



**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*,  
*PERCEIVED SECURITY*, *PERCEIVED SELF EFFICACY*, DAN *TRUST*  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI DANA**

**(Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**SUSI ALISTINA NURHAYATI**

**NPM. 21901081469**



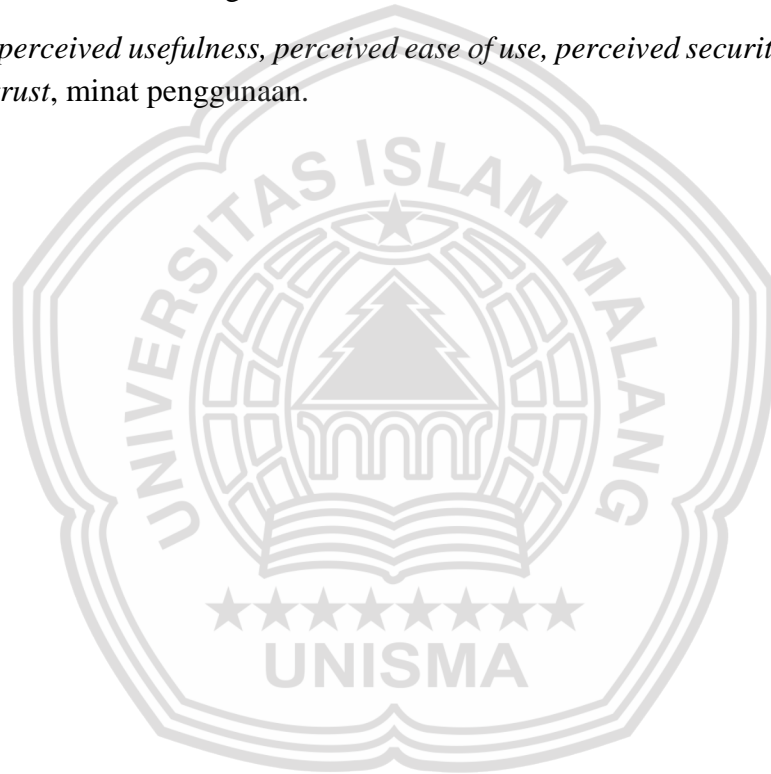
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2024**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* secara simultan dan parsial terhadap minat penggunaan aplikasi Dana. Populasi dalam penelitian adalah generasi Z di Kota Malang yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Metode pendekatan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 115 responden dan menggunakan alat analisis SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana generasi Z di Kota Malang.

**Kata Kunci:** *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, *trust*, minat penggunaan.

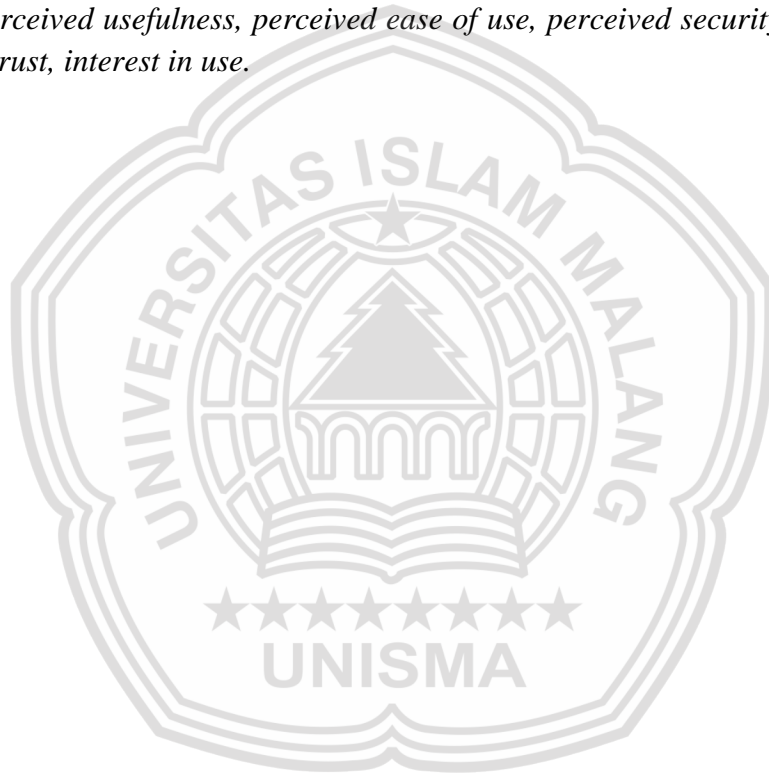




## ABSTRACT

*The aim of this research is to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived self efficacy, and trust simultaneously and partially on interest in using the Dana application. The population in the research is generation Z in Malang City, the exact number of which is unknown. The approach method uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, which is a sample collection technique based on certain criteria using a questionnaire distributed to 115 respondents and using the SPSS analysis tool. The research results show that simultaneously and partially perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived self efficacy, and trust have a significant effect on interest in using the Generation Z Fund application in Malang City.*

**Keywords:** *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived self efficacy, trust, interest in use.*

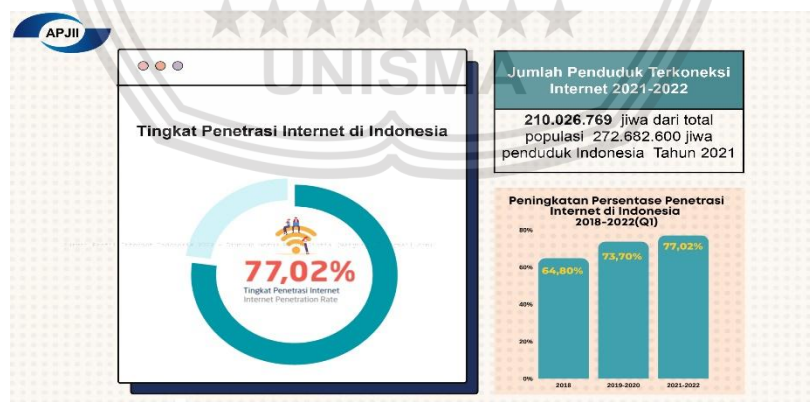


## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang

Era globalisasi yang terjadi pada saat ini membuat perkembangan teknologi semakin cepat, banyak perubahan yang terjadi baik dari bidang industri, pertanian, ekonomi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat terjadi di tengah masyarakat disadari dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan hanya melalui genggaman tangan saja. Dalam aspek kehidupan, teknologi mempermudah sebagian aktivitas manusia yang tentunya membuat pola baru dalam kegiatan sehari-hari. Seperti dalam hal berkomunikasi dengan adanya teknologi manusia dapat menyampaikan dan menyebarkan informasi dengan cepat dan tepat. Selain dalam berkomunikasi, teknologi juga dapat mempermudah dibidang pendidikan, transportasi, dan perekonomian (Fahlepi, 2023).



Gambar 1. 1 Hasil survei penetrasi pengguna internet penduduk Indonesia 2022

Jumlah pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya, khususnya di Indonesia. Menurut data survei pengguna internet yang diselenggarakan di Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 64,80%, pada tahun 2019-2020 pengguna internet meningkat menjadi 73,70%, dan pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan menjadi 77,02%. Jumlah penduduk yang terkoneksi internet tahun 2021-2022 sebanyak 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021 (APJII, 2022).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya perubahan pada bidang layanan keuangan yang mengalami evolusi dari waktu ke waktu. Seperti pembayaran yang awalnya dilakukan secara langsung dengan membawa uang tunai dan kini dapat dilakukan dengan menggunakan *handphone* untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan mengurangi resiko berupa pencurian serta peredaran uang palsu. Hal ini didukung juga dengan semakin meningkatnya penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari yang dapat diakses melalui *smartphone* dan perangkat teknologi lainnya (Cholifah, 2020).

Perubahan teknologi telah mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satu perkembangan tersebut adalah dengan munculnya alat pembayaran uang elektronik atau disebut *e-money* yang dapat mempermudah segala aktifitas masyarakat dalam hal keuangan. Uang elektronik (Bank Indonesia, 2020) didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai

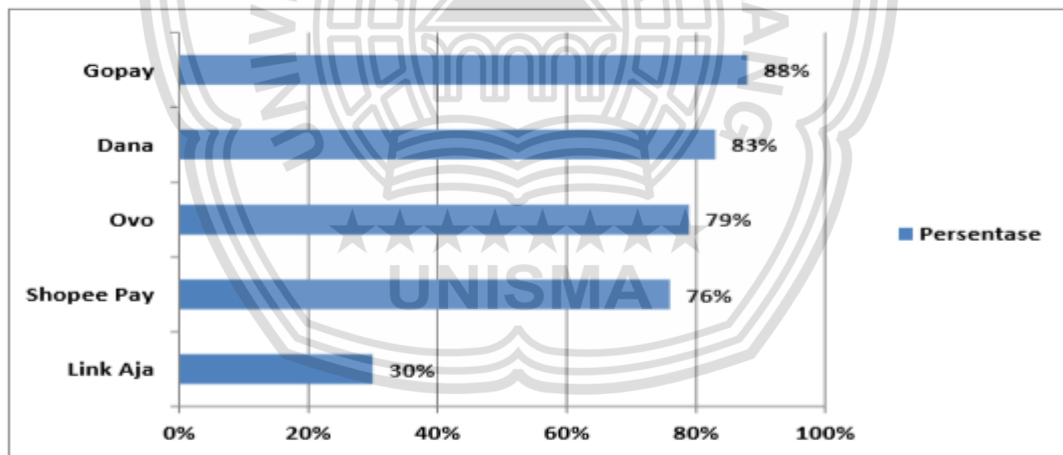
uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaanya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Oleh karena itu, perkembangan dengan adanya perkembangan pembayaran non tunai mendapat perhatian serius dari Bank Indonesia mengingat perkembangan pembayaran non tunai diharapkan dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai dan semakin efisien dalam bertransaksi. Bank Indonesia selaku bank sentral Indonesia mengeluarkan kebijakan sistem pembayaran melalui alat pembayaran elektronik atau dikenal dengan uang elektronik (*E-money*) pada tahun 2009.

Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia sudah membentuk “Gerakan Nasional Non Tunai” (GNNT) yang diperkuat di peraturan bank Indonesia nomor 18/17/PBI/2016 tentang uang elektronik (*E-money*) menyatakan bahwa dalam rangka meningkatkan sekaligus mendukung keuangan inklusif, penggunaan uang elektronik melalui penyelenggaraan layanan keuangan digital perlu ditingkatkan dan diperlancar. Hal ini guna mendorong masyarakat agar menjadi *Less Cash Society* (LCS) untuk meminimalisir resiko yang dapat merugikan masyarakat seperti tindakan kriminal pencurian dan uang palsu.

Produk *e-money* sendiri memiliki dua sistem pembayaran yaitu yang pertama kartu prabayar menggunakan kartu fisik berbasis chip dan yang kedua *e-wallet* yang berbasis server berbentuk aplikasi. Konsumen dapat menggunakan layanan e-money hanya dengan menempelkan kartu untuk melakukan transaksi jika menggunakan kartu prabayar atau dapat melakukan *scanner* bilamana

menggunakan aplikasi *e-wallet* pada alat sensor yang disediakan para penerbit *e-money* kepada pedagang (*merchant*) yang menyediakan alat pembayaran uang elektronik, setelah itu maka transaksi pembayaran secara otomatis akan berhasil dengan adanya pemotongan saldo pada kartu atau *e-wallet* namun transaksi akan gagal bila saldo tidak mencukupi.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang menawarkan *e-money*. *E-money* sendiri ada yang diterbitkan oleh bank dan perusahaan keuangan yang berbasis aplikasi/server. *E-money* yang diterbitkan oleh bank yaitu seperti Brizzi dari bank BRI, *E-money* Mandiri dari bank Mandiri, dan Flazz dari bank BCA. Sedangkan *E-money* diterbitkan oleh perusahaan keuangan yaitu seperti Gopay dari Gojek, Shopee Pay dari Shopee dan DANA.



Sumber: (Populix, 2023)

**Gambar 1. 2 E-money Populer Di Indonesia Tahun 2023**

Berdasarkan survei Populix, posisi pertama ditempati oleh Gopay dengan persentase 88%, Posisi kedua ditempati oleh Dana dengan persentase 83%, Posisi

ketiga ditempati oleh Ovo dengan persentase 79%, posisi keempat ditempati oleh Shoope Pay dengan persentase 76% dan posisi terakhir ditempati oleh Link aja dengan persentase 30% (Populix, 2023).

Aplikasi Dana adalah layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial yang menyediakan infrastruktur pembayaran yang memungkinkan masyarakat Indonesia melakukan pembayaran dan transaksi secara non tunai dan non kartu. DANA sudah hadir di Indonesia sejak 2017, namun baru resmi diluncurkan pada 5 November 2018 dengan menerapkan layanan open platform, artinya dana dapat masuk digunakan dalam berbagai platform yang berbeda baik *offline* atau *online*. Konsep open platform ini, selain dapat terhubung dengan berbagai bentuk alat pembayaran lain, DANA juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima. DANA juga sudah dapat digunakan di beberapa platform dan aplikasi seperti Bukalapak, TIX ID, serta BBM, dan akan hadir dalam berbagai *merchant* lainnya.

Permasalahan yang terjadi terkait manfaat yang dirasakan oleh para pengguna berdasarkan keluhan pada kolom penilaian dan ulasan aplikasi dana yaitu, banyaknya keluhan terkait sulitnya transfer uang ke bank, pengisian ulang saldo yang gagal, verifikasi identitas yang mempersulit pengguna, hilangnya saldo



pengguna. Hal ini menyebabkan persepsi buruk tentang aplikasi dana karena para pengguna tidak dapat merasakan langsung manfaat yang diberikan karena banyaknya keluhan terjadi sehingga menghambat kinerja pengguna. Permasalahan yang masih sering terjadi yang dialami pengguna yaitu masih merasa kesulitan untuk menggunakan produk *e-money* walau sudah ada tata cara penggunaan. Kebanyakan pengguna lebih memilih melakukan transaksi menggunakan uang tunai daripada menggunakan *e-money* karena lebih mudah. Meskipun pembayaran non tunai melalui *e-money* sudah banyak yang memakai karena kemudahan penggunaannya, tetapi masih banyak orang yang belum mengenal *e-money* dengan berbagai keuntungan yang dapat diperoleh.

Penggunaan aplikasi Dana yang tinggi dalam bertransaksi berdampak pada minat penggunaan konsumen. Munculnya minat penggunaan pada aplikasi Dana sangat dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust*. Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan dengan 25 responden, sebanyak 68% responden menyatakan bahwa mereka memiliki minat menggunakan aplikasi Dana karena review pengguna lain yang memuaskan. Sebanyak 84% responden menyatakan bahwa dengan adanya *perceived usefulness* yang tinggi dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakan aplikasi Dana. Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi Dana. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa keamanan aplikasi

Dana tidak perlu diragukan lagi. Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Dana dapat dipelajari secara mudah. Sebanyak 64% responden menyatakan bahwa konsumen percaya aplikasi Dana tidak akan mengecewakan. Berdasarkan hasil penelitian Adam, dkk (2024), persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Ketika seseorang memiliki minat untuk menggunakan suatu layanan dengan merasakan kepuasannya maka hal tersebut dapat membuat minat seseorang untuk memutuskan sebuah layanan untuk digunakan.

Seseorang akan menggunakan atau tertarik dengan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat baik kepada mereka. Menurut Jogiyanto (2019) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. *E-money* bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi, terutama untuk transaksi berskala kecil. Keuntungan-keuntungan yang ditawarkan *e-money* menjadi suatu hal positif yang berdampak pada niat untuk menggunakan fasilitas *e-money* tersebut. Manfaat yang ditawarkan produk *e-money* dapat berdampak pada peningkatan penggunaannya. Hal ini didukung dengan penelitian Kurnia dan Tandijaya (2023) bahwa ketika sebuah produk memiliki manfaat ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha, kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem (Davis, 2019). Berbagai teknologi telah diciptakan untuk mempermudah aktivitas setiap individu dalam kehidupan sehari-hari, dengan adanya dukungan promosi yang tepat sasaran ke dalam lapisan masyarakat dan perusahaan *e-money* fokus untuk mengembangkan produknya dengan meningkatkan kualitasnya terutama dalam hal kemudahan. Layanan yang diberikan oleh DANA pun sangat banyak seperti menarik uang ke rekening bank, mengisi pulsa, transfer, BPJS dan tagihan listrik serta promo yang digunakan berupa diskon dan *cashback* untuk *merchant-merchant*. Hal ini didukung dengan penelitian Cholifah (2020) bahwa semakin mudah teknologi maka individu akan tertarik untuk menggunakannya.

Selain persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi keamanan (*perceived security*) juga menjadi faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan. Banyaknya kebutuhan manusia akan transaksi digital maka akan meningkat pula ancaman keamanan yang akan terjadi. Faktor keamanan ini merupakan faktor paling penting dalam melakukan transaksi digital. Menurut Chazar (2015) keamanan sistem informasi

(*perceived security*) adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Pencegahan keamanan yang dilakukan dana sudah sangat baik dengan menerapkan *Two Factor Authentication* (TFA), OTP dan *Visual identity Authentication* (VIA). Walaupun hal ini telah diterapkan masih banyak kejadian lapisan keamanan tersebut berhasil ditembus oleh pihak tak bertanggung jawab. Hal ini didukung dengan penelitian Kumala, dkk (2020) bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi GoPay untuk pembelian makanan dan minuman pada generasi X Surabaya. Keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi untuk mencegah penipuan.

Konsep efikasi diri sebenarnya adalah inti dari teori *social cognitive* yang dikemukakan oleh Albert Bandura yang menekankan peran belajar observasional, pengalaman sosial, dan determinisme timbal balik dalam pengembangan kepribadian. Menurut Feist (2010) efikasi diri (*perceived self efficacy*) adalah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap fungsi orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan sekitarnya. Efikasi diri merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri atau *self knowledge* yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini disebabkan efikasi diri yang dimiliki ikut mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan termasuk

di dalamnya perkiraan berbagai kejadian yang akan dihadapi. *Perceived self efficacy* dalam penelitian Wongso & Ramadania (2021) berpengaruh terhadap minat penggunaan karena efikasi diri merupakan penilaian diri terhadap kemampuan diri untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai yang telah ditetapkan.

Selain *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *perceived self efficacy*, *trust* juga menjadi faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan. Kepercayaan (*Trust*) juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan. Moorman dalam Cholifah (2020) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Dalam penggunaan sistem *digital payment*, *trust* menjadi faktor utama dan sejauh ini telah sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, dikarenakan sistem *mobile payment* yang lebih sedikit terjadinya interaksi langsung. Hal ini didukung dengan penelitian Andini & Himawan (2023) bahwa *trust* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Pengguna memiliki kepercayaan terhadap aplikasi Dana dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul  
“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*,

## ***Perceived Self Efficacy, dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana***”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* secara simultan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?
2. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?
3. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?
4. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?
5. Bagaimana pengaruh *perceived self efficacy* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?
6. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* secara simultan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *perceived security* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.
- e. Untuk menganalisis pengaruh *perceived self efficacy* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.
- f. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

#### a. Manfaat Teoritis

Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang mana hasil penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian yang sejenis dan bisa lebih disempurnakan lagi.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi pemimpin perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis agar tetap menjadi pilihan para konsumen.

2) Bagi Akademik

Manfaat dari penelitian ini yaitu menambah wawasan akan teori yang sudah dipelajari penulis sebelumnya dan dapat mengetahui pengaruh antar variabel dalam penelitian, kemudian untuk pihak lain penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi terkait *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* terhadap minat penggunaan aplikasi Dana.

3) Bagi Pengguna

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi pengguna.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- b. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- c. *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- d. *Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- e. *Perceived self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- f. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.

#### 5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Kota Malang dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 115 responden. Dengan keterbatasan tersebut penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pada lingkup yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar, atau dengan melakukan penelitian lebih banyak tempat lagi apabila sampelnya terlalu sedikit.
- b. Penelitian ini hanya menganalisis variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* sebagai faktor penentu minat penggunaan, sehingga masih ada variabel-variabel lain yang dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya.
- c. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat dikelola berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

### 5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan, penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu:

- a. Bagi perusahaan

Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan terkait untuk memperhatikan secara seksama pentingnya beberapa faktor tersebut. Terutama faktor *perceived self efficacy* dan *perceived ease of use* karena faktor tersebut memiliki pengaruh yang paling besar dan signifikan terhadap minat penggunaan.

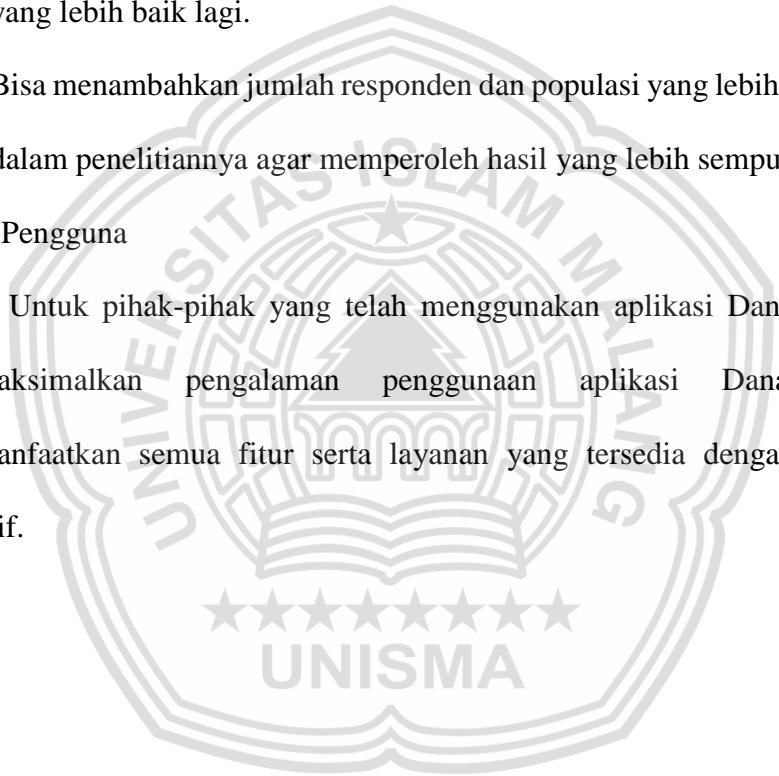
b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar:

- 1) Menambahkan variabel lagi yang berbeda pada penelitian berikutnya agar bisa memperkuat pendapat.
- 2) Digunakan model penelitian lain untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.
- 3) Bisa menambahkan jumlah responden dan populasi yang lebih banyak dalam penelitiannya agar memperoleh hasil yang lebih sempurna.

c. Bagi Pengguna

Untuk pihak-pihak yang telah menggunakan aplikasi Dana dapat memaksimalkan pengalaman penggunaan aplikasi Dana dan memanfaatkan semua fitur serta layanan yang tersedia dengan lebih efektif.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, A., Wahono, B., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo)(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 864-875.
- Andini, VA, & Himawan, AFI (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay. *SEIKO: Jurnal Manajemen & Bisnis* , 6 (1), 48-61.
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia*. <https://surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>
- Arasu, R., & Vismanathan, A. (2022). Web Service and E-Shopping Decisions: A Study on Malaysia E-Consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System*. 54-60.
- Ashary, A., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* Vol. 7, No. 7.
- Badarudin, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Exterior Store Surabaya*. Surabaya
- Chazar, C. (2015). Standar Manajemen Keamanan Sistem Informasi Berbasis ISO/IEC 27001:2005. *Jurnal Informasi*, 7, 48-57.
- Cholifah, R. N. (2020). Pengaruh Perceived Effectiveness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Intention To Use (Studi Kasus Pengguna Dana Pada Tix Id Di Tangerang Selatan Dan Jakarta Selatan) (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).
- Davis. (2019). UC Davis at SemEval-2019 Task 1: DAG Semantic Parsing with Attention-based Decoder. *International Workshop on Semantic Evaluation*
- Deni, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: E-money Kartu Flazz BCA) Tahun 2011. Tesis : Universitas Indonesia.
- Dippenaar, Z. (2017). The Factors Influencing The Adoption of In-Store Mobile Payments: A Validation and Extension Study. *Proceedings of IASTEM International Conference*. University of the Free State.

- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI* Vol. 3, No. 6.
- Fahlepi, I. M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Aplikasi DANA.
- Feist, J. 2010. *Teori Kepribadian*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit UNDIP.
- Husein, U. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Ekonomi Keperilakuan Yogyakarta*: Andi.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., Kim, N. S. (2020) “ An Empirical Study of Customer’s Perceptions of Security and Trust in e-Payment System”, *Electronic Commerce Research and Application*.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6 (1), 19-29.
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 17 (1), 64-72.
- Populix. (2023). *Media Sosial yang sering digunakan untuk berbelanja online*. <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>, diakses pada 20 Januari 2024
- Purwinarti, T., & Mariam, I. (2022, Maret). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Gopay. Dalam *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE* (Vol. 10, No. 1, pp. 358-368).
- Pratiwi, T., Indriani, F., & Sugiarto. (2017). *Analisis Pengaruh Technology Readyness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang*. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 26 No. 1 Juli 2017 halaman 76 – 88.

- Roainy. (2018). Pengaruh *Perceived Usefulness*, Kepercayaan, dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Penggunaan SMS Banking Bagi Nasabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang. Palembang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibasuri, A., Satria, B., Mahrinasari M,S., & Ribhan. (2018). Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering & Technology*. Student of the Doctor Faculty of Economics and Business, University of Lampung, Indonesia.
- Wongso, H., & Ramadania. (2021). Pengaruh *Self Efficacy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use Mobile Banking* Bank Kalbar. In *Proceeding Seminar Binsis* (Vol. 5, pp. 224-239).

