



# ANALISIS PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT: MODIFIKASI TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

Reni Indriyani <sup>1</sup>, Umi Widyastuti <sup>2</sup>, Muhammad Yusuf <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

[reniindriyani\\_1705620042@mhs.unj.ac.id](mailto:reniindriyani_1705620042@mhs.unj.ac.id)<sup>1</sup>, [umiwidyastuti\\_feunj@unj.ac.id](mailto:umiwidyastuti_feunj@unj.ac.id)<sup>2</sup>,  
[myusuf\\_fe@unj.ac.id](mailto:myusuf_fe@unj.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

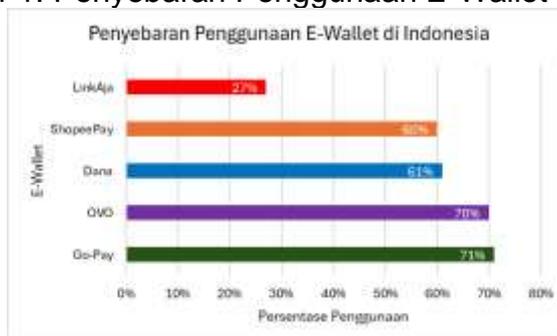
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *perceived ease of use*, variabel *perceived of risk*, dan *trust* sebagai variabel mediasi terhadap *digital payment usage* khususnya aplikasi QRIS pada pelaku UMKM yang berlokasi di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan modifikasi teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data primer melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring menggunakan Google Form. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Kriteria sampel penelitian adalah UMKM yang menjadi *merchant* QRIS dan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran serta berlokasi di Jabodetabek. Jumlah sampel penelitian yang dikumpulkan sebanyak 224 sampel. Penelitian dilakukan dengan mengolah data menggunakan *software* SPSS 25 dan AMOS 26 dengan menggunakan model penelitian SEM-AMOS. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga hipotesis yang diterima antara lain *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*, *trust* berpengaruh positif terhadap *digital payment usage*, dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *digital payment usage* serta dua hipotesis yang ditolak yaitu, *perceived of risk* tidak berpengaruh terhadap *trust* dan *perceived of risk* tidak berpengaruh terhadap *digital payment usage*.

**Kata Kunci:** Digital Payment, Modifikasi, Technology Acceptance Model

## PENDAHULUAN

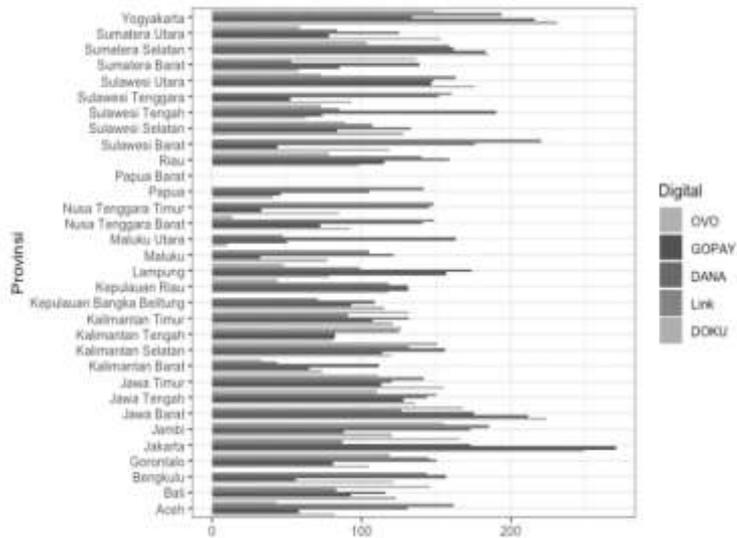
Arus digitalisasi telah masuk secara deras ke Indonesia, demikian pula potensinya di masa depan. Bank Indonesia (2020) menyampaikan adanya arus digitalisasi tersebut memengaruhi sendi-sendi perekonomian, mengubah pola transaksi masyarakat, baik individu maupun kelompok dan perusahaan, serta mendisrupsi fungsi-fungsi konvensional atau tradisional, tidak terkecuali di sektor keuangan. Dunia industri khususnya di Indonesia selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perubahan zaman terus membawa dampak perubahan bagi kehidupan dunia. Tidak terlupakan salah satunya yaitu maraknya penggunaan pembayaran digital pada proses transaksi pembayaran. Pesatnya perkembangan teknologi tersebut nyatanya memberikan pengaruh terhadap sistem pembayaran di dalam proses transaksi bisnis (Tarantang et al., 2019). Hal tersebut tentu menggeser peranan uang tunai yang semula dijadikan sebagai alat tukar di dalam bertransaksi tergeserkan menjadi bentuk pembayaran non-tunai (Tarantang et al., 2019). Sistem pembayaran digital muncul sebagai jawaban dari kekhawatiran di tengah situasi yang berkebatasan. Disampaikan juga bahwa penggunaan *digital wallet* ini didasari oleh beberapa faktor diantaranya azas kepercayaan terhadap alat pembayaran digital sebesar 81,6%, faktor kebermanfaatan sebesar 72,9%, faktor kemudahan penggunaan sebesar 68,3%, dan beberapa faktor pendukung lainnya (Soraya, 2020) yang mendorong masyarakat untuk menggunakan *digital wallet* tersebut. Persebaran penggunaan *e-wallet* yang semakin *massive* menjadikan bertambah banyaknya kemunculan jenis *e-wallet* baru yang menyasar pengguna di era digitalisasi saat ini.

Gambar 1. Penyebaran Penggunaan E-Wallet di Indonesia 2023



Persebaran penggunaan *digital payment* di Indonesia juga terus berkembang seiring dengan kemudahan akses yang ada. Dikutip dari Kusumawardhani & Purnaningrum (2021) bahwa lima urutan teratas terkait penggunaan *digital payment* di Indonesia berada di Pulau Jawa, diantaranya DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Yogyakarta.

Gambar 2. Persebaran Penggunaan E-Wallet di Indonesia



Membaca situasi tersebut, Bank Indonesia akhirnya juga turut meluncurkan salah satu metode pembayaran digital yang saat ini telah banyak digunakan baik oleh konsumen ataupun penjual sebagai media di dalam melakukan transaksi yaitu QRIS. QRIS adalah singkatan dari *QR Code Indonesian Standard* yang merupakan standarisasi bagi para pelaku bisnis yang ingin mendigitalisasikan proses transaksi non-tunai mereka menjadi lebih aman dan cepat. Dengan diluncurkannya QRIS tentunya juga disambut hangat oleh para pelaku UMKM di dalam melaksanakan proses transaksi mereka. Dengan adanya pemanfaatan teknologi di dalam suatu bisnis dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan suatu bisnis (Widowati & Khusaeni, 2022). Diharapkan dengan adanya pemanfaatan teknologi dalam hal pembayaran digital dapat memberikan kesempatan yang lebih luas terhadap 62,9 juta UMKM yang ada di Indonesia (Widowati & Khusaeni, 2022).

Gambar 3. QRIS Code



Penggunaan QRIS sebagai pembayaran digital pada UMKM salah satunya didasari dengan memodifikasi penggunaan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dikelompokkan ke dalam beberapa dimensi diantaranya *perceived of risk*, *perceived ease of use*, *perceived useful*, *intention to use*, *behavioral intention*, *actual usage*, dan faktor lain yang mendukung seperti karakteristik pengguna, teknologi, kompatibilitas, biaya, dan risiko (Widowati & Khusaeni, 2022).

*Research gap* menunjukkan bahwa niat menggunakan pembayaran digital didukung oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, dan sikap positif terhadap penggunaan QRIS (Widowati & Khusaeni, 2022). Sijabat et al., (2019) juga menyampaikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *fintech* dalam bertransaksi secara simultan. Namun demikian, ditemukan juga dalam penelitian yang dituliskan oleh Lestari et al., (2021) bahwa variabel pengetahuan, kemudahan, dan kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *digital payment Quick Response Indonesia Standard* (QRIS). Sedangkan, pada variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat UMKM. Penelitian lain menunjukkan bahwa variabel *perceived risk* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS (Edwin Zusrony et al., 2023) dimana pelaku akan lebih *aware* terhadap informasi penggunaan pembayaran digital. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2015) menyampaikan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis SEM-AMOS dengan menggunakan *software* AMOS 26 dan SPSS 25. Adapun data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 224 sampel dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *convenience sampling method*. Adapun kriteria sampel penelitian yaitu UMKM yang menjadi *merchant* QRIS dan berlokasi di wilayah Jabodetabek.

### **Operasional Variabel**

#### ***Perceived Ease of Use***

*Perceived ease of use* adalah tingkat dimana calon pengguna teknologi diharapkan dapat menggunakan inovasi tersebut tanpa harus mengeluarkan *effort* berlebih (Fatmawati, 2015).

#### ***Perceived of Risk***

*Perceived of risk* adalah ketidakpastian yang dapat dialami pengguna ketika pengguna tidak dapat memprediksi konsekuensi penggunaan suatu layanan dan berpotensi mengalami kerugian (Nuryasman & Sukis, 2021).

#### ***Trust***

*Trust* atau kepercayaan adalah gagasan tentang keyakinan, kepercayaan diri, harapan, integritas, ketergantungan, keandalan, kemampuan suatu entitas atau karakter suatu hal (Saprikis & Vlachopoulou, 2021).

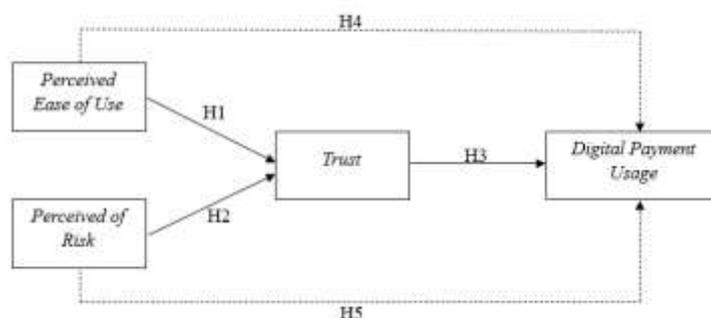
#### ***Digital Payment Usage***

Pembayaran digital adalah jenis penggunaan perangkat seluler oleh individu yang terhubung dengan jaringan nirkabel yang mendukung proses interaksi keuangan (Saprikis & Vlachopoulou, 2021).

## **Model Penelitian**



Gambar 4 Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian:

H1: *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif terhadap *Trust*

H2: *Perceived of Risk* Berpengaruh Negatif terhadap *Trust*

H3: *Trust* Berpengaruh Positif terhadap *Digital Payment Usage*

H4: *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif terhadap *Digital Payment Usage*

H5: *Perceived of Risk* Berpengaruh Negatif terhadap *Digital Payment Usage*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Tabel 1. Profil Responden

Profil Responden		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	32	14%
	Wanita	192	86%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Usia	18-26	202	90%
	27-35	13	6%
	36-44	4	2%
	45-53	2	1%
	54-62	2	1%
	63-70	1	0%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Pendidikan Terakhir	SD & Sederajat	2	1%
	SMP & Sederajat	7	3%
	SMA/SMK & Sederajat	141	63%



Profil Responden		Frekuensi	Persentase
	D1/D2/D3	10	4%
	D4/S1	63	28%
	S2/S3	1	0%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Lokasi UMKM	Jakarta	108	48%
	Bogor	25	11%
	Depok	18	8%
	Tangerang	34	15%
	Bekasi	39	17%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Sektor UMKM	Agribisnis	7	3%
	Fashion	48	21%
	Kuliner	149	67%
	Jasa	20	9%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Range Pendapatan (Dalam Satu Hari)	<Rp1.000.000	91	41%
	Rp1.000.000 - Rp2.000.000	70	31%
	Rp2.000.000 - Rp3.000.000	27	12%
	Rp3.000.000 - Rp4.000.000	15	7%
	Rp4.000.000 - Rp5.000.000	8	4%
	>Rp5.000.000	13	6%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>
Lama Berdiri UMKM	<1 tahun	104	46%
	1-3 tahun	88	39%
	3-5 tahun	13	6%
	>5 tahun	19	8%
	<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Pada profil responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh wanita dibandingkan pria dengan jumlah responden untuk pelaku UMKM wanita adalah 192 orang dan persentase sebesar 86%. Sedangkan untuk usia responden didominasi dengan rentang usia 18-26 tahun sebanyak 202



orang dengan persentase sebesar 90%. Pendidikan terakhir responden didominasi oleh jenjang SMA/SMK & Sederajat dengan jumlah sebanyak 141 orang dan persentase sebesar 63%. Jakarta menjadi lokasi UMKM terbanyak dengan persentase sebesar 48% dan sektor UMKM didominasi oleh bidang kuliner dengan persentase sebesar 67%. Adapun untuk *range* pendapatan UMKM sehari-hari memiliki rata-rata kurang dari Rp1.000.000 dengan persentase 41%. Serta lama berdiri UMKM didominasi dengan UMKM yang telah berdiri kurang dari satu tahun dengan persentase sebesar 46%.

### Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Kode	Nilai <i>Eigenvalues</i>	Keterangan	Kode	Nilai <i>Eigenvalues</i>	Keterangan
<b><i>Perceived Ease of Use</i></b>			<b><i>Perceived of Risk</i></b>		
PEOU1	0,754	Valid	POR2	0,814	Valid
PEOU2	0,785	Valid	POR3	0,609	Valid
PEOU3	0,699	Valid	POR4	0,859	Valid
PEOU4	0,789	Valid	POR5	0,865	Valid
PEOU5	0.848	Valid	POR6	0,861	Valid
PEOU6	0.802	Valid	POR7	0,896	Valid
PEOU7	0.741	Valid	POR8	0,814	Valid
PEOU8	0.780	Valid			
<b><i>Trust</i></b>			<b><i>Digital Payment Usage</i></b>		
T1	0,816	Valid	DPU1	0,716	Valid
T2	0,828	Valid	DPU2	0,574	Valid
T3	0,755	Valid	DPU3	0,773	Valid
T4	0,873	Valid	DPU4	0,744	Valid
T5	0,864	Valid	DPU5	0,797	Valid
T6	0,826	Valid	DPU6	0,734	Valid
T7	0,783	Valid	DPU7	0,826	Valid
T8	0,801	Valid	DPU8	0,783	Valid

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS 25, diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan di dalam penelitian ini sudah valid karena nilai *eigenvalue* lebih besar dari 0,5.



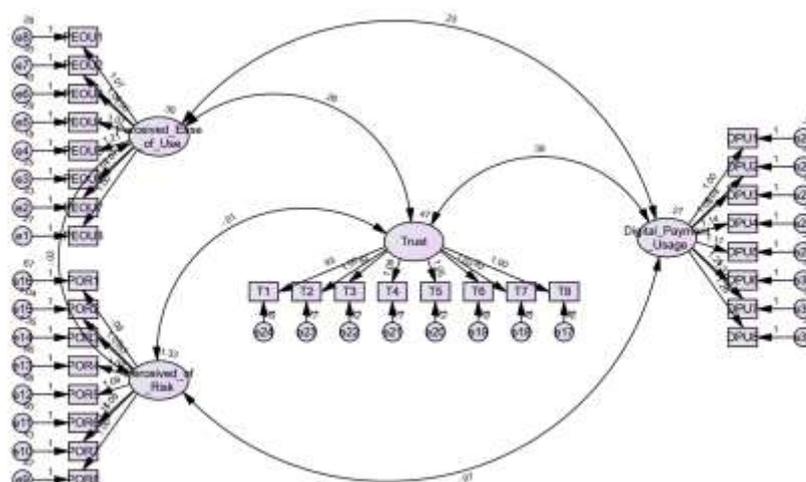
## Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> ( $\alpha$ )	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,904	Reliabel
<i>Perceived of Risk</i>	0,918	Reliabel
<i>Trust</i>	0,930	Reliabel
<i>Digital Payment Usage</i>	0,878	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan SPSS 25, diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan di dalam penelitian ini reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dan indikator pernyataan yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya. Sehingga dapat dilakukan untuk uji selanjutnya.

Gambar 5. Full Model SEM



Gambar di atas adalah permodelan *full model SEM* yang telah dilakukan menggunakan AMOS 26. Dengan hasil CMIN/DF dan *Probability* yang masih *poor fit* sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji CMIN/DF dan Nilai *Probability* Full Model SEM

	CMIN/DF	<i>Probability</i>
Default Model	2,191	0,000

Sehingga dilakukan pengujian ulang dengan mengeliminasi

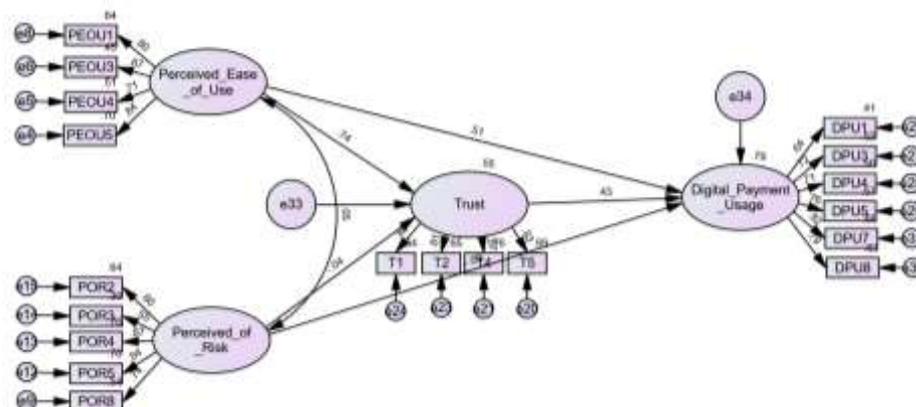
sebanyak 13 indikator pernyataan yang memiliki angka terbanyak dan tertinggi dari total 32 indikator pernyataan yang ada sehingga tersisa 19 indikator pernyataan. Adapun indikator pernyataan yang dieliminasi yaitu PEOU2, PEOU6, PEOU7, PEOU8, POR1, POR6, POR7, T3, T6, T7, T8, DPU2, dan DPU6. Sehingga diperoleh nilai kelayakan model yang sudah *good fit* sebagai berikut;

Tabel 5. Hasil Uji Goodness of Fit

<i>Goodness of Fit</i> Indikator	<i>Cut-off Value</i>	Hasil	Keterangan
Uji Statistik <i>Chi-Square</i> (CMIN)	$\geq 0,05$	0,159	<i>Good Fit</i>
CMIN/DF	$< 2,00$	1,116	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness of Fit Indices</i> (GFI)	$0,80 \leq \text{GFI} < 0,90$	0,928	<i>Good Fit</i>
<i>Adjusted Goodness of Fit Index</i> (AGFI)	$\geq 0,90$	0,906	<i>Good Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	$\leq 0,08$	0,023	<i>Good Fit</i>
<i>Normed Fit Index</i> (NFI)	$\geq 0,90$	0,937	<i>Good Fit</i>
<i>Tucker Lewis Index</i> (TLI)	$\geq 0,90$	0,992	<i>Good Fit</i>
<i>Comparative Fit Indices</i> (CFI)	$\geq 0,90$	0,993	<i>Good Fit</i>

Dengan model fit penelitian seperti gambar di bawah:

Gambar 5. Model Fit SEM



### Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	C.R.	P	Kesimpulan
H <sub>1</sub>	<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Trust</i>	8,449	***	Diterima
H <sub>2</sub>	<i>Perceived of Risk</i> → <i>Trust</i>	-0,740	,459	Ditolak
H <sub>3</sub>	<i>Trust</i> → <i>Digital Payment Usage</i>	4,897	***	Diterima



Hipotesis	Variabel		C.R.	P	Kesimpulan
H <sub>4</sub>	<i>Perceived Ease of Use</i>	→ <i>Digital Payment Usage</i>	5,261	***	Diterima
H <sub>5</sub>	<i>Perceived of Risk</i>	→ <i>Digital Payment Usage</i>	-1,805	,071	Ditolak

### **H1: *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif terhadap *Trust***

Hipotesis pertama yaitu pengaruh *perceived ease of use* terhadap *trust* diterima dengan nilai C.R. > 1,96 yaitu 8,449 dan nilai P < 0,05 yaitu 0,000. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan di dalam penggunaan QRIS untuk melakukan transaksi penjualan bagi para pelaku UMKM berperan sebagai alasan yang kuat mengapa pelaku UMKM percaya terhadap aplikasi QRIS. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sito Putri & Iriani (2021), Nangin et al. (2020), Syaharani & Yasa (2022), Yudiarti & Puspaningrum (2018), dan Primanda et al. (2020).

### **H2: *Perceived of Risk* Berpengaruh Negatif terhadap *Trust***

Hipotesis kedua yaitu pengaruh negatif antara *perceived of risk* terhadap *trust* ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai C.R. < 1,96 yaitu -0,740 dan nilai P > 0,05 yaitu 0,459. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya risiko yang timbul dari penggunaan *digital payment* tidak memengaruhi kepercayaan pengguna dalam hal ini pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS di dalam membantu proses transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prabowo (2019) dan Nitta & Wardhani (2022).

### **H3: *Trust* Berpengaruh Positif terhadap *Digital Payment Usage***

Hipotesis ketiga diterima dengan nilai C.R. > 1,96 yaitu 4,897 dan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000. Sehingga kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *digital payment*. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pengguna akan mendorong terhadap tingkat pengadopsian *digital payment* tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020), Agustino et al. (2021), dan Harseno (2021).

### **H4: *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif terhadap *Digital Payment Usage***

Hipotesis empat pada penelitian ini diterima dengan nilai C.R. > 1,96 yaitu 5,261 dan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000. Dengan begitu dapat dijelaskan bahwa pengguna QRIS yaitu pelaku UMKM pada penelitian ini merasa bahwa kemudahan penggunaan memengaruhi mereka di dalam



pemakaian aplikasi QRIS di dalam membantu melakukan proses transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2020), Rodiah & Melati (2020), Fazriansyah et al. (2022), dan Khoir & Soebiantoro (2022).

**H5: *Perceived of Risk* Berpengaruh Negatif terhadap *Digital Payment Usage***

Hipotesis kelima yaitu pengaruh negatif persepsi risiko terhadap penggunaan *digital payment* ditolak, dengan nilai C.R. < 1,96 yaitu -1,805 dan nilai signifikansi P > 0,05 yaitu 0,071. Hal ini diinterpretasikan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* bagi pelaku UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah et al. (2023), Savitri et al. (2022), Rahmatika & Fajar (2019), Santika et al. (2022), dan Natalie & Listen (2019).

**Uji Sobel**

Tabel 7. Hasil Uji Sobel

Variabel			Hasil Uji Sobel	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	→	<i>Trust</i>	0,000	Mampu memediasi
		→		
		<i>Digital Payment Usage</i>		
<i>Perceived of Risk</i>	→	<i>Trust</i>	0,187	Tidak mampu memediasi
		→		
		<i>Digital Payment Usage</i>		

Berdasarkan Tabel 1.7 diketahui bahwa variabel *trust* mampu memediasi hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *digital payment usage*. Sedangkan pada variabel *perceived of risk* terhadap *digital payment usage*, variabel *trust* tidak mampu memediasi dengan nilai uji sobel > 0,05.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa tiga dari lima hipotesis diterima dan dua hipotesis lainnya ditolak. Adapun hipotesis yang diterima yaitu *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*, *trust* berpengaruh positif terhadap *digital payment usage*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *digital payment usage*, sedangkan hipotesis yang ditolak yaitu *perceived of risk* berpengaruh negatif terhadap *trust* dan *perceived of risk* berpengaruh negatif terhadap *digital payment usage*.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis dan diharapkan kepada pelaku UMKM agar dapat memaksimalkan penggunaan QRIS di masa depan serta penyedia



jasa layanan QRIS dapat selalu meningkatkan pelayanan mereka terhadap aplikasi dan juga pengguna sehingga pengguna merasa nyaman dan percaya terhadap aplikasi QRIS.

## REFERENSI

- Agustino, L., Ujjanto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *17(3)*, 401–422.
- Ahdiat, A. (2023). Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat. *Databoks*.
- Aisyah, A., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2023). Determinan Penggunaan E-Wallet Generasi Milenial Muslim. *Lab*, *6(02)*, 189–206.
- Daniel, G. R. (2023). QRIS Tidak Lagi Gratis, Ini Cara Membuatnya Secara Mandiri.
- Edwin Zusrony, Luthfy Purnanta Anzie, Pindo Asti, Gibson Manalu, Ivan Permana, & Tri Imaliya. (2023). Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *16(1)*, 200–206.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, *9(1)*, 1–13.
- Fazriansyah, Sari, N. A., & Mawardi. (2022). Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Berpengaruh terhadap Niat untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual pada Aplikasi Pembayaran Digital? *Jurnal Manajemen*, *14(2)*, 271–283.
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, *9(4)*.
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *7(2)*, 752.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran Pengguna Digital Wallet di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics Distribution of Digital Wallet Users in Indonesia Based on Google Trends Analytics. *Inovasi: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, *17(2)*, 377–385.
- Lestari, M., Purnomo, H. D., & Sembiring, I. (2021). Pengaruh E-Payment



- Trust terhadap Minat Transaksi pada E-Marketplace Menggunakan Framework Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(5), 977–986.
- Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyoedi, S. (2020). The Effects of Perceived Ease of Use, Security, and Promotion on Trust and Its Implications on Fintech Adoption. *Journal of Consumer Sciences*, 5(2), 124–138.
- Natalie, T., & Listen, G. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 830–838.
- Nitta, M. A., & Wardhani, N. I. K. (2022). Kepercayaan dalam Memediasi Keamanan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1105–1120.
- Nuryasman, & Sukis, W. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271.
- Prabowo, D. (2019). Pengaruh Perceived Risk dan Perceived Technology terhadap Online Purchase Intention Pada Shopee dengan Online Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris terhadap Masyarakat Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 1(1), 799–810.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Primanda, R., Setyaning, A. N. A., Hidayat, A., & Ekasasi, S. R. (2020). The Role of Trust on Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use toward Purchase Intention among Yogyakarta's Students. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 316–326.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.
- 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.
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi dan Intensi Pelaku UMKM terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran



- Digital di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 61–70.
- Saprikis, V., & Vlachopoulou, M. (2021). Mapping Mobile Payment Adoption: Customers' Trends and Challenges. *International Journal of Business and Management*, 16(9), 82.
- Savitri, A., Purwanti, I., & Syamsuddin. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 194–201.
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment). *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.
- Sito Putri, R. R., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia melalui Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 708.
- Soraya, S. (2020). Pola Konsumsi Pemuda Perkotaan pada Penggunaan Transaksi Dompot Digital (E-Wallet) di Kota Jakarta Selatan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Syahrani, D. P., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Trust as Mediation between Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Repurchase Intention. *European Journal of Development Studies*, 2(3), 36–40.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.
- 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.
- Widowati, N., & Khusaeni, M. (2022). Adopsi Pembayaran Digital QRIS pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 01(2), 325–347.
- Yudiarti, R. F. E., & Puspaningrum, A. (2018). The Role of Trust As a Mediation Between the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use To Interest To Buy E-Book. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 494–502.

