e-wallet* dengan perilaku penggunaannya. Hal tersebut bermakna bahwa variabel persepsi kegunaan *e-wallet* memiliki pengaruh pada perilaku

penggunaannya sehingga hipotesis 2 diterima.

Nilai *p-values* persepsi risiko uang tunai sebesar 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05 dan angka *t*-hitungnya melebihi *t*-tabelnya ($4,00 > 1,65$), artinya variabel perilaku penggunaan *e-wallet* dipengaruhi oleh persepsi penggunaannya atas adanya risiko uang tunai. Nilai *original sample* variabel persepsi risiko uang tunai bernilai positif yaitu 0,220. Arah hubungan variabel ini dengan variabel perilaku penggunaan adalah positif. Artinya, variabel perilaku

penggunaan e-wallet dipengaruhi secara positif oleh variabel persepsi atas risiko penggunaan uang tunai sehingga hipotesis 3 diterima.

Nilai *p-values* pada persepsi dukungan pemerintah 0,224 melebihi 0,05. Selain itu tampak bahwa angka t-hitungnya lebih kecil daripada t-tabelnya ($0,760 < 1,65$). Artinya, persepsi pada dukungan pemerintah tidak memiliki pengaruh pada perilaku penggunaan e-wallet. Dengan demikian, hipotesis yang keempat ditolak.

Pembahasan. Hasil pengujian dan analisis statistik yang telah dikemukakan sebelumnya menginformasikan bahwa perilaku penggunaan pada e-wallet dipengaruhi secara positif oleh faktor persepsi pada penggunaannya yang mudah. Artinya, jika persepsi pada kemudahan penggunaan e-wallet makin tinggi, maka perilaku penggunaannya juga makin meningkat. Hasil ini mendukung kesimpulan hasil riset Ofori et al. (2019) yang melakukan penelitian terhadap penggunaan *online shopping*. Selain itu, hasil riset Langelo (2013) juga menyimpulkan koefisien persepsi mudahnya penggunaan *internet banking* adalah positif dan signifikan pada perilaku penggunaannya.

Hasil pengujian dan analisis statistika menemukan bahwa perilaku penggunaan pada e-wallet dipengaruhi secara positif oleh faktor persepsi kegunaannya. Dengan kata lain, apabila persepsi pada kegunaan e-wallet makin tinggi, maka perilaku penggunaannya juga makin meningkat. Temuan pada studi ini mendukung hasil yang dikemukakan Ofori et al. (2019) tentang pengaruh positif variabel persepsi bergunanya *online shopping* terhadap penggunaan sistem tersebut. Selain itu, riset oleh Langelo (2013) menemukan hasil yang sama adanya pengaruh positif persepsi pada kegunaan *internet banking* terhadap penggunaan sistem tersebut.

Hasil pengujian dan analisis statistika menemukan terdapat pengaruh yang positif dari persepsi pada risiko digunakannya uang secara tunai pada perilaku bertransaksi dengan penggunaan e-wallet. Artinya, jika persepsi pada risiko digunakannya risiko

terkena penyakit covid-19 karena uang tunai makin tinggi, maka perilaku penggunaan e-wallet juga makin meningkat. Temuan dalam riset ini serupa dengan riset yang dikemukakan Aji et al. (2020) yang menyimpulkan tentang minat penggunaan yang dipengaruhi secara positif oleh faktor persepsi pada risiko.

Berdasarkan pengujian dan analisis statistik yang disampaikan dalam studi ini, hasilnya menunjukkan tidak terdapat pengaruh pada perilaku transaksi seseorang dengan memakai e-wallet dari variabel persepsi pada dukungan atau kebijakan pemerintah. Hal tersebut berarti perilaku penggunaan e-wallet tidak dipengaruhi oleh persepsi dukungan pemerintah. Hal ini serupa dengan temuan dalam penelitian Aji et al. (2020) yang hasilnya menyatakan persepsi pada dukungan pemerintah tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada minat penggunaan di Indonesia. Namun, hasil yang berbeda didapat pada pengaruh dukungan pemerintah terhadap minat penggunaan e-wallet di Malaysia dengan memperoleh temuan yang signifikan. Temuan yang berbeda ini diduga bisa terjadi karena kurangnya informasi yang dimiliki responden penelitian mengenai bentuk dukungan pemerintah terhadap penggunaan e-wallet. Kurangnya informasi mengenai bentuk dukungan pemerintah pada penggunaan e-wallet diduga membuat responden memiliki pemahaman yang berbeda dalam memahami pertanyaan kuesioner.

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan merujuk pada uraian bagian analisis dan pembahasan yang menguji pengaruh empat determinan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, maka diperoleh kesimpulan berikut. Pertama, persepsi pada kemudahan penggunaan e-wallet memiliki pengaruh positif pada perilaku penggunaannya. Artinya, tingginya persepsi pada kemudahan menggunakan e-wallet dapat menyebabkan perilaku penggunaannya meningkat. Kedua, persepsi pada kegunaan e-wallet berpengaruh secara positif pada

perilaku penggunaannya. Artinya, bila persepsi pada kemudahan menggunakan *e-wallet* tinggi, maka perilaku penggunaannya dapat meningkat. Ketiga, variabel persepsi pada risiko digunakannya uang tunai berpengaruh secara positif pada perilaku seseorang dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya, tingginya persepsi pada risiko terkena covid-19 karena menggunakan uang tunai dapat menguatkan seseorang untuk berperilaku dalam memakai *e-wallet*. Keempat, variabel persepsi adanya dukungan atau kebijakan pemerintah tidak mempunyai dampak signifikan pada perilaku penggunaan *e-wallet*. Hal tersebut mungkin terjadi karena kurangnya pemahaman responden mengenai bentuk dukungan pemerintah terhadap penggunaan *e-wallet* yang menjadikan respon yang berbeda ketika menjawab pertanyaan kuesioner.

Implikasi yang dapat disampaikan berdasarkan hasil simpulan di atas, yaitu penerbit *e-wallet* sebaiknya memfokuskan pada persepsi para pengguna mengenai bagaimana mudahnya penggunaan *e-wallet* dengan membuat tampilan dan fitur-fitur yang mudah digunakan, dan juga menambah alternatif pengisian saldo agar pengguna lebih dimudahkan.

Dalam kondisi pandemik virus corona, perusahaan *e-wallet* dapat memperluas penggunaannya dengan cara mensosialisasikan bahwa menggunakan *e-wallet* lebih aman dari penyebaran virus corona dibandingkan dengan uang tunai karena dapat mengurangi kontak fisik. Perusahaan penerbit *e-wallet* juga sebaiknya meningkatkan kegunaan dari *e-wallet* seperti kecepatan transaksi, menambah jumlah *merchant* yang bekerja sama sehingga jangkauan transaksi lebih luas, dan bisa juga menambah promo agar pengguna merasa menggunakan *e-wallet* lebih ekonomis.

Perusahaan penerbit *e-wallet* sebaiknya memperhatikan kemungkinan kurangnya pemahaman para pengguna *e-wallet* mengenai bentuk dukungan oleh pihak pemerintah tentang manfaat digunakannya *e-wallet* tersebut. Hal yang bisa dilakukan yaitu dengan mensosialisasikan bentuk-bentuk

dukungan dan kebijakan yang dimiliki pemerintah tentang *e-wallet*. Dengan demikian, persepsi penggunaannya dapat berubah dan lebih banyak orang yang paham mengenai adanya dukungan pemerintah sehingga terjadi peningkatan pada penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., Md Husin, M., & Tan, A. W. K. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Al-Haderi, S. M. (2014). The Influences of Government Support in Accepting the Information Technology in Public Organization Culture. *International Journal of Business and Social Science*, 5(5), 118-124. https://www.ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_5_April_2014/14.pdf
- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Keputusan Konsumen dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *Eurekamatika*, 5(2), 59-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jem.v5i2.9599>
- Amelia, A., & Ronald, R. (2017). The Effect of Technology Acceptance Model (TAM) toward Actual Usage through Behavioral Intention in Real Effort to Increase Internet Banking Users in Indonesia. *International Journal of Advanced Research*, 5(9), 866-879. <https://doi.org/10.21474/ijar01/5401>
- Aninda, N. (2020). *New Normal, Indonesia Menuju Less-Cash Society*. *Bisnis Indonesia*. Retrieved 23 April from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200626/52/1258228/new-normal-indonesia-menuju-less-cash-society>
- Ardiyanto, F., & Kusumadewi, H. (2020). Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online

- Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2).
<https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2659>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Elkaseh, A. M., Wong, K. W., & Fung, C. C. (2016). Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness of Social Media for e-Learning in Libyan Higher Education: A Structural Equation Modeling Analysis. *International Journal of Information and Education Technology*, 6(3), 192-199.
<https://doi.org/10.7763/ijiet.2016.v6.683>
- Forsythe, S. M., & Shi, B. (2003). Consumer patronage and risk perceptions in internet shopping. *Journal of Business Research*, 56(11), 867-875.
[https://doi.org/10.1016/s0148-2963\(01\)00273-9](https://doi.org/10.1016/s0148-2963(01)00273-9)
- George, A. (2018). Perceptions of Internet banking users — a structural equation modelling (SEM) approach. *IIMB Management Review*, 30(4), 357-368.
<https://doi.org/10.1016/j.iimb.2018.05.007>
- Hai, L. C., & Kazmi, S. H. A. (2015). Dynamic Support of Government in Online Shopping. *Asian Social Science*, 11(22).
<https://doi.org/10.5539/ass.v11n22p1>
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35, 644-649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Hasan, M. K., Ismail, A. R., Islam, M. D. F., & Tiu Wright, L. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business & Management*, 4(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1412874>
- Indriastuti, M., & Wicaksono, R. H. (2014). Influencers E-Money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law (SEAJBEL)*, 4(2), 10-17.
<https://seajbel.com/wp-content/uploads/2014/06/KLE4204-Maya-Rizki-INFLUENCERS-E-MONEY.pdf>
- Joan, L., & Sitingjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
<https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/596>
- Junaedi, N. L. (2021). *Tren Penggunaan E-Wallet di Indonesia, Mana yang Unggul?* PT Ekrut Teknologi Utama. Retrieved 23 October from <https://www.ekrut.com/media/penggunaan-dompot-digital>
- Langelo, A. (2013). Perceived Usefulness, Perceived Easy to Use, Perceived Risk Impact to Lecturers' Internet Banking Adoption. *Jurnal Emba*, 1(4), 1571-1580.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2962>
- Lee, M.-C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277-289.
<https://doi.org/10.1108/ijbm-11-2016-0166>
- Maser, B., & Weiermair, K. (1998). Travel Decision Making From the Vantage

- Point of Perceived Risk and Information Preferences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 107-121. https://doi.org/https://doi.org/10.1300/J073v07n04_06
- Muhammad, N., Najmudin, N., & Kurniasih, R. (2022). Examining the Contribution of Internal Factors of an Investor in Driving the Investment Decision. *International Journal of Economics, Business and Management Studies*, 9(9), 25-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.36713/epra11170>
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2635>
- Octavia, N., Najmudin, N., & Laksana, R. D. (2020). *Application of the Theory of Planned of Behavior against the Intention of MSMEs in Taking Bank Loans (Bank Jateng Purbalingga Case Study)*. Sustainable Competitive Advantage 10 (SCA 10), Purwokerto. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/1902/1777>
- Ofori, D., Appiah-Nimo, C., & Wright, L. T. (2019). Determinants of online shopping among tertiary students in Ghana: An extended technology acceptance model. *Cogent Business & Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1644715>
- Permatasari, C. L., & Prajanti, S. D. W. (2018). Acceptance of Financial Accounting Information System at Schools: Technology Acceptance Model. *Journal of Economic Education*, 7(2), 109-120. <https://doi.org/10.15294/JEEC.V7I2.27182>
- Proverawati, A., Najmudin, & Saepuloh, A. (2021). Disposable or Reusable Mask? Student Preference in the Era of Covid-19 Pandemic. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(5), 2501-2507. https://www.cibgp.com/article_16048_ff81eab136f2ee36680c1ed8b3ce8989.pdf
- Richard, M. (2020). *Transaksi Tunai Masih Mendominasi, Mastercard Siap Garap Peluang*. *Bisnis Indonesia*. Retrieved 23 April from <https://finansial.bisnis.com/read/20201204/90/1326661/transaksi-tunai-masih-mendominasi-mastercard-siap-garap-peluang>
- Rosid, A., Najmudin, N., & Suwanto, S. (2020). *The Mediating Role of Job Satisfaction on the Relationship of Workplace Spirituality and Organizational Justice on Workplace Deviance Behavior*. Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics (ICBAE), Purwokerto. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301093>
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). *Analisis Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-Commerce Pada UKM Kerajinan di Gianyar*. Prosiding Seminar Nasional AIMI, Jambi. https://repository.unja.ac.id/3863/27/255_264.pdf
- Sari, A. P., & Najmudin. (2021). Perceptions of Proactive Personality and Innovative Work Behavior during the Covid-19 Pandemic. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law (SEAJBEL)*, 24(5), 162-170. <https://seajbel.com/wp-content/uploads/2021/10/SEAJBEL24.ISU-5-869.pdf>
- Sari, I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money* [Skripsi, IAIN Salatiga]. Salatiga. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/5989>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11 ed.). Pearson Education Limited.
- Setyaningrum, A., Ahistasari, A., Setyawati, S. M., & Najmudin, N. (2022). *Factors*

- Influencing Online Repurchase Intention of Herbal Products. Sustainable Competitive Advantage 12 (SCA 12), Purwokerto.*
<http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/3260/2227>
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Konferensi Nasional Sistem Informasi, Yogyakarta. <https://sinformasi.files.wordpress.com/2010/02/arifwibowo.pdf>