



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 187-199

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Tapcash BNI

Ahmad Rozali^{1✉}, Asep Maulana²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: 1910631020062@student.unsika.ac.id^{1✉}

Abstrak

Sistem pembayaran telah berubah akibat kemajuan teknologi di bidang keuangan, terutama melalui inovasi seperti uang elektronik atau e-money. PT. Bank Negara Indonesia yang juga menerbitkan uang kertas di Indonesia memasarkan produknya sebagai TapCash BNI. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan TapCash BNI. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 384 orang dipilih menggunakan teknik sampling probabilitas yang menggunakan teknik pemilihan acak langsung. Pengguna BNI TapCash menjadi sasaran yang diberikan kuesioner sebagai bagian dari proses memperoleh data primer. Prosedur Proses analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas, penilaian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, penentuan koefisien, uji t, dan uji F. Temuan menunjukkan adanya pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan TapCash BNI.

Kata Kunci: *e-money, TapCash BNI, persepsi manfaat, persepsi risiko, minat menggunakan*

Abstract

The payment system has changed as a result of technological advancement in the financial sector, most notably through innovations like electronic money, or e-money. PT. Bank Negara Indonesia, which also issues paper money in Indonesia, markets its product as TapCash BNI. The main goal of this study was to determine and evaluate how perceived benefits and probable downsides affected people's propensity to use TapCash BNI. This study uses a verification method with a quantitative approach. The sample used was 384 people selected using a probability sampling technique that used a direct random selection technique. BNI TapCash users were targeted and given questionnaires as part of the process of obtaining primary data. Procedure The analysis process includes validity and reliability tests, classical assumption assessment, multiple linear regression analysis, coefficient determination, t test, and F test. The findings show that there is an influence of perceived benefits and perceived risks on interest in using TapCash BNI.

Keyword: *e-money, TapCash BNI, perceived usefulness, perceived risks, intention to use*

PENDAHULUAN

Mobilitas masyarakat semakin meningkat sehingga mengakibatkan munculnya keinginan untuk selalu dipenuhi dengan cara yang mudah dan cepat telah mendorong berkembangnya teknologi informasi. Dengan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang membuat berbagai aktivitas harian menjadi lebih mudah, termasuk dalam hal bertransaksi baik pembayaran jalan tol, layanan transportasi seperti kereta api atau angkutan umum lainnya dan untuk pembayaran belanja. Kemajuan teknologi pada sektor keuangan juga mulai berkembang ke arah yang modern dan lebih efisien (Parulian & Bebasari, 2022). Inovasi perkembangan teknologi pada sektor keuangan ditandai dengan adanya perubahan pada sistem pembayaran pada transaksi keuangan dari pembayaran tunai menjadi pembayaran nontunai yang dianggap lebih mudah dan praktis. Salah satu instrumen pembayaran adalah uang elektronik (*electronic money*) atau dikenal sebagai *e-money* adalah salah satu alat pembayaran yang populer saat ini. *E-money* merupakan alat pembayaran dengan menggunakan nilai uang yang disimpan secara elektronik, baik dalam bentuk chip pada kartu maupun dalam server (Bank Indonesia, 2020).

Penetrasi jumlah masyarakat Indonesia yang bertransaksi secara non tunai masih cukup rendah dibanding negara lain. Berdasarkan laporan (Eastspring, 2019) Indonesia masih berada dalam fase transisi di mana dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia, penetrasi transaksi *e-money* terhadap total transaksi keseluruhan masih rendah, yaitu hanya sebesar 25%. Sementara itu, sebanyak 75% masih terbiasa transaksi secara manual dengan menggunakan uang tunai. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia masih lebih suka menggunakan pembayaran secara tunai dibanding nontunai dan memiliki tingkat literasi teknologi finansial yang rendah (Marlina et al., 2021). Selaras dengan penuturan Menkominfo

Rudiantara bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia memilih melakukan pembayaran dengan uang tunai karena sudah menjadi kebiasaan masyarakat terutama yang berada jauh dari kota (Kementrian Teknologi dan Informatika, 2015).

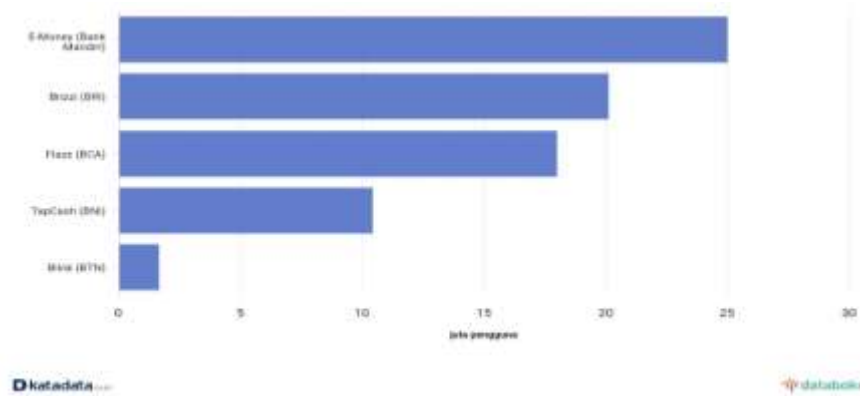
Meskipun total masyarakat Indonesia yang bertransaksi secara nontunai masih tergolong rendah, jumlah uang elektronik (*e-money*) di Indonesia mengalami *trend* peningkatan dari tahun ke tahun. Peredaran jumlah satuan *e-money* di Indonesia terus tumbuh secara signifikan dikarenakan *e-money* menawarkan banyak keunggulan seperti transaksi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan tanpa harus membawa banyak uang tunai karena nilai nominal uang dapat diisi ulang kembali ke dalam *e-money*.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk sangat aktif melakukan transformasi digital di sektor layanan termasuk integrasi kartu pembayaran uang elektronik. TapCash adapat menggantikan uang tunai yang bisa digunakan di berbagai titik secara umum yang berupa *merchant* yang telah bekerja sama dengan BNI serta berbagai mode transportasi, parkir dan ruas jalan tol. Dalam upaya untuk memberikan pengalaman pelanggan yang baik, BNI selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan utama pelanggan. TapCash BNI telah memenuhi kebutuhan utama konsumen pada sistem pembayaran yaitu ketersediaan dan aksesibilitas yang mudah untuk membeli kartu karena dapat dimiliki oleh nasabah maupun non-nasabah BNI, secara luas dapat diterima dan digunakan di berbagai jenis *merchant* dan mitra secara cepat dan efisien dan juga memberikan kemudahan dalam pengisian saldo ulang.

Berdasarkan annual report tahunan BNI, nilai transaksi TapCash BNI mengalami fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 69,92% dibanding tahun sebelumnya dengan nilai transaksi Rp. 1.371,38 miliar. Sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 26,44% yang mencatat nilai transaksi sebesar Rp. 1.008,78 miliar. Kemudian naik kembali pada tahun 2021 hingga 2022. Meski mengalami peningkatan nilai transaksi, TapCash BNI bukan merupakan uang elektronik yang populer atau paling banyak digunakan di Indonesia. Menurut data yang dilansir dari Katadata.co.id, berikut merupakan gambar yang menunjukkan kartu *e-money* yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia.

Gambar 1.1

Kartu E-Money Yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id, 2023

Pada gambar 1.1 diatas, *e-money* Bank Mandiri menjadi peringkat pertama dengan jumlah pengguna sebanyak 25 juta yang disusul oleh Brizzi BRI pada posisi kedua dan Flazz BCA diposisi ketiga. Sementara itu, TapCash BNI menduduki posisi keempat dengan jumlah pengguna sebanyak 10,4 juta pengguna. Satu tingkat diatas Blink BTN yang menduduki posisi kelima. Data ini menjelaskan bahwa minat masyarakat menggunakan TapCash BNI masih terbilang minim dan juga masih belum menjadi pilihan utama pengguna uang elektronik di Indonesia.

Kurangnya minat penggunaan uang elektronik di Indonesia, khususnya TapCash BNI akibat dari minimnya sosialisasi terhadap masyarakat mengenai penggunaan uang elektronik karena tidak semua lapisan masyarakat terjangkau oleh fasilitas perbankan bahkan ada yang tidak nyaman dengan teknologi pembayaran masa kini karena adanya risiko dan masih terbatasnya *merchant* yang menawarkan transaksi menggunakan *e-money*, dikutip dari Kompas.com (Nugraheni, 2022). Hal tersebut menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat penggunaan *e-money*. BNI berusaha agar para konsumen selalu tepat pada keputusan untuk menggunakan layanan uang elektronik mereka dan berharap bahwa TapCash BNI yang paling diminati oleh konsumen.

Minat merujuk pada kecenderungan pengguna dalam menggunakan teknologi baru dan sejauh mana subjek menyatakan keinginan dalam menggunakan teknologi tersebut di masa mendatang (Asja et al., 2021). Minat menggunakan merupakan salah satu bagian penting pada perilaku konsumen, yang melibatkan proses analisis yang melibatkan evaluasi berbagai masukan dan pertimbangan serta pengambilan keputusan konsumen saat akan menggunakan suatu produk (Banani & Selvi, 2023).

Ketertarikan individu dalam menggunakan *e-money* dapat diukur dengan teori yang dapat menggambarkan tingkat penerimaan dan penggunaan sesuatu teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang mempelajari dan menjelaskan perilaku individu terhadap minat menggunakan teknologi. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, terdapat beberapa faktor minat penggunaan suatu teknologi, salah satunya karena adanya persepsi manfaat (Wakulto & Sari, 2022). Ketertarikan seseorang untuk menggunakan teknologi dalam hal ini adalah uang elektronik yaitu TapCash BNI, didasari jika uang elektronik tersebut dirasa dapat memberikan manfaat yang baik dan mudah digunakan oleh pemakainya.

Persepsi manfaat adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa ketika sedang menggunakan suatu teknologi tertentu kinerja pekerjaannya akan meningkat (Ernawati & Noersanti, 2020). Penggunaan TapCash BNI juga sangat sederhana, cukup dengan menempelkan kartu pada sensor alat yang disediakan tanpa menggunakan PIN, saldo terpotong otomatis sesuai nilai yang harus dibayar sehingga tidak perlu menghitung jumlah uang membuat TapCash BNI menjadi pilihan yang praktis dan efisien dalam melakukan transaksi sehari-hari. Semakin besar kontribusi manfaat yang diberikan oleh uang elektronik, semakin besar pula minat pengguna untuk menggunakannya (Ulansari & Yudiantara, 2021).

Selain persepsi manfaat, ada faktor lain yang harus dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan teknologi yaitu persepsi risiko. Featherman dan Pavlou menyertakan persepsi risiko pada model TAM di penelitian mereka karena persepsi risiko dirasa penting untuk melihat minat seseorang menggunakan suatu teknologi. Persepsi risiko merupakan suatu bentuk persepsi yang berkaitan dengan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan yang mungkin terjadi saat menggunakan produk atau layanan (Rodiah & Melati, 2020). Semakin rendah risiko yang diberikan maka semakin tinggi minat seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut.

Disamping TapCash BNI memberikan berbagai manfaat, terdapat kendala dalam penggunaannya yang perlu diperhatikan. Pertama, penggunaan TapCash BNI terbatas pada *merchant* yang bekerja sama dengan Bank Negara Indonesia. Kedua, terdapat batasan maksimal pengisian saldo pada TapCash BNI sehingga pengguna tidak dapat mengisi saldo terlalu banyak. Ketiga, risiko kehilangan semua uang jika pengguna kehilangan kartu yang digunakan untuk menyimpan uang elektronik. Keempat, gangguan jaringan atau sistem dapat menghambat transaksi dan akses saldo. Kelima, terdapat potensi kesalahan transaksi seperti pengurangan saldo ganda. Terakhir, kesalahan saat mengisi ulang saldo TapCash BNI.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Adanya perubahan pada pola dan sistem pembayaran masa kini.
2. Hanya 25% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yang melakukan transaksi menggunakan uang elektronik, lebih rendah dari negara lain.
3. Masih banyak masyarakat yang memilih menggunakan uang tunai untuk transaksi ekonominya dibanding pembayaran nontunai.
4. Mayoritas masyarakat Indonesia memiliki tingkat literasi teknologi finansial yang rendah.
5. Tidak semua masyarakat di Indonesia terjangkau fasilitas perbankan.
6. Terjadi penurunan volume transaksi *e-money* di Indonesia pada tahun 2020.
7. Terjadi penurunan nilai transaksi TapCash BNI pada tahun 2020.
8. TapCash BNI hanya menduduki peringkat keempat sebagai uang elektronik yang digunakan di Indonesia.

Dari masalah yang teridentifikasi diatas, maka penelitian ini dinilai sangat diperlukan agar dapat menjadi bahan kajian oleh beberapa pihak pada umumnya terutama bagi perusahaan atau PT. Bank Negara Indonesia Tbk, Agar dapat digunakan sebagai referensi dalam proses pengambilan keputusan objektif serta diharapkan dapat memberikan masukan dan saran agar perusahaan dapat mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan minat konsumen menggunakan TapCash BNI.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang lebih banyak menggunakan angka dalam implementasinya (Siyoto & Sodik, 2015). Mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, hingga hasil penelitian yang dihasilkan berbentuk angka. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna TapCash BNI di Indonesia yang berjumlah 10,4 juta. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Issac dan Michael dengan taraf signifikansi 5% dihasilkan jumlah sampel sebanyak 384.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka serta angket/kuesioner yang disebarakan kepada responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling* menggunakan teknik *simple random sampling*.

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini antara lain pengujian keabsahan data dengan uji validitas dan reliabilitas. Dilanjutkan dengan uji asumsi klasik seperti: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan analisis verifikatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi. Selain itu uji t dan uji F dilakukan dilakukan dalam pengujian hipotesis. Berikut merupakan hipotesis yang diujikan.

1. Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat secara parsial terhadap Minat Menggunakan TapCash BNI.
2. Terdapat pengaruh Persepsi Risiko secara parsial terhadap Minat Menggunakan TapCash BNI.
3. Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap Minat Menggunakan TapCash BNI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Tabel 1.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0,632	0,100	Valid
	X1.2	0,682	0,100	Valid
	X1.3	0,754	0,100	Valid
	X1.4	0,695	0,100	Valid
	X1.5	0,710	0,100	Valid
	X1.6	0,633	0,100	Valid
	X1.7	0,767	0,100	Valid
	X1.8	0,693	0,100	Valid
Persepsi Risiko (X2)	X2.1	0,344	0,100	Valid
	X2.2	0,620	0,100	Valid
	X2.3	0,603	0,100	Valid
	X2.4	0,545	0,100	Valid
	X2.5	0,598	0,100	Valid
	X2.6	0,638	0,100	Valid
	X2.7	0,567	0,100	Valid
	X2.8	0,602	0,100	Valid
	X2.9	0,590	0,100	Valid
	X2.10	0,584	0,100	Valid
	X2.11	0,473	0,100	Valid
Minat Menggunakan	Y.1	0,706	0,100	Valid
	Y.2	0,599	0,100	Valid

(Y)	Y.3	0,644	0,100	Valid
	Y.4	0,7764	0,100	Valid
	Y.5	0,393	0,100	Valid
	Y.6	0,780	0,100	Valid
	Y.7	0,775	0,100	Valid
	Y.8	0,732	0,100	Valid
	Y.9	0,654	0,100	Valid
	Y.10	0,650	0,100	Valid
	Y.11	0,486	0,100	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas dari seluruh instrumen berdasarkan masing-masing variabel yang diteliti yaitu Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Risiko (X2) dan Minat Menggunakan (Y) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Maka dapat dinyatakan bahwa uji validitas instrumen masing-masing variabel yang diteliti dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 1.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,847	Reliable
Persepsi Risiko	0,782	Reliable
Minat Menggunakan	0,867	Reliable

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Cronbach Alpha (α) masing-masing variabel yang diteliti yaitu Persepsi Manfaat (X1) sebesar 0,861, Persepsi Risiko sebesar 0,958, dan Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,914. Dari hasil tersebut, seluruh variabel yang diteliti memiliki $\alpha >$ 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen masing-masing variabel dinyatakan reliable.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.45198671
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		1.005
Asymp. Sig. (2-tailed)		.264
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.3 diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,264 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual yang diteliti berdistribusi normal.

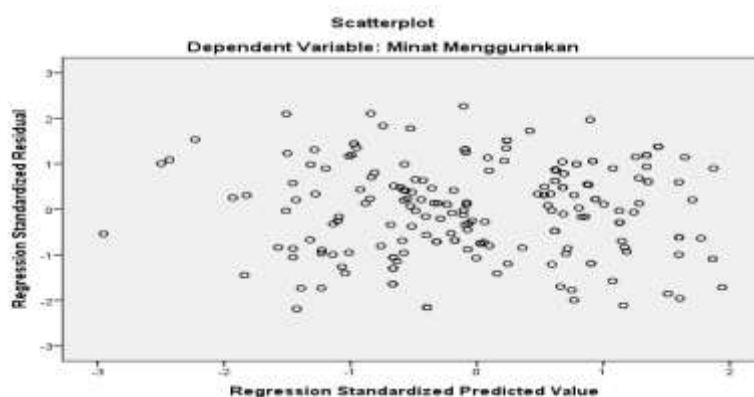
2. Uji Multikolinearitas

Tabel 1.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0.937	1.067	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Risiko (X2)	0.937	1.067	Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel independen kurang dari 10 serta nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi atau bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 1.2 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan menyebar baik serta tidak membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi diterima.

Analisis Verifikatif

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.5
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.630	1.343		7.173	.000		
	Persepsi Manfaat	.842	.049	.613	17.173	.000	.937	1.067
	Persepsi Risiko	.341	.043	.286	8.000	.000	.937	1.067

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 9,630 + 0,842X_1 + 0,341X_2 + \epsilon$$

Berikut merupakan penjelasan persamaan diatas:

- a) Nilai Konstanta memiliki nilai sebesar 9,630 yang mengartikan bahwa apabila semua variabel independen yaitu persepsi manfaat dan persepsi risiko bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai dari minat menggunakan adalah 9,630.
- b) Nilai koefisien regresi dari persepsi manfaat sebesar 0,842. Artinya jika persepsi manfaat mengalami kenaikan 1%, maka akan mempengaruhi peningkatan minat menggunakan sebesar 0,841.
- c) Nilai koefisien regresi dari persepsi risiko sebesar 0,341. Artinya jika persepsi risiko mengalami kenaikan 1%, maka akan mempengaruhi peningkatan minat menggunakan sebesar 0,341.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 1.6
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.543	4.464
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat				

Berdasarkan tabel 1.6 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square pada penelitian ini adalah 0,543. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Risiko (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel Minat Menggunakan (Y) sebesar 54,3%.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel 1.7
Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Persepsi Manfaat	17,172	0,000
Persepsi Risiko	8,002	0,000

- a) Nilai signifikansi variabel persepsi manfaat adalah $0,000 < 0,005$ dan t hitung $17,173 > t$ tabel $1,966$. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan
- b) Nilai signifikansi variabel persepsi risiko adalah $0,000 < 0,005$ dan t hitung $8,002 > t$ tabel $1,966$. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan.

2. Uji F

Tabel 1.8
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression Residual Total	228,121	0,000

Nilai signifikansi pada uji F adalah $0,000 < 0,005$ dan F hitung $228,121 > F$ tabel $3,019$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan.

SIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan TapCash BNI, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan.
2. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan.
3. Persepsi manfaat dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(1), 279–289. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527551>
- Bank indonesia. (2020). *Apa Itu Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Eastspring. (2019). *SPRING OF LIFE SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS*. <https://www.eastspring.com/docs/librariesprovider6/our-perspectives/spring-of-life/2019/spring-of-life---januari-2019---cashless-society-generasi-masyarakat-tanpa-uang-tunai.pdf>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *BPJP Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 03(02). www.bi.go.id/id/statistik
- Kementerian Teknologi dan Informatika. (2015). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/6416/Sistem+Pembayaran+Digital+Terkendala+Budaya+Masyarakat/0/berita_satker
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). CASHLESS DAN CARDLESS SEBAGAI PERILAKU TRANSAKSI DI ERA DIGITAL: SUATU TINJAUAN TEORETIS DAN EMPIRIS. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Nugraheni, A. (2022). *Pembayaran Tunai Masih Diminati Dalam Ekosistem Digital*.

<https://www.kompas.id/baca/metro/2022/02/11/pembayaran-tunai-masih-diminati-dalam-ekosistem-digital>

- Parulian, & Bebasari, N. (2022). PERAN DEMOGRAFI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADAPENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASITERHADAP PERILAKU KEUANGAN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Ulansari, L. P. E., & Yudiantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Persepsi Kepercayaan , dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 312–321.
- Wakulto, P. D., & Sari, S. P. (2022). *Analisis Technology Acceptance Model terhadap Minat Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai melalui Pemanfaatan Google Trends*. 1, 401–408.