



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT DAN
FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET
PADA APLIKASI DANA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

EKA DEWI FITRIYANTI

21901081210



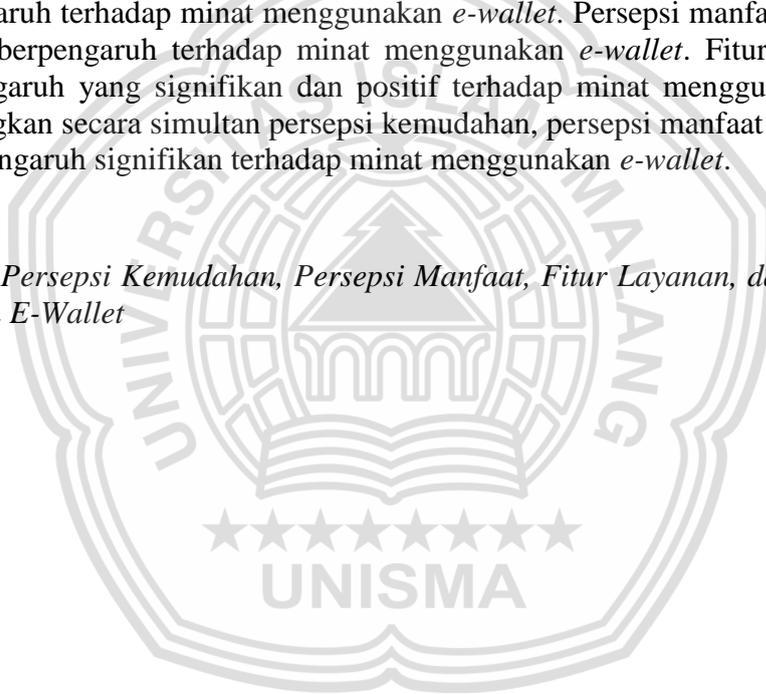
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGAM STUDI MANAJEMEN**

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis angkatan 2019 Universitas Islam Malang. Jenis penelitian yang dipakai ialah kuantitatif. Sampel penelitian ini diambil dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan rumus Malhotra digunakan untuk mengambil sampel, yaitu jumlah item x 5 sehingga total sampel 85 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis simultan (Uji F) dan pengujian hipotesis parsial (Uji t). Pada hasil penelitiannya ditunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi manfaat secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Fitur layanan memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan secara simultan persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

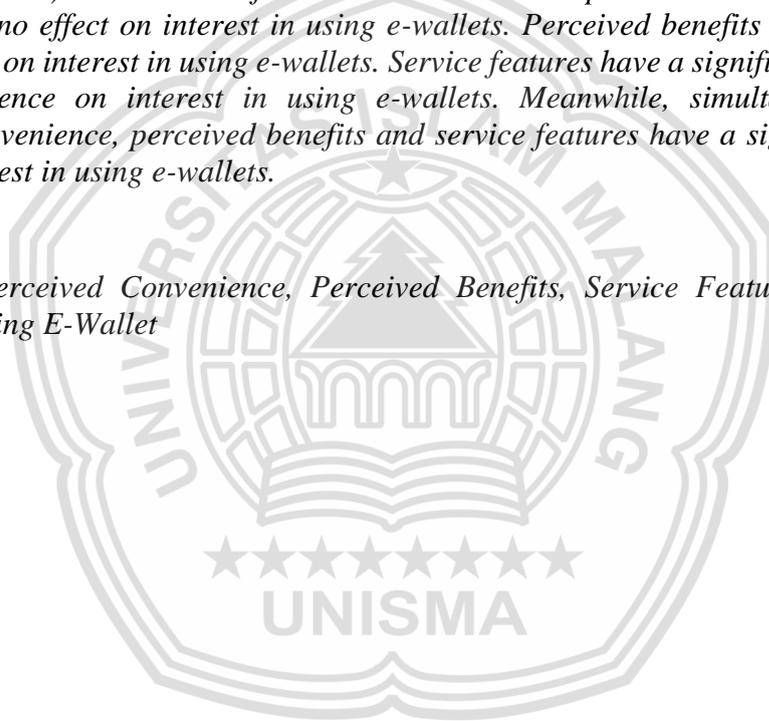
Kata Kunci : *Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Fitur Layanan, dan Minat Menggunakan E-Wallet*



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of perceived convenience, perceived benefits and service features on the interest in using e-wallets in the DANA study application for students of the Faculty of Economics & Business class of 2019, Islamic University of Malang. The type of research used is quantitative. The research sample was taken by purposive sampling technique with the Malhotra formula used to take the sample, namely the number of items \times 5 so that the total sample is 85 respondents. The data analysis method used in this study is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. Testing the data used is testing the simultaneous hypothesis (Test F) and testing the partial hypothesis (Test t). The results of his research show that perceived convenience partially has no effect on interest in using e-wallets. Perceived benefits partially have no effect on interest in using e-wallets. Service features have a significant and positive influence on interest in using e-wallets. Meanwhile, simultaneously perceived convenience, perceived benefits and service features have a significant effect on interest in using e-wallets.

Keywords: *Perceived Convenience, Perceived Benefits, Service Features, and Interest in Using E-Wallet*



BAB I

PENDAHULUAN

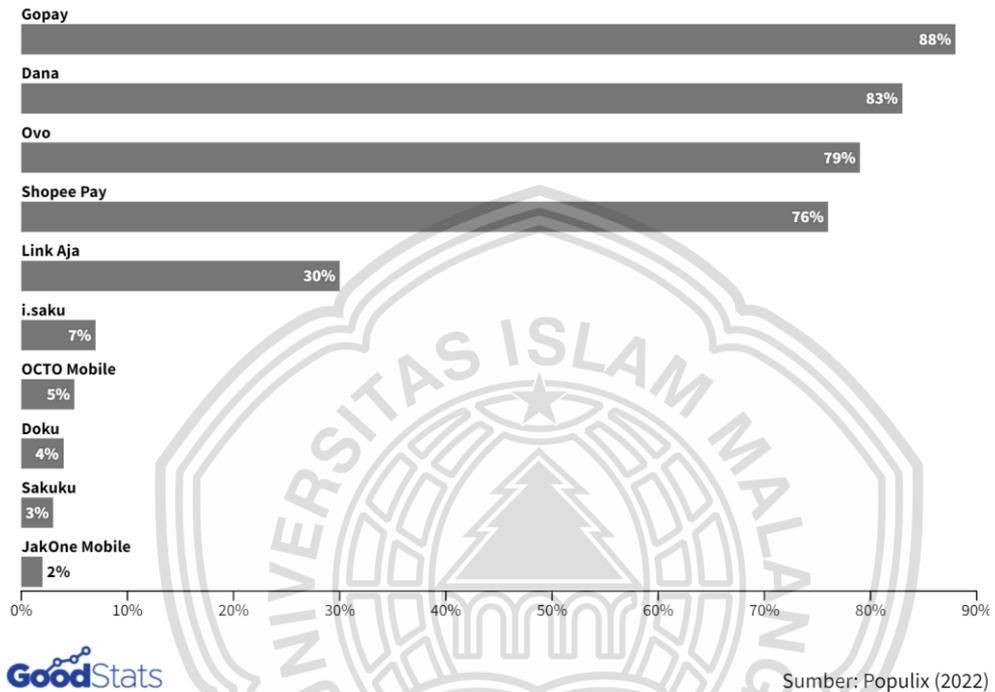
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada era globalisasi selalu mengalami kemajuan yang semakin pesat dari waktu ke waktu. Tidak bisa dipungkiri bahwa kemajuan teknologi membawa banyak perubahan di segala aspek dunia ini, terutama pada layanan keuangan (Anis & Irbayuni, 2021). Digitalisasi telah menghasilkan sebuah inovasi yang luar biasa, salah satu sektor yang mengalami inovasi adalah layanan keuangan. Meluasnya jangkauan jaringan internet yang semakin pesat juga menjadi salah satu faktor pendorong yang menyebabkan meningkatnya penggunaan perangkat dan aplikasi dalam mempermudah kegiatan, seperti halnya transaksi menggunakan alat pembayaran elektronik atau dompet digital (Arriza, 2021). (*Financial Technology (Fintech)*) merupakan inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan yang menyebabkan perubahan di bidang keuangan semakin pesat (Desita, 2022). Metode pembayaran *online* menggunakan *digital wallet* adalah salah satu inovasi teknologi di bidang keuangan yang sedang ramai diperbincangkan pada saat ini. *E-Wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi (Widiyanti, 2020).

Awal Juli lalu Hasya (2022) menyatakan bahwa Populix merilis temuan survei yang membahas mengenai perkembangan *e-wallet* di Indonesia yang di dalamnya turut merilis 10 besar *e-wallet* yang paling sering dipakai masyarakat di

Indonesia.

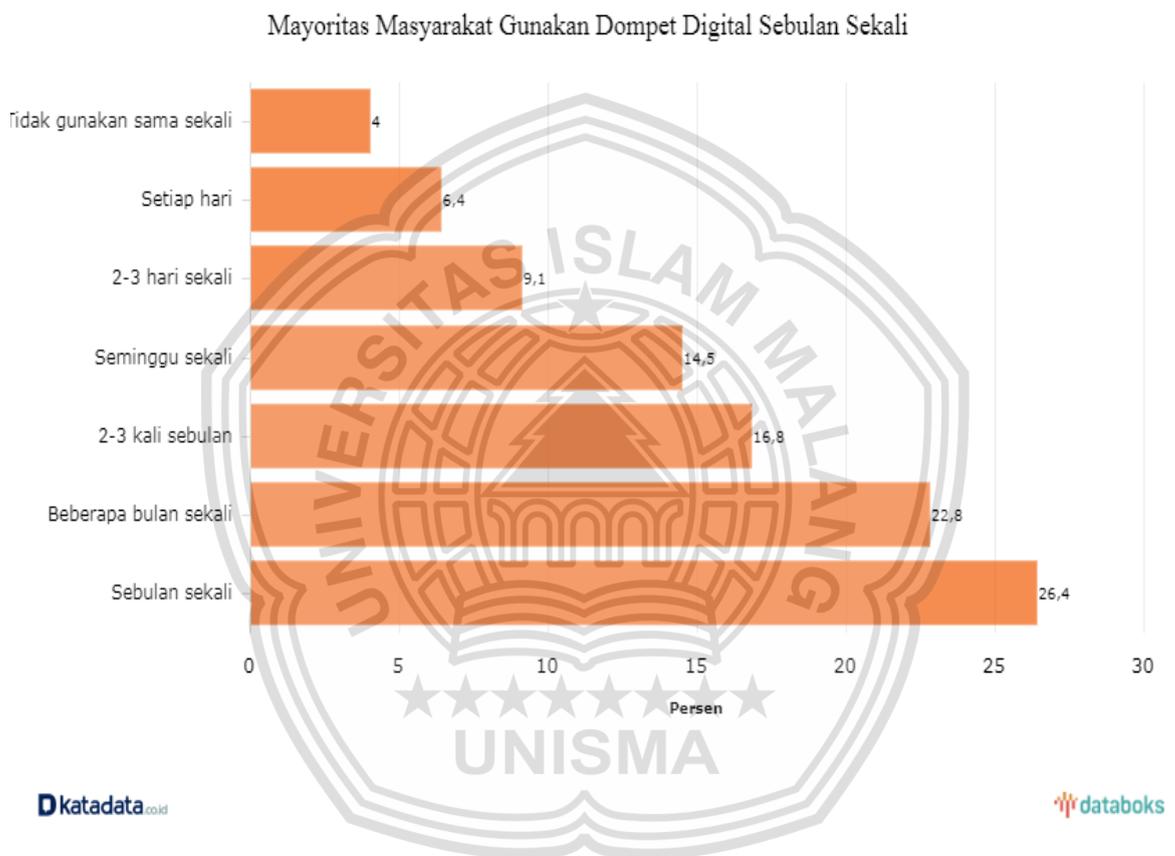
E-Wallet yang Paling Sering Dipakai di Indonesia Menurut Survei Populix (2022)



Gambar 1.1 *E-Wallet* yang paling sering dipakai di Indonesia

Pada gambar 1.1 DANA telah dipakai oleh 83% responden survei Populix. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai *e-wallet* DANA yang berada di urutan kedua dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Dompot digital yang didirikan pada Desember 2017 lalu oleh Vincent Henry Iswaratioso. DANA memiliki 3 pilar utama dalam pemasarannya, antara lain *trusted* (DANA menjamin keamanan 100% dalam transaksi pengguna), *friendly* (platform terbuka untuk menghubungkan pengguna ke pelaku usaha), dan *accessible* (mudah mengakses pembayaran tanpa menggunakan uang tunai).

Berdasarkan hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata Insight Center (KIC) Bertajuk “Status Literasi Digital di Indonesia 2021”, berdasarkan data riset yang dikutip dari *databoks.co.id* mayoritas masyarakat yang menggunakan dompet digital sebulan sekali.



Gambar 1.2 Mayoritas Masyarakat Gunakan Dompet Digital Sebulan Sekali

Hasil survei tersebut mencatat frekuensi penggunaan dompet digital pada 2021, sebanyak 96% responden paling sering, kadang-kadang dan jarang menggunakan dompet digital, sedangkan yang tidak menggunakan dompet digital sama sekali sebesar 4%. Total responden survei ini berjumlah 10 ribu orang dengan

penentuan sampel adalah anggota rumah tangga berusia 13-70 tahun.

Kehadiran DANA ini sangat mempermudah pengguna ketika melakukan transaksi tanpa harus membawa banyak uang, DANA juga memiliki tampilan yang sangat mudah dipahami bagi pengguna baru (Cahyono & Adha, 2022). DANA tidak hanya bisa digunakan untuk transaksi *online* melainkan juga *offline*, banyak fitur layanan pada DANA yang sangat menarik, yaitu bisa digunakan untuk membayar tagihan dan kebutuhan sehari-hari di manapun dan kapan pun, seperti pembayaran listrik, air PDAM, BPJS dan lain lain. DANA juga bisa digunakan untuk melakukan pembayaran beberapa *merchant* seperti Alfamart, Ramayana, KFC. Infrastruktur DANA memiliki tingkat keamanan tinggi, selevel dengan tingkat keamanan perbankan. DANA juga memiliki *Data Center* (DC) dan *Data Recovery Center* (DRC) di Indonesia, yang diklaim termasuk paling canggih dalam menangani skalabilitas transaksi yang tinggi (Wulansari et al., 2022). Fitur keamanan pada aplikasi ini tidak perlu diragukan lagi, sehingga pengguna tidak perlu khawatir kehilangan saldo karena data transaksi tercatat dengan tepat pada sistem. Maka dari itu minat pengguna DANA semakin lama semakin bertambah dari waktu ke waktu.

Faktor pertama yaitu persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*, karena semakin mudah transaksi *e-wallet* ketika dioperasikan, maka dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi menggunakan DANA (Abrilia & Tri 2020). Sibuea et al., (2021) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Selain persepsi kemudahan, persepsi manfaat juga mempengaruhi minat seseorang menggunakan *e-wallet* karena ketika seseorang pengguna telah merasakan manfaat yang sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh sebuah aplikasi khususnya aplikasi *e-wallet*, maka akan muncul kepuasan dari pengguna tersebut (Purba & Samsir 2020). Manfaat yang diperoleh ketika menggunakan *e-wallet* DANA salah satunya adalah mempermudah pembayaran transaksi *online*. Agustino (2021) mengatakan hasil penelitian yang diperoleh yaitu pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada masyarakat di Kota Banjarmasin menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

Fitur layanan juga mempengaruhi minat seseorang menggunakan *e-wallet* karena semakin baik dan beragam fitur layanan dari suatu produk, maka dapat lebih menarik minat seseorang dalam menggunakan produk tersebut (Rithmaya, 2016). Wulansari et al., (2022) mengatakan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Endriyanto & Indrarini (2022) mengatakan bahwa hasil penelitiannya adalah fitur layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja pada masyarakat Surabaya.

Sebagai dasar dan juga bukti penguat dari penelitian yang saya ambil ini, maka saya melakukan wawancara terhadap 10 mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis 2019 UNISMA dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey 10 Responden Mengenai Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Fitur Layanan Pada Aplikasi DANA

No	Keterangan	Jumlah Jawaban Setuju	Jumlah Jawaban Tidak Setuju
1	Aplikasi DANA sangat memudahkan bagi pengguna nya	10	0
2	Aplikasi DANA memiliki banyak manfaat bagi pengguna nya	10	0
3	Aplikasi DANA memiliki fitur layanan yang sangat lengkap	8	2

Sumber data : Oleh peneliti, 2022

Berdasarkan pada wawancara yang telah saya laksanakan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat menggunakan DANA, sedangkan fitur layanan memiliki pengaruh cukup baik terhadap minat menggunakan DANA. Selain transaksi secara *online* mampu memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat, peneliti juga mendapati fenomena bahwa mayoritas mahasiswa melakukan pembayaran menggunakan *e-wallet* yang mampu memberikan kemudahan dan manfaat, pembayaran tersebut juga dinilai mempunyai fitur layanan yang sangat lengkap untuk bertransaksi.

Berdasarkan pada fenomena tersebut, peneliti berniat untuk melakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta fitur layanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan**

Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* DANA (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA Angkatan 2019)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?
4. Apakah ada pengaruh secara parsial antara fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara simultan persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
2. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
3. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA
4. Mengetahui & menganalisis pengaruh secara parsial fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* pada aplikasi DANA

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di paparkan maka manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis UNISMA

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan literatur terkait manajemen pemasaran. Hasil penelitian manajemen pemasaran yang serupa serta sebagai referensi bagi penelitian di masa yang akan datang yang ada hubungannya dengan pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* DANA.

2. Bagi Aplikasi DANA

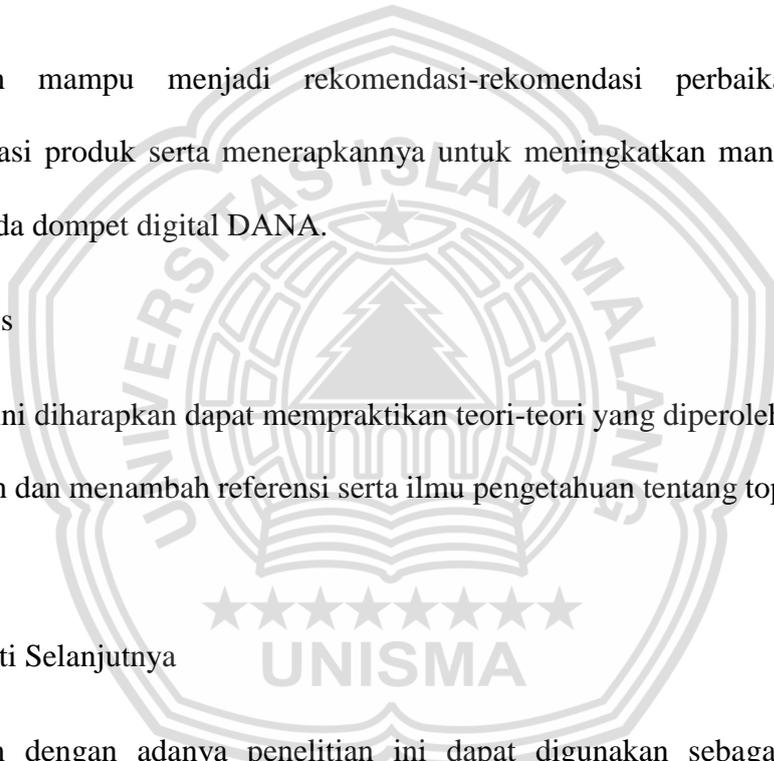
Diharapkan mampu menjadi rekomendasi-rekomendasi perbaikan dan mengevaluasi produk serta menerapkannya untuk meningkatkan manfaat dan layanan pada dompet digital DANA.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mempraktikkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah referensi serta ilmu pengetahuan tentang topik yang dibahas.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan pengembangan penelitian selanjutnya dan dapat ditemukan hasil lainnya.





BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis persepsi kemudahan (XI), persepsi manfaat dan fitur layanan (X3) terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis angkatan 2019 Universitas Islam Malang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan persepsi kemudahan , persepsi manfaat, fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

5.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan simpulan serta pembahasan pada penelitian ini maka peneliti memiliki batasan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, fitur layanan memiliki kontribusi sebesar 69,2% terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet*. Sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini, untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* .
2. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan tidak menggunakan wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh hanya berupa jawaban dari opsi yang dibuat.
3. Hasil penelitian ini terdapat dua variabel independen yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Maka dari itu diperlukan penelitian selanjutnya.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan serta pembahasan pada penelitian ini maka peneliti akan memberikan saran diantaranya

1. Bagi Aplikasi DANA
 - a. Perlu ditingkatkan serta di kembangkan lagi dari faktor manfaat, kepercayaan, pengalaman, promosi dan keamanan kepada para pengguna *e-wallet* agar para pengguna *e-wallet* akan merasa nyaman serta aman pada saat menggunakan *e-wallet*.
 - b. Perlu adanya peningkatan fitur layanan pada aplikasi DANA agar pengguna tetap tertarik dan loyal menggunakan aplikasi tersebut

c. Diharapkan DANA untuk terus melakukan inovasi dan perkembangan serta perbaikan agar pengguna merasa puas setiap kali menggunakan E-Wallet DANA dalam setiap transaksinya. Misalkan dengan menghapus 10 kali gratis transfer ke Bank dan menggantinya menjadi unlimited transfer seperti yang kompetitornya lakukan. Dengan begitu diharapkan pengguna DANA akan terus bertambah nantinya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan perbandingan dan acuan yang baik bagi penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti variabel- variabel lain yang lebih bervariasi, memperluas objek penelitian, dan mengembangkan faktor-faktor lainnya

3. Bagi Pengguna DANA

Diharapkan bagi pengguna DANA dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menggunakan aplikasi tersebut, sehingga dapat mempertimbangkan akan menggunakan aplikasi DANA secara terus menerus karena terdapat berbagai fitur yang bermanfaat

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anis, M., & Irbayuni, S. (2021). Jurnal Sains Manajemen Volume. 7 No. 2 Tahun. 2021. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(2), 89–96.
- Arif. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.Bandung
- Arriza. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet DANA Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA, Vol 4 No1*
- Ashary,Pradhanawati, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19*. Vol 7.
- Cahyono, Y. T., & Adha, A. H. (2022). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Aplikasi Dana Di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 439–444.
- Danang Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi. Jakarta
- Davis, G. (2016). *Kerangka Dasar : Sistem Informasi Manajemen*. Maxikom.
- Desita, W. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan , Persepsi Kemudahan*

Penggunaan , Persepsi Risiko , Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik. 13, 115–124.

Dewi & Warmika. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. Vol 5 No 4.*

Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 5(1), 67–80.*

Faizah & Ningsih. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan terhadap Minat Pengguna Isaku. Vol 4, 532–543.*

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi, 9(1), 1–13.*

Fauziati. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Vol 7 No 2, 82.*

Hamidah, Siti; Anita, D. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Igarss 2014, 21, 1–20.*

Handayani dan Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial.* Trussmedia Grafika. Bandung

Hasya. (2022). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022.* GoodStats.

Joan, L. dan T. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Vol 8 No 2.*

Jogiyanto. (2015). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Andi.

Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga. Bandung

Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422.

Malhotra, N. . (2012). *Marketing Research An Applied Orientation*.

Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 2247.

Purba, Samsir, A. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan NIAT Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau*. XII(1).

Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139.

Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 160–177.

Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai; Himpunan Jurnal Penelitian*. CV. Andi Offset.

Sani, A. M., & V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. UIN Press.

- Savitri & Muslim. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server*. Vol 2, 740–750.
- Sekarini & Sukresna. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pengguna E-Toll Card Tahun 2015 Di Kota Semarang)*.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 635–645.
- Silalahi. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (4th ed.). PT Refika Aditama.
- Silalahi. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil* (1st ed.). PT Refika.
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (33rd ed.). Pustaka Baru Press.
- Suryani. (2013a). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Grahai Ilmu.
- Suryani. (2013b). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran* (1st ed.).
- Tai & Liu. (2015). *An Analysis of Factors Affecting the Intention to use Mobile Payment Services in Vietnam*. 10–12.
- Tjiptono & Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV. Andi Offset.

- Ulber Silalahi. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil (Ke 1)*. PT Refika.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.
- Wulansari, E. D., Studi, P., Islam, E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Walisongo, N. (2022). *Nim. 1505026072*.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Zakiyyah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Gopay*. 2, 60–65.