

ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN MOBILE BANKING

Apay Safari<sup>1</sup>, Anti Riyanti<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari Bandung  
apaysaf@yahoo.co.id<sup>1</sup>, antiriyanti2018@gmail.com<sup>2</sup>

*Abstract*

*Kemajuan teknologi telah maju dengan pesat dan menyebar ke seluruh pelosok tanah air. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi mobile banking dengan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 sebagai model penelitian. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Mobile Banking di Kota Bandung yang diperoleh dengan menggunakan teknik probability sampling: simple random yang berhasil diperoleh sebanyak 220 responden dan tehnik analisis menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking. Keamanan Mampu Memoderasi Perceived Usefulness Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Namun Keamanan tidak mampu Memoderasi Perceived Ease of Use Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di Kota Bandung.*

**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model (TAM), Keamanan, Niat Menggunakan Mobile Banking*

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan layanan perbankan sejajar dengan teknologi internet (online). Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan secara online dengan menggunakan alat komunikasi antara lain komputer, telepon seluler, dan telepon rumah dari rumah, tempat kerja, atau lokasi lain yang tidak berada di lokasi bank sebenarnya. Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan perbankan elektronik (e-banking) merupakan contoh layanan perbankan online (Irmadhani & Nugroho, 2012). Banyak bisnis perbankan menyediakan layanan berbasis teknologi informasi (TI), salah satunya adalah penggunaan Mobile Banking (M-banking), guna memenuhi ekspektasi kemajuan teknologi. Evolusi teknologi mobile yang diterapkan dalam dunia bisnis dikenal dengan istilah mobile banking.

Bank-bank di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan minat terhadap mobile banking saat kita memasuki era modern industrialisasi. Menurut (Giovanis et al., 2019; Leiva et al., 2017), keinginan untuk terus memanfaatkan teknologi merupakan kecenderungan perilaku. Salah satu unsur psikologi manusia yang dapat memotivasi orang untuk mencapai tujuannya adalah minat. Seseorang yang tertarik pada sesuatu lebih cenderung memperhatikannya atau merasa positif terhadapnya (Anifa et al., 2020). Teknik *Technology Acceptability Model* (TAM) diciptakan untuk mengukur penerimaan teknologi (Davis, 1989). *Theory of Reasoned Action* (TRA), dibuat oleh (Ajzen, 1991), dimodifikasi dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah diperkenalkan. TAM berusaha untuk menawarkan penjelasan singkat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pengguna teknologi informasi. Pelanggan tidak perlu lagi mengunjungi kantor bank untuk melakukan bisnis pribadi karena mobile banking memungkinkan mereka untuk mengakses layanan perbankan sepanjang waktu. Mobile banking adalah layanan yang ditawarkan oleh bank untuk membantu efisiensi dan efektivitas transaksi nasabah serta kelancaran dan kemudahan operasional perbankan (Yaufi Andriyano, 2016).

*Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang berpikir menggunakan teknologi akan mudah. Menurut konsep ini, kegunaan yang dirasakan adalah sudut pandang pada proses pemilihan. Seseorang akan menggunakan sistem informasi jika menurutnya mudah digunakan. Penelitian oleh (Ajzen,

1991) menemukan bahwa konstruk kegunaan yang dirasakan adalah penyebab utama minat menggunakan sistem (niat perilaku) untuk pengguna yang kurang berpengalaman. Untuk pengguna berpengalaman, penyebab utama ketertarikan dalam menggunakan sistem adalah konstruk kontrol perilaku yang dirasakan. Layanan perbankan terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi internet (online), online banking merupakan layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha maupun di lokasi lain yang tidak berada di lokasi bank sebenarnya (cabang). kantor) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan online adalah Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan perbankan elektronik. Dalam rangka memenuhi tuntutan perkembangan teknologi, banyak industri perbankan yang menyediakan layanan berbasis teknologi informasi (TI), salah satunya adalah penggunaan Mobile Banking (M-banking). Mobile banking adalah pengembangan teknologi seluler yang digunakan dalam domain komersial. Mobile banking menggabungkan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersamaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Saputro & Sukirno, 2013) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan minat menggunakan Internet Banking. (Novindra & Rasmini, 2017) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek positif pada minat. Penelitian oleh (Novindra & Rasmini, 2017) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna mobile banking.

*Perceived Usefulness* atau manfaat yang dirasakan sebagai kemungkinan subyektif pengguna potensial menggunakan aplikasi tertentu untuk memfasilitasi kinerja pada pekerjaan mereka. Kinerja yang difasilitasi ini dapat menghasilkan manfaat yang lebih baik baik secara fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Candraditya, 2013) menunjukkan bahwa variabel *perceived benefit* berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian oleh (SF Wibowo et al., 2015) menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. (Sari, 2017) menyimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan internet banking Bank Mandiri di Surabaya. (Kharisma & Jayanto, 2021; Oztruk, 2016; Ramadhan et al., 2016; Teoh et al., 2013) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem teknologi sebagai alat pembayaran dan penggunaan mobile banking. Meskipun dalam penelitian (Anifa et al., 2020; Dewi & Gorda, 2022; Giriani & Susanti, 2021; Haidar et al., 2020), menemukan bahwa *perceived usefulness* tidak mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem teknologi.

Secara teori *Technology Acceptance Model* adalah model yang menjelaskan minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi, namun untuk menjelaskan minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi tidak hanya menggunakan teori internal *Technology Acceptance Model*. Untuk itu peneliti juga menambahkan variabel eksternal keamanan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. Keamanan sebagai variabel moderasi dimaksudkan untuk mengetahui minat seseorang dalam menggunakan mobile banking yang ditinjau dari segi keamanan dalam menggunakan mobile banking melalui variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Giovanis et al., 2019, 2020; Leiva et al., 2017; Munifa, 2019) yang menemukan bahwa keamanan mampu memoderasi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan sistem teknologi. Semakin tinggi keamanan yang dirasakan oleh pengguna layanan mobile banking, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan mobile banking sebagai alat pembayaran online.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### *Technology Accepted Model*

Untuk meramalkan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru, *Technology Accepted Model* (TAM), sering dikenal sebagai TAM, digunakan. Karena menghasilkan validitas yang sangat baik, model yang dikembangkan oleh Davis (1989) adalah model yang paling sering digunakan dalam penelitian sistem informasi. *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan Fishbein, sebuah teori tindakan berdasarkan anggapan bahwa tanggapan dan persepsi seseorang terhadap sesuatu akan membentuk sikap dan perilaku orang tersebut, memasukkan TAM sebagai kebutuhan. TAM memperluas paradigma TRA dengan dua komponen utama. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua konstruksi utama ini.

### *Perceived Usefulness*

*Perceived Usefulness* adalah kepercayaan seseorang atau nasabah terhadap bank dalam pengambilan keputusan. Ini didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan memanfaatkan atau mengambil keuntungan dari keputusan orang lain jika sudah percaya dan membuatnya.

### *Perceived Ease of Use*

*Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang berpikir menggunakan teknologi akan mudah. Menurut konsep ini, kegunaan yang dirasakan adalah sudut pandang pada proses pemilihan. Seseorang akan menggunakan sistem informasi jika menurutnya mudah digunakan. Penelitian oleh (Ajzen, 1991) menemukan bahwa konstruk kegunaan yang dirasakan adalah penyebab utama minat menggunakan sistem (niat perilaku) untuk pengguna yang kurang berpengalaman.

### **Keamanan**

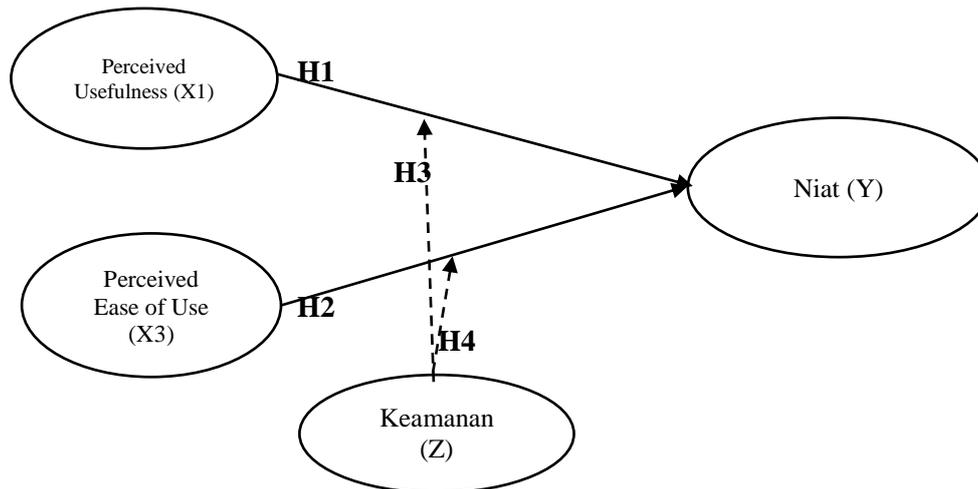
Keamanan adalah kemampuan untuk mempertahankan akun klien dan data perbankan online dari penyerang. Rahardjo (2005) menegaskan bahwa keamanan adalah segala sesuatu yang dapat menghentikan penipuan (cheating) atau paling tidak mengidentifikasi penipuan dalam sistem berbasis informasi ketika informasi itu sendiri tidak memiliki substansi fisik.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian explanatory. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Mobile Banking di Kota Bandung yang diperoleh dengan menggunakan teknik *probability sampling: simple random* yang berhasil diperoleh sebanyak 220 responden dalam penelitian ini. Sumber datanya adalah data primer dan sekunder, data primernya adalah dengan menyebarkan kuesioner yang dikumpulkan melalui pertanyaan-pertanyaan terstruktur tentang variabel-variabel penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui laporan masyarakat dan jurnal penelitian sebelumnya.

Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan Smart PLS, karena dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik multivariat dengan tiga variabel diantaranya variabel bebas, moderasi dan terikat (Ghozali, 2014). Smart PLS Salah Satu teknik analisis multivariat dengan analisis seri terhadap sejumlah variabel laten secara bersama-sama. PLS adalah metode yang tidak berdasarkan asumsi. Konsisten dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini dimulai dari evaluasi model pengukuran (*outer model*), struktur model penilaian (*inner model*), dan pengujian hipotesis. Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **Gambar 1. Kerangka Konseptual**



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Karakteristik Responden

Karakteristik responden diperoleh setelah menyaring data yang dikumpulkan dari hasil kuesioner yang disebarikan secara online di Kota Bandung. Hanya 24% responden perempuan, sebaliknya 76% laki-laki. 48% memiliki gelar pasca sarjana, 37% memperoleh gelar sarjana. 61% responden sudah menikah dan 39% belum menikah. 29% responden berada pada kelompok usia 20–30 tahun, 36% responden berusia 31–40 tahun, 22% berusia 41–50 tahun dan 13% responden berusia di atas 50 tahun.

##### Evaluasi Model Pengukuran atau Outer Model

Model pengukuran evaluasi diperlukan untuk menilai indikator variabel yang mencerminkan suatu konstruk. Evaluasi model dapat dilakukan melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Berikut adalah hasil dari model pengukuran.

Validitas konvergen adalah tes yang menunjukkan hubungan antara item reflektif dan variabel laten. Suatu indikator dikatakan cukup jika mengandung nilai 0,5 sampai 0,7 indikator untuk setiap konstruk yang cukup besar (Ghozali, 2014). Berikut dapat dilihat nilai *loading factor* pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen**

Variabel	Loading Factor	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	0.801	Valid
	0.849	Valid
	0.926	Valid
	0.838	Valid
	0.877	Valid
	0.900	Valid
<i>Perceived Ease of Use (X2)</i>	0.865	Valid
	0.776	Valid
	0.754	Valid
	0.812	Valid
	0.913	Valid
	0.823	Valid
Keamanan (Z)	0.834	Valid
	0.876	Valid
	0.798	Valid
	0.871	Valid

Niat Menggunakan Mobile Banking (Y)	0.954	Valid
	0.971	Valid
	0.888	Valid
	0.798	Valid
	0.803	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel 1 menunjukkan nilai *loading factor* yang dihasilkan dari masing-masing variabel indikator lebih dari 0,7. Dengan demikian indikator dianggap valid sebagai pengukur variabel laten.

*Composite Reliability* digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator dari konstruk penyusunnya. Suatu variabel dikatakan baik jika *nilai composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha yang direkomendasikan* > 0,6 (Ghozali, 2014). Berikut signifikansi *reliabilitas komposit* dan nilai *Cronbach's alpha* pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2 Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.947	0.933	Reliable
X2	0.932	0.911	Reliable
Z-X1	0.876	0.843	Reliable
Z-X2	0.941	0.927	Reliable
Y	0.875	0.811	Reliable

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel 2 menunjukkan nilai *Composite Reliability* variabel laten lebih dari 0,7 sedangkan nilai variabel laten *Cronbach's alpha* menunjukkan nilai lebih besar dari 0,6 sehingga semua variabel menunjukkan reliabilitas yang baik

### Model Struktur Evaluasi (Inner Model)

Pengujian model struktural (inner model) membantu menentukan hubungan antara nilai signifikan konstruk dengan model penelitian R-square. Model struktural diperkirakan menggunakan R-square untuk setiap variabel laten independen atau dependen. Hasil pengujian R-Square dengan SmartPLS ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3 R Square**

			R Square	R-square Adjusted
Niat	Menggunakan	Mobile	0.803	0.821
<b>Banking</b>				

Sumber: Data peneliti tahun 2023

Hasil R-Square pada tabel 3 memberikan nilai 0.803, artinya 80,3% variabel Niat menggunakan Mobile Banking dipengaruhi oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan Keamanan sedangkan sisanya 1 % dipengaruhi oleh variabel selain model penelitian ini. Artinya, masih ada variabel lain yang berpengaruh terhadap Niat menggunakan Mobile Banking.

### Hasil Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang disajikan, diperlukan statistik-t dan nilai p-value. Hipotesis diterima jika p-value < 0.05. Dasar pengujian hipotesis langsung adalah return yang terkandung dalam koefisien atau nilai jalur keluaran dan pengaruh tidak langsung. Pengujian model struktural digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Tabel 4 Hasil *Path Coefficient*

	Variabel Penelitian	Original Sample (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	Tstatistik (O/STDEV)	P Value	Ket
<b>Pengaruh</b>	X1-Y	0.230	0.328	0.087	2.371	0.000	Diterima
<b>Langsung</b>	X2-Y	0.324	0.270	0.076	2.245	0.003	Diterima
<b>Moderasi</b>	Z-X1-Y	0.209	0.130	0.762	2.003	0.000	Diterima
	Z-X2-Y	0.120	0.176	0.053	0.983	0.761	Ditolak

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar 0.230 dan nilai t-statistik  $2.371 > 1.96$  serta nilai p-value  $0.000 < 0.05$ . *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar 0.324 dan nilai t-statistik  $2.245 > 1.96$  serta nilai p-value  $0.003 < 0.05$ . Keamanan Mampu Memoderasi *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar 0.209 dan nilai t-statistik  $2.003 > 1.96$  serta nilai p-value  $0.000 < 0.05$ . Namun Keamanan tidak mampu Memoderasi *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar 0.120 dan nilai t-statistik  $0.983 < 1.96$  serta nilai p-value  $0.761 > 0.05$ .

## 5. PEMBAHASAN

### *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking dan H1 diterima. Hal ini dikarenakan *perceived usefulness* merupakan pendorong yang signifikan dari penggunaan system teknologi. Penggunaan layanan mobile banking memberikan seseorang kebebasan yang lebih besar seperti pembelian online yang terhalang oleh jarak yang jauh dari tempat tinggalnya. Hasil penelitian ini didukung oleh teori *Technology Acceptance Model* dimana teori ini menyatakan bahwa salah satu yang mempengaruhi minat dalam menggunakan teknologi adalah *perceived usefulness* yang merupakan bentuk keyakinan seseorang terhadap keberadaan suatu sistem teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya ditemukan oleh (Anifa et al., 2020; Darmawan & Kuntoro, 2022), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan mobile banking.

### *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dan H2 diterima. *Perceived Ease of Use* yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan mobile banking yang merupakan bagian dari teori *Technology Acceptance Model*, dimana seseorang merasa bahwa mobile banking mudah untuk dipahami dan mereka juga merasa hanya membutuhkan sedikit usaha untuk mempelajarinya. karena instruksi yang diberikan sangat jelas dan langkah-langkahnya Langkah-langkah untuk menyelesaikan transaksi telah diminimalkan demi kenyamanan pengguna. Bahkan mobile banking juga memberikan tutorial kepada pengguna cara menggunakan mobile banking sebagai alat transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan sebelumnya oleh (Adiyanti, 2015; Indrawan, 2022; Teoh et al., 2013), yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking.

### **Keamanan Mampu Memoderasi *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan mampu memoderasi *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan Mobile Banking dan H3 diterima. Hal ini dapat dijelaskan bahwa tingkat kepercayaan seseorang terhadap keamanan penggunaan mobile banking dapat direpresentasikan dengan persepsi keamanan. Keamanan adalah keyakinan mereka bahwa informasi pribadi disimpan dengan aman dan terjamin serta disimpan dan tidak mungkin digunakan oleh pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab. Hal inilah yang membuat *Perceived Usefulness* yang dirasakan seseorang dapat dimoderasi oleh variabel keamanan karena penggunaan teknologi mobile banking sangat penting dalam suatu sistem untuk menghindari motif kriminal seperti pencurian dan penipuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang ditemukan oleh (Agustino et al., 2021; Desita & Dewi, 2022; Dewi & Gorda, 2022), yang menyatakan bahwa keamanan mampu memoderasi *Perceived Usefulness* terhadap Minat Penggunaan mobile banking.

### **Keamanan Tidak Mampu Memoderasi *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan mampu memoderasi *Perceived Ease of Use* terhadap minat menggunakan Mobile Banking dan H4 ditolak. Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak memiliki dampak yang terlihat pada niat perilaku untuk menggunakan mobile banking, yang menunjukkan bahwa pengguna menganggap sebagian sistem mobile banking masih ada yang kurang dalam hal keamanan dan privasi. Tidak akan ada lagi keuntungan bagi penggunanya dalam melakukan berbagai aktivitas, terutama dalam melakukan transaksi keuangan, ketika sebuah teknologi dalam hal ini mobile banking belum dapat memberikan keamanan dalam pemanfaatannya dan masih mengalami kendala.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis Smart PLS dapat diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking. Keamanan Mampu Memoderasi *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Namun Keamanan tidak mampu Memoderasi *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di Kota Bandung. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat diatasi oleh penulis lain dalam penelitian selanjutnya. Pertama, responden dalam penelitian ini hanya berada di Kota Bandung. Kedua, penelitian ini hanya melibatkan dua variabel independen yaitu satu variabel dependen dan satu variabel moderasi, untuk itu disarankan perluasan penelitian ini untuk memasukkan lebih banyak variabel independen dan menambah variabel moderasi terbaru.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1–13. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590/1456>
- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (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. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Anifa, F., Fadhila, N., Farida, I., Prawira, A., Akuntansi, P. S., Pendidikan, U., & Anifa, F. (2020). *Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat*

*Pengguna di Indonesia. 03(01).*

- Darmawan, Y., & Kuntoro, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Kemudahan Terhadap Kecemasan Berkomputer Guru SMK Jurusan Akuntansi dalam Mengajar Praktikum Akuntansi .... *Ekuitas: Jurnal Pendidikan ...*, 10(2), 392–399. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/view/54287%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/download/54287/24366>
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124.
- Dewi, N. L. P. P., & Gorda, A. A. N. E. S. (2022). Intensi Minat Kaum Milenial Dalam Mengadopsi Layanan Pinjaman Online (Peer To Peer Lending). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(22), 1–13.
- Giovanis, A., Athanasopoulou, P., Assimakopoulos, C., & Sarmaniotis, C. (2019). Adoption of mobile banking services: A comparative analysis of four competing theoretical models. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1165–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0200>
- Giovanis, A., Tsoukatos, E., & Vrontis, D. (2020). Customers' intentions to adopt proximity payment services: empirical evidence from Greece. *Global Business and Economics Review*, 22(1/2), 3. <https://doi.org/10.1504/gber.2020.10026676>
- Giriani, A. P., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan e-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>
- Haidar, A., Sari, R. C., & Harga, D. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Pengaruh Sosial Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran (OVO dan GoPay) Pada Jasa Layanan Transportasi Online. *Jurnal Profita*, 8(8). <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/16923>
- Indrawan, N. M. M. R. D. I. G. A. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty dalam Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(Vol. 10 No. 1 (2022)), 27–39. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/view/30306/22258>
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Leiva, F. M., Climent, S., & Cabanillas, F. L. (2017). Determinantes de la intención de uso de las aplicaciones de banca para móviles: una extensión del modelo TAM clásico. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Munifa, A. (2019). Preferensi Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.(Studi pada Pengguna Gopay .... *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6085>
- Novindra, N. P. B., & Rasmini, N. K. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Computer Self Efficacy Pada Minat Penggunaan E-Spt. *E-Jurnal Akuntansi*, 19, 1116–1143.
- Oztruk, A. B. (2016). Customer acceptance of cashless payment systems in the hospitality

industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 1–23. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-02-2015-0073/full/html?skipTracking=true>

- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Saputro, B. D., & Sukirno, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>
- Teoh, W. M., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research Vol. 23 No. 4, 2013 Pp. 465-485 r Emerald Group Publishing Limited*, 34(1), 1–5.
- Yaufi Andriyano, D. R. (2016). Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa. *Jurnal Profita*, 1, 1–16.