

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT SERTA PERSEPSI KEAMANAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET***



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

SEPTIAN IBNU WIBISONO

B 100 160 203

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT SERTA PERSEPSI KEAMANAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET***

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

SEPTIAN IBNU WIBISONO
B 100 160 203

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D
NIK : 828

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT SERTA PERSEPSI KEAMANAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET***

OLEH
SEPTIAN IBNU WIBISONO
B 100 160 203

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 02 Mei 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Nur Achmad, S.E., M.Si.

(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si

(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Kussudyarsana, S.E., M.Si.

(Anggota II Dewan Penguji)

()



Dekan,


Dr. Syamsudin, M.M.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Mei 2020

Penulis,



SEPTIAN IBNU WIBISONO

B100160203

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT SERTA PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET*

Abstrak

Perkembangan teknologi semakin membuat pembayaran menjadi lebih mudah dan praktis. Seperti yang ditawarkan oleh layanan *electronic wallet*, semakin banyak orang yang tertarik dan menggunakannya. Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta persepsi keamanan terhadap minat penggunaan layanan *electronic wallet* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebar kuesioner dengan *google form*, dengan jumlah sampel 125 responden menggunakan purposive sampling, teknik dengan menggunakan kriteria yang dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria responden penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan manajemen yang menggunakan *E-wallet*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Electronic wallet* pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kata kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsikeamanan, *e-wallet*, dan minat penggunaan.

Abstract

The development of technology increasingly makes payments easier and more practical. As offered by electronic wallet services, more and more people are interested and buying. The purpose of this study is to discuss the perceptions of user convenience, perceptions of benefits, and perceptions of avoiding the interest in using electronic wallets in students of the Muhammadiyah University of Surakarta. This research is a quantitative study, which uses primary data obtained by distributing questionnaires with Google forms, with a total sample of 125 respondents using purposive sampling, techniques using criteria selected by researchers in selecting samples. Criteria for the respondents of this study were students of Muhammadiyah Surakarta University majoring in management using E-wallet. Data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis Test. The results of the study show research on perceptions, benefits and perceptions of significant security towards the interest in using electronic wallets in students majoring in Management at the Faculty of Business Economics, Muhammadiyah University, Surakarta.

Keywords: perception of ease of use, perception of benefits, perception of security, e-wallet, and interest in use.

1. PENDAHULUAN

Alat pembayaran elektronik merupakan alat pembayaran yang menggunakan instrumen elektronik, di dalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses, dan diterima, dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di fasilitasi melalui pembayaran elektronik Trihasta dan Fajaryanti, (2008). Munculnya alat pembayaran elektronik juga karena pengaruh e-commerce, dalam e-commerce menuntut sebuah alat pembayaran yang lebih cepat dan efisien serta mudah dalam diakses. Sistem pembayaran elektronik di Indonesia juga muncul dalam beberapa model seperti seperti berbasis chip dan server, alat pembayaran yang berbasis chip seperti e-money, merupakan jenis pembayaran elektronik yang didalamnya terdapat sebuah chip yang disematkan pada perangkat kartu sebagai alat pembayaran. Sedangkan alat pembayaran yang berbasis e-wallet merupakan jenis alat pembayaran elektronik yang berbentuk sebuah barcode atau pin yang diopersionalkan melalui aplikasi pada smartphone , yang tiap model tersebut juga memiliki karakteristik dan fungsi tersendiri.

Karena alat pembayaran elektronik sangat memiliki banyak risiko, maka harus ada perlindungan yang tepat bagi penyedia layanan maupun untuk pengguna dan untuk meminimalkan masalah yang dapat muncul terkait dengan kestabilan sistem keuangan, kestabilan ekonomi moneter maka Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran telah menerbitkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Di dalam peraturan tersebut memuat dari proses perizinan sampai pelaksanaan uang elektronik. Bank Indonesia juga telah mengumumkan ada 12 bank dan 30 perusahaan teknologi dan komunikasi yang sudah terdaftar dan mendapatkan izin sebagai penyelenggara uang elektronik.

Dalam penelitian ini berlandaskan Model penerimaan teknologi atau Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan adaptasi dari Theory Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen, (1975). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama perilaku pengguna teknologi informasi, dalam model ini menjelaskan bahwa minat penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh variable kemudahan penggunaan dan variable

manfaat. Sampai saat ini, model TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi perilaku penerimaan konsumen terhadap suatu teknologi informasi dan telah terbukti sebagai model teori yang bermanfaat dalam memahami serta menjelaskan bagaimana perilaku konsumen atau pengguna dalam mengimplementasikan suatu sistem informasi. Dalam penelitian ini yakni variabel kemudahan penggunaan dan variabel manfaat berkaitan dengan teori ini yang berkaitan dengan penerimaan layanan dompet elektronik atau *e-wallet*.

Uang elektronik khususnya *electronic wallet* berkembang secara bersamaan dengan adanya e-commerce dan marketplace seperti tokopedia, shopee, bukalapak, lazada . Dengan munculnya e-commerce mendorong sebuah alat pembayaran yang mendukung agar sebuah transaksi yang dilakukan lebih mudah dan cepat dengan menggunakan ponsel pintar. Sehingga bisa mendorong pertumbuhan dan bisa memberikan dampak yang positif terhadap e-commerce. Sebuah *e-commerce* pasti memiliki wadah untuk menyimpan saldo uang di dalamnya atau top-up seperti go-pay, shopee-pay. Beberapa bank juga telah membuka platform *electronic wallet* nya dan menjalin sebuah kerja sama dengan beberapa e-commerce agar dapat melakukan transaksi pembayaran tanpa adanya potongan biaya seperti tokopedia dengan ovo dan yang lainnya. di Indonesia penyedia layanan *e-wallet* yang besar termasuk sangat beragam seperti, go-pay, ovo, linkaja, dana, jenius, sakuku, go mobile dan yang lainnya. dengan adanya banyaknya layanan *e-wallet* setiap penyedia layanan harus bisa lebih berinovasi dan harus bisa menjaga kualitas kinerjanya di sisi teknologi, kemudahan yang diperoleh, pemasaran yang diterapkan, keamanan, manfaat yang diberikan, dan tentang tingkat pelayanan.

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan pengolahan data hasil penelitian menggunakan pendekatan statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan *e-wallet*. Sampel penelitian ini berjumlah 125 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan adalah non-probability sampling, yaitu pengambilan sampel secara tidak acak. Mengasumsikan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner melalui *google form*. Metode analisa data penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan uji analisa regresi linier berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	78	62,4
Perempuan	47	37,6
Total	125	100

Tabel 1 Menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden mayoritas berjenis kelamin laki laki sebanyak 78 orang (62,4%).

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah responden	Presentase (%)
< 20 tahun	11	8,8
21 – 24 tahun	111	88,8
> 25 tahun	3	2,4
Jumlah	125	100

Tabel 2 Menunjukkan mayoritas responden berusia 21-24 sebanyak 111 orang (88,8%).

Tabel 3. Karakteristik Penghasilan

Penghasilan	Jumlah responden	Presentase (%)
<1.500.000	91	51,2
1.500.000 – 2.500.000	31	37,6
> 2.500.000	3	2,4
Jumlah	125	100

Tabel 3 menunjukan bahwa mayoritas responden mempunyai penghasilan 1.500.000 – 2.500.000 sebanyak 31 orang (37,6%).

Tabel 4. Karakteristik Aktivitas Transaksi

Banyaknya Transaksi dalam Seminggu	Jumlah responden	Presentase (%)
1-2 kali	100	80
2-5 kali	16	12,8
> 5 kali	9	7,2
Jumlah	125	100

Tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas aktivitas transaksi responden dalam satu minggu yaitu, 1-2 kali sebanyak 100 orang (80%).

Tabel 5. Karakteristik Jenis *E-wallet* Yang Digunakan Responden

Jenis <i>E-Wallet</i>	Jumlah responden	Presentase (%)
Go-Pay	64	51,2
OVO	47	37,6
DANA	9	7,2
Link Aja	4	3,2
Jenius	0	0
Lainnya	1	0,8
Jumlah	125	100

Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan jenis E-wallet Go-Pay sebanyak 63 orang (50,4%) dan OVO sebanyak 46 orang (36,8%).

3.2 Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Sig (2-tailed)	p-value	Keterangan
<i>Undstandardized residual</i>	0,271	$P > 0,05$	Normal

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari *Undstandardized residual* sebesar 0,271 ternyata lebih besar dari α (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal.

Tabel 7. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	α	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,557	1,794	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Manfaat	0,677	1,477	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Keamanan	0,595	1,680	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa $VIF < 10$, sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	taraf signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,05	0,171	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat	0,05	0,203	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Keamanan	0,05	0,846	Bebas Heteroskedastisitas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai probabilitas $> 0,5$ berarti bebas dari heteroskedastisitas.

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t_{hitung}	Sig.
(Constant)	6,523		
Persepsi Kemudahan	0,194	3,373	0,001
Persepsi Manfaat	0,254	5,221	0,000
Persepsi Keamanan	0,170	2,753	0,007

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 6,523 + 0,194 X_1 + 0,254 X_2 + 0,170 X_3 \quad (1)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

a = Konstanta sebesar 6,523 menyatakan bahwa jika variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), variabel Persepsi Manfaat (X_2), dan variabel Persepsi Keamanan (X_3) dianggap konstan maka Minat Penggunaan *E-Wallet* Universitas Muhammadiyah Surakarta akan meningkat sebesar 6,523.

$b_1 = 0,194$, koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) sebesar 0,194 yang berarti Persepsi Kemudahan Penggunaan semakin meningkat, maka dapat meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*, sebaliknya apabila Persepsi Kemudahan penggunaan kurang mudah, maka dapat menurunkan minat penggunaan *e-wallet*.

$b_2 = 0,254$, koefisien regresi Persepsi Manfaat (X_2) sebesar 0,254 yang berarti Persepsi Manfaat semakin meningkat, maka dapat meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*, sebaliknya apabila Persepsi Manfaat kurang bermanfaat, maka dapat menurunkan minat penggunaan *e-wallet*.

$b_3 = 0,170$, koefisien regresi Persepsi Keamanan (X_3) sebesar 0,170 yang berarti Persepsi Keamanan semakin meningkat, maka dapat meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*, sebaliknya apabila Persepsi Keamanan kurang memberikan keamanan, maka dapat menurunkan minat penggunaan *e-wallet*.

3.3.2 Uji F

Tabel 10. Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
48,437	3,071	0,000

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,437, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga ketiga variabel independen signifikan mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* di Universitas Muhammadiyah Surakarta secara simultan. Ini membuktikan bahwa “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*”.

3.3.3 Uji R^2 (koefisien determinasi)

Tabel 11. Uji R^2

R	R^2	Keterangan
0,739	0,546	Presentase pengaruh 54,6%

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,546, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan) menjelaskan variasi Minat Penggunaan *E-Wallet* di Universitas Muhammadiyah Surakarta sebesar 54,6% dan 45,4% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

3.3.4 Uji t

Tabel 13. Uji t

Keterangan	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Persepsi Kemudahan	3,373	1,980	0,001	H ₁ Diterima
Persepsi Manfaat	5,221	1,980	0,000	H ₂ Diterima
Persepsi Keamanan	2,753	1,980	0,007	H ₃ Diterima

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,373 > t_{tabel} = 1,980$, maka H₁ diterima sehingga ada pengaruh yang signifikan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*. Dari hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama menyatakan “Diduga faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*” terbukti kebenarannya.

Hal ini didukung berdasarkan penelitian lain tentang kemudahan penggunaan dari Priambodo dan Prabawani, (2016) terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Temuan dari hasil penelitian ini bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan menunjukkan bahwa semakin mudah terhadap konsumen yang diterapkan Universitas Muhammadiyah Surakarta maka akan mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan yang mudah sangat signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk ditingkatkan lebih lanjut.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 5,221 > t_{tabel} = 1,980$, maka H₂ diterima sehingga ada pengaruh yang signifikan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*. Dari hasil menunjukkan bahwa hipotesis kedua menyatakan “Diduga faktor Persepsi Manfaat (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Y)” terbukti kebenarannya.

Dari hasil penelitian lain yang mengkaji persepsi manfaat seperti penelitian yang dilakukan Raza, Umer, dan Shah, (2017) dan Andriyano dan Rahmawati, (2016) dalam penelitian menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh

terhadap penggunaan *mobile banking*. Temuan dari hasil penelitian ini bahwa Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat menunjukkan bahwa semakin bermanfaat terhadap konsumen yang diterapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta maka akan mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh signifikan sehingga tetap menjadi pertimbangan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk ditingkatkan lebih lanjut.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,753 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_3 diterima sehingga ada pengaruh yang signifikan Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “Diduga faktor Persepsi Keamanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Y)”, terbukti kebenarannya. Keamanan (X_3) terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Y)”, terbukti kebenarannya.

Hal ini diperkuat dalam penelitian lain oleh Yutadi (2016) menguji pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan e-commerce, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran personal akan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-commerce*.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online. (2) Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online. (3) Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* secara online.

berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) Penulis diharapkan mengawasi secara langsung atas pengisian

jawaban atau dengan membacaknya, sehingga jawaban dari responden dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya. (2) Peneliti Yang Akan Datang, diharapkan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan-kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berhubungan dengan Minat Penggunaan E-Wallet dengan menambah-menambah variabel-variabel untuk melengkapinya, misalnya produk, lokasi dan lain-lain. (4) Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah obyek penelitian dan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali obyek penelitian dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyano, Yaufi, dan Diana Rahmawati. (2016). “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).” *Jurnal Profita* 2(1): 1–16.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). “Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik.” Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2016). “Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.”
- Dani, Junian. (2008). “Pengembangan Kebijakan Keamanan Informasi pada Perusahaan Jasa Layanan Kurir (studi kasus pada PT. NCS).” universitas indonesia.
- Eid, Mustafa I. (2011). “Determinants of e-commerce customer satisfaction, trust, and loyalty in Saudi Arabia.” *Journal of Electronic Commerce Research* 12(1): 78–93.
- Fadlan, Abi, dan Rizki Yudhi Dewantara. (2018). “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62(1): 82–89. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>.
- Feriska, Yola. (2014). “Pengaruh risiko yang dipersepsikan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada konsumen kaskus website di universitas negeri yogyakarta skripsi.”

- Flavián, Carlos, dan Miguel Guinalú. (2006). "Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site." *Industrial Management & Data Systems* 106(5): 601–20.
- Imam, Ghozali. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS." In aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19,.
- Jarwanto, Pangestu Subagio (2000), *Atatistik Induktif*, Yogyakarta: BPFE UGM
- Jogiyanto, H.M. (2009). "sistem teknologi informasi." sistem teknologi informasi.
- KBBI. (2016). "KBBI - Kamus Besar Bahasa Indonesia (dalam jaringan)." kbbi.kemdikbud.go.id.
- Latifah, dan Azka Nur Afifah. (2013). "Pengaruh Variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment Dan Attitude Terhadap Pemanfaatan Visual Hotel Program Pada Hotel-Hotel Di Yogyakarta." *None* 4(01): 33–47.
- Mauludiyahwati, Septi. (2017). 4 "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunkan E-COMMERCE Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id)."
- Muhibbin Syah. (2010). "Psikologi Pendidikan dengan pendekatan Baru." In *Psikologi Pendidikan dengan pendekatan Baru*,.
- Priambodo, Singgih, dan Bulan Prabawani. (2016). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(2): 1–9.
- Priyatno, Duwi. (2012). "Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20." Yogyakarta: Andi Offset.
- Raza, Syed Ali, Amna Umer, dan Nida Shah. (2017). "New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption." *International Journal of Electronic Customer Relationship Management* 11(1): 44–65.
- Santoso, Singgih. (2012). *PT Elex Media Komputindo Panduan Lengkap SPSS Versi 20*.
- Sugiyono.(2014). "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan pengembangan (Research and development/R&D)." Alfabeta.
- Wen, Chaowen, Victor R. Prybutok, dan Chenyan Xu. (2011). "An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention." *Journal of Computer Information Systems* 52(1): 14–23.

Yutadi, Krisnu Putra. (2016). “Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce.” : 123–30.