



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET SHOPEEPAY*  
DI KALANGAN GENERASI MILLENNIAL  
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**ROKI CANDRA PITURA**

NPM. 21801081129



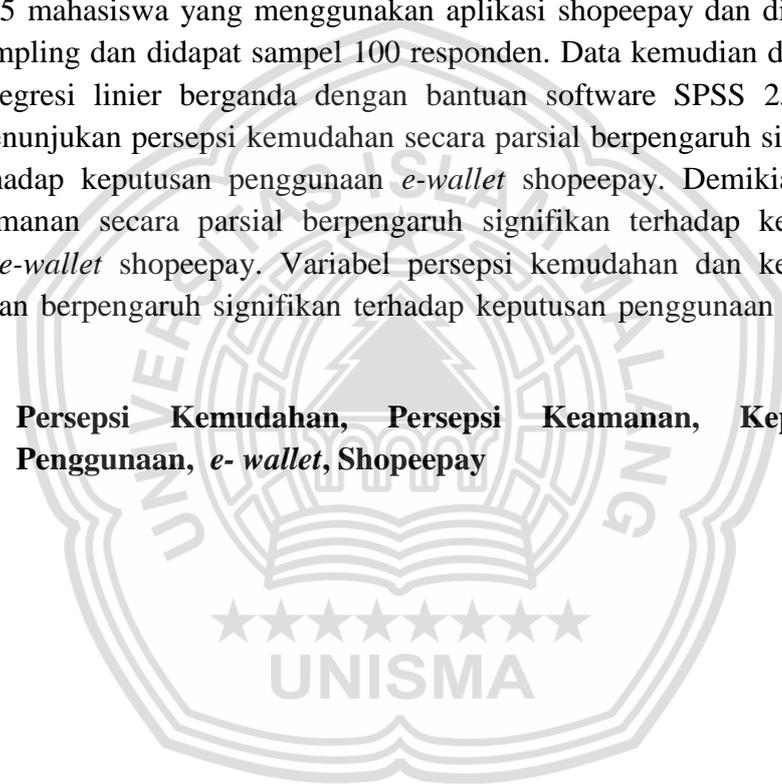
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2022**

## ABSTRAK

Instrumen atau alat dalam pembayaran sudah mengalami perubahan-perubahan yang dimulai dari alat pembayaran dalam bentuk tunai berupa logam dan kertas konvensional, kini telah berkembang dalam bentuk yang lebih praktis yaitu alat pembayaran elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan populasi mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2018 berjumlah 565 mahasiswa yang menggunakan aplikasi shopeepay dan dilakukan purposive sampling dan didapat sampel 100 responden. Data kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay. Demikian juga, persepsi keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay. Variabel persepsi kemudahan dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay.

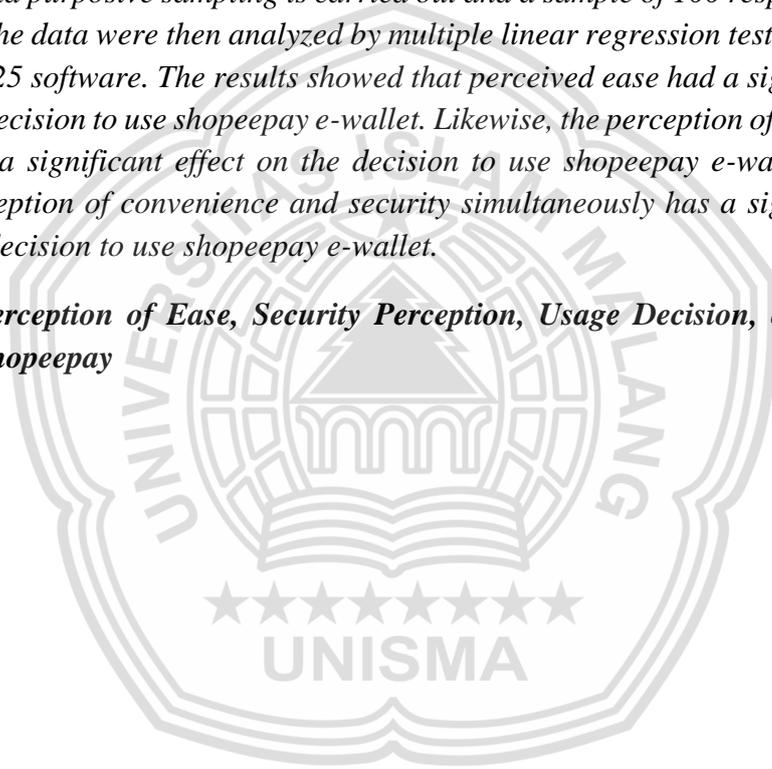
**Kata kunci:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Keputusan Penggunaan, *e-wallet*, Shopeepay



## ABSTRACT

*Instruments or means of payment have undergone changes, starting from conventional payment instruments in the form of metal and paper, now developing in a more practical form, namely electronic payment instruments. The purpose of this study was to determine the effect of perceived convenience and perceived security on the decision to use shopeepay e-wallet. The type of research is quantitative research with a population of management students at the Islamic University of Malang Batch 2018 totaling 565 students who use the shopeepay application and purposive sampling is carried out and a sample of 100 respondents is obtained. The data were then analyzed by multiple linear regression test with the help of SPSS 25 software. The results showed that perceived ease had a significant effect on the decision to use shopeepay e-wallet. Likewise, the perception of security partially has a significant effect on the decision to use shopeepay e-wallet. The variable perception of convenience and security simultaneously has a significant effect on the decision to use shopeepay e-wallet.*

**Keywords:** *Perception of Ease, Security Perception, Usage Decision, e-wallet, Shopeepay*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan banyak perubahan yang terjadi di beberapa Negara di dunia salah satunya adalah Negara Indonesia, yang mana perubahan tersebut terjadi pada pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Instrumen atau alat dalam pembayaran sudah mengalami perubahan-perubahan yang dimulai dari alat pembayaran dalam bentuk tunai berupa logam dan kertas konvensional, kini telah berkembang dalam bentuk yang lebih praktis yaitu alat pembayaran elektronik. Yang pada umumnya, masyarakat lebih mengenal uang kertas sebagai alat untuk melakukan pembayaran yang sudah menjadi kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. (Kasmir, 2013: 194). Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik (Adiyanti, 2015).

Uang elektronik yaitu alat bayar elektronik yang di peroleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut di masukan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi

secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Utami & Kusumawati 2017). Salah satu bentuk uang sebagai instrumen pembayaran yang sedang berkembang adalah uang elektronik (*E-money*). Pengertian *e-money* menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Nilai uang ini bukanlah merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan, sehingga tidak diberikan bunga dan tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Uang elektronik lebih merupakan pengalihan bentuk dari uang tunai. (Bank Indonesia, 2006).

Kemunculan *e-money* merupakan jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia seperti yang diungkapkan di data Bank Indonesia pada penelitian yang dilakukan Saraswati (2021) sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar di Indonesia**

Tahun	Bulan	Jumlah Instrumen
2017	Januari s/d Desember	90,003,848
2018	Januari s/d Desember	167,205,578
2019	Januari s/d Desember	292,299,320
2020	Januari s/d Mei	346,881,617

Sumber : Bank Indonesia, dalam Saraswati, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan tingkat beredarnya instrumen *e-money* di masyarakat Indonesia mengalami *trend* meningkat dari tahun 2017 hingga tahun 2019, nilai tersebut meningkat signifikan pada tahun 2019 dengan jumlah 292,299,320 instrumen. Dari sumber data BI pada tahun 2020 periode bulan Januari s/d bulan Mei meningkat dengan jumlah 346,881,617 instrumen. Peningkatan ini akan terus terjadi seiring dengan di berlakukannya kewajiban penggunaan *e-money* untuk pembayaran di jalan tol dan sejumlah alat transportasi lainnya, pembayaran jasa transportasi *online* yang semakin meningkat dan semakin banyaknya bank dan perusahaan-perusahaan yang menerbitkan layanan *e-money*.

Tren penggunaan *e-money* banyak dilakukan oleh generasi milenial. dengan adanya *E-money* mempermudah mobilitas keuangan di kalangan anak-anak muda yang di kenal dengan sebutan Generasi Millennial. Generasi ini membawa dampak yang cukup berpengaruh pada aktivitas sehari-hari dan mempengaruhi penggunaan *e-money* (Saraswati, 2021). Teori yang mempelajari atau menjelaskan prilaku seorang individu untuk menggunakan sistem teknologi informasi atau tidak yaitu TAM (*Technologi Acceptance Model*), TAM dapat di gunakan untuk melihat persepsi dari suatu pengguna teknologi karena TAM merupakan model perilaku pemanfaatan teknologi dan literatur sistem informasi manajemen TAM berfokus pada sikap menggunakan teknologi Informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan (Davis, 2013).

Keputusan penggunaan merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan penggunaan jasa sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Salah satu motivasi keputusan penggunaan tersebut adalah persepsi kemudahan (Davis dalam Tri, 2018: 30). Persepsi kemudahan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani, 2007). Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna suatu teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya (Davis, 2013).

Selain faktor kemudahan, keamanan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi individu dalam menggunakan produk (Jogiyanto, 2007). Persepsi keamanan biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, dan/atau penipuan dan

penyalahgunaan wewenang (Armesh et al., 2010). Roca et al (2009) menyebutkan keamanan juga berhubungan dengan perasaan konsumen tentang adanya kemungkinan bahwa perusahaan online mengumpulkan dan menggunakannya data tentang individu secara tidak tepat.

Keamanan dan kemudahan bagi sebuah aplikasi sangat mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan aplikasi pilihannya. Hasil survey yang dilakukan kepada 20 Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018 menunjukkan rata-rata mereka menggunakan e-wallet dengan alasan mudah dalam bertransaksi dan tidak membutuhkan membawa uang cash dalam jumlah banyak, Seperti yang diungkapkan Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018 berinisial FT sebagai berikut:

*“...jaman sekarang aku sudah jarang bawa cash banyak, ribet. Kebanyakan lebih mudah pakai e-wallet, tinggal scan QR transaksi kelar. E-wallet sekalipun kita pilih yang gampang dioperasikan ya, kalo interface-nya susah kita juga males pakai sih...”*

Tentunya hal ini juga dipengaruhi faktor keamanan, para mahasiswa ini merasa aman karena mereka dapat bertransaksi tanpa harus membawa uang cash. Seperti yang diungkapkan Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018 berinisial SK sebagai berikut:

*“...kalo aku pakai e-wallet yang penting aman saja. Sekarang banyak pencurian saldo, sudah tahu mahasiswa kan duitnya gak banyak, kalo kecolong bisa susah banget. Untungnya e-wallet sekarang masalah keamanan enak sih, gampang klaimnya kalo ada saldo ilang tanpa kita ketahui..”*

Seperti yang diungkapkan Rachmadi dkk (2017) yang menyatakan kemunculan *e-money* merupakan jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran

secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena pada umumnya nilai uang yang disimpan instrumen ini di tempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses secara cepat, aman, dan murah. Selain itu, penggunaan *e-money* sebagai alternatif alat pembayaran non-tunai di kalangan generasi muda khususnya mahasiswa menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai, khususnya untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro sampai dengan ritel dan memudahkan pelacakan kembali atas suatu transaksi untuk memperoleh akurasi.

Dari semua penjelasan diatas timbul banyak pertanyaan tentang bagaimana tanggapan masyarakat terkait kemudahan dan keamanan terhadap penggunaan *e-wallet* dikalangan generasi muda. Oleh karena itu, dilakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul ***“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopeepay Di Kalangan Generasi Millenial (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018)”***

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai uraian dilatar belakang tersebut rumusan permasalahan dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet Shopeepay*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet Shopeepay*?

3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet shopeepay*?

### 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet shopeepay*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet shopeepay*
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan kemanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet shopeepay*

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat berikut ini:

1. Secara praktis

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada perusahaan shopee sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan menentukan strategi yang diambil shopee dalam upaya meningkatkan pembelian konsumen dan memenangkan persaingan pasar.

2. Secara teoritis

Diharapkan dari penelitian ini bisa menyatakan bukti empiris terkait masalah yang berkaitan dengan Persepsi keamanan

dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* *shopeepay* sebagai Variabel antara serta dapat memberikan manfaat lebih dalam pengembangan penelitian bidang manajemen pemasaran terkhusus mengenai perilaku keputusan konsumen.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapat dan pembahasan yang telah dilakukan pada subab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

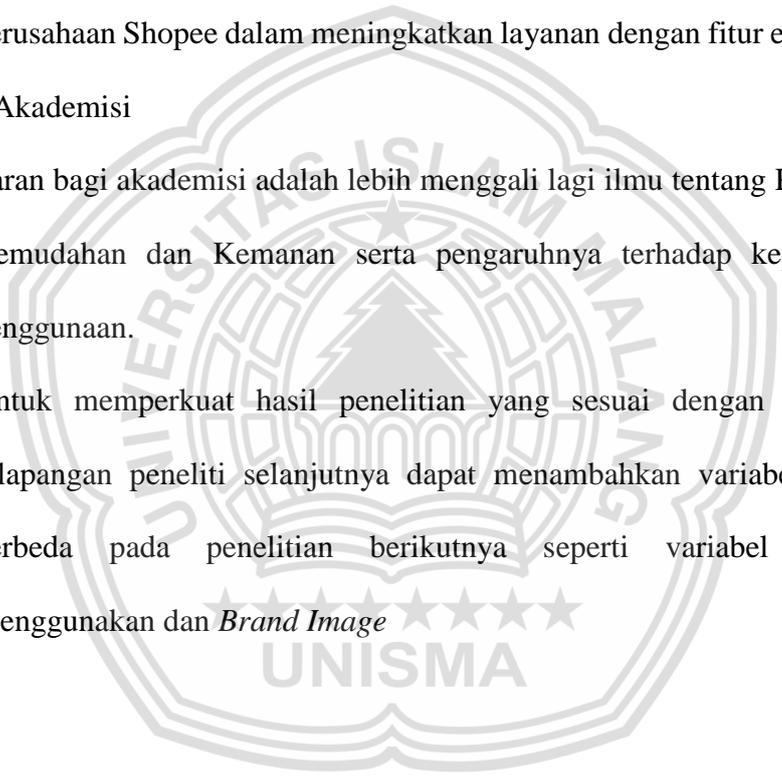
1. Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay.
2. Persepsi Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay
3. Variabel Persepsi Kemudahan dan Kemanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay

#### 5.2 Keterbatasan

1. Penelitian hanya terbatas pada 2 (dua) variabel independent yaitu Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan.
2. Populasi hanya mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2018
3. Hasil penelitian ini mungkin memiliki bias dalam tanggapan responden karena masalah subjektivitas, serta adanya perbedaan pendapat pada masing-masing responden yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

### 5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak yang terkait dalam hal ini perusahaan Shopee dalam meningkatkan Keputusan Penggunaan pelanggannya atas e-wallet ShopeePay.
  - b. Hasil yang didapat dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk perusahaan Shopee dalam meningkatkan layanan dengan fitur e-wallet.
2. Bagi Akademisi
  - a. Saran bagi akademisi adalah lebih menggali lagi ilmu tentang Persepsi Kemudahan dan Keamanan serta pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan.
  - b. Untuk memperkuat hasil penelitian yang sesuai dengan kondisi dilapangan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang berbeda pada penelitian berikutnya seperti variabel Minat Menggunakan dan *Brand Image*



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Prakosa dan Wintaka, Dimas Jati. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman: Volume 3. Nomor 1*
- Adiyanti, Arsita I. 2015. *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Amoroso, Donald L Gardner, Christina dan. 2011. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. *Proceedings, Hawaii International Conference on System Sciences*. 37. Hlm.1-10
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Armeh, H., H. Salarzehi, NM. Yaghoobi, A. Heydari and D. Nikbin. 2010. The Effects of Security and Privacy Information on Trust and Trustworthiness and Loyalty in Online Marketing in Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*. 2 (2). 223-234
- Davis, Gordon B. 2013. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Palembang: Maxikom
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. LKIS, Yogyakarta
- Ferdinand, Agusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fitriana, Ana. 2015. Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking BCA. *CSRID Journal*, Vol.7 No.3 Oktober 2015, Hal. 135-144
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Handayani, Rini. 2005. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. Masters Thesis. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro
- Jogiyanto, H.M. 2009. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Jogiyanto. 2012. *Sistem Informasi Keprilakuan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kasmir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kerlinger. 2006. *Asas–Asas Penelitian Behaviour. Edisi 3, Cetakan 7*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Kurniawan, Taufan Adi dan Endahjati, Supeni. 2020. Faktor yang Mempengaruhi Keberterimaan Penggunaan Uang Digital di Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis Vol. 13, No. 2*
- Laudon, Kenneth dan P. Laudon, Jane. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital Edisi 8*. Andi Offse: Yogyakarta
- Lederer, A.L., Maupin, D.J., Sena, M.P., dan Zhuang, Y. 1998. The Rerole of Ease of Use, Usefulness and Attitude in the Prediction of World Wide Web Usage. *Association for Computing Machinery Special Interest Group on Computer Personnel Research Conference, pp. 195-204*
- Nugroho, B.S. 2018. *Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Transaksi Menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Olson, Jerry. C dan Peter, J. Paul. 2011. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Buku 2, ed. 9*. Erlangga: Jakarta
- Pratama dan Suputra. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2*
- Priyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing
- Rahardjo, Budi. 2005. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Infonesia
- Rahmawati, Y.D., Yuliana. R. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsikeamananterhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *Journal of Economics and Banking Volume 2 No.2*
- Raman, A., & Viswanathan, A. 2011. Web services and e-shopping decisions: A study on malaysian e-consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal, 54–60.

- Roca, JC., JJ. Garcia and JJ. de la Vega. 2009. The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Systems. *Information Management & Computer Security*. 17 (2). 96-113
- Safitri, Ernita Oktaviana. 2019. *Analisis Perilaku Penggunaan Mobile Payment Aplikasi Ovo Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Termodifikasi*. Sarjana thesis,. Universitas Brawijaya
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Santoso, Budi dan Zusroni, Edwin. 2020. Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Informasi dan Komunikasi*. Vol. 11. ISSN:2087-0868. SK No. 21/E/KPT/2018.
- Situmorang dan Lutfi M. 2014. *Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Slameto. 2010. *Belajar Dan Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suseno, Franz Magnis. 2009. *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral, Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Yayasan Kanisius
- Taniredja, Tukiran dkk. 2011. *Model-Model Pembelajaran Inovatif*. Bandung: Alfabeta
- Tri, Ikhwan. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Penggunaan E-money Dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia
- Zahara, R., Nasution A.W., Asmalidar. 2021. Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan e-Money pada Mahasiswa politeknik Negeri Medan. *Polimedia*, Vol 24 No. 1