

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana

Ferdryawan Jun Mustofan¹⁾, Lintang Kurniawati²⁾*

^{1,2} Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi dana pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menempuh semester 5 dan 7. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA, sedangkan variabel persepsi keamanan dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA.

Kata Kunci: *e-wallet*, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi keamanan, fitur layanan, DANA

Copyright (c) 2024 Ferdryawan Jun Mustofan

✉ *Corresponding author :

Email Address : b200200345@student.ums.ac.id, lk123@ums.ac.id* <D:\JURNAL\YUME\7-1\ek108@ums.ac.id>

PENDAHULUAN

Transformasi digital semakin hari terus berkembang menjadikan kegiatan yang dilakukan secara manual menjadi serba digital dan membuat kehidupan masyarakat mulai berubah. Kondisi ini berpengaruh pada sistem transaksi yang dapat dilakukan secara online. Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan, salah satunya dalam metode pembayaran. *E-wallet* merupakan fitur pembayaran online dalam bertransaksi dengan praktis. Dengan layanan *e-wallet* untuk memudahkan setiap pengguna untuk menyimpan uang dalam dompet digital, sehingga pengguna dapat mempermudah melakukan pembayaran. Salah satu kegiatan pada *e-wallet* yaitu berbelanja online. Munculnya *e-wallet* mempermudah pembayaran karena tidak memerlukan uang tunai atau cash. *E-wallet* diatur oleh Bank Indonesia sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia. Sesuai aturan bahwa *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran yang harus mendapatkan persetujuan dari Bank Indonesia. Oleh karena itu, *e-wallet* dapat disebut sebagai metode pembayaran yang sah, tidak hanya uang tunai, kartu kredit dan kartu debit (Utami, 2019).

Berdasarkan informasi data yang diberikan oleh Bank Indonesia, terdapat 38 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi. Dengan munculnya uang elektronik, transaksi *e-wallet* telah mencapai USD 1,5 miliar setara dengan Rp 21 triliun (1 USD = 14,222) kemungkinan diperkirakan akan mencapai Rp 355 triliun pada tahun 2023 (Rahmawati et al., 2020). Kedepannya penggunaan *e-wallet* akan terus berkelanjutan (Kilani et al., 2023). Dalam tiga tahun terakhir, penggunaan *e-wallet* tumbuh dengan

pesat, pada periode satu tahun (30 November 2020-30 November 2021) telah melakukan lebih dari 150 juta transaksi pembayaran *e-wallet*, baik di Indonesia maupun Filipina (Pratnyawan, 2021). Pada tahun 2022 pembayaran *e-wallet* menjadi metode yang banyak diminati mencapai 81% pengguna (Naurah, 2023). Sedangkan pada tahun 2023 *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 84,3% pengguna (Muhammad, 2023). Macam-macam *e-wallet* seperti Go-Pay, Ovo, DANA, Shopeepay, dan LinkAja.

Dengan dukungan teknologi yang semakin maju, hal ini membuat pengguna maupun penyedia jasa sistem pembayaran non tunai secara terus menerus mencari alternatif instrumen pembayaran non tunai yang lebih efisien (Sofyan, 2015). DANA merupakan platform dompet digital yang didesain untuk menjadikan fitur yang bertujuan memudahkan transaksi pembayaran para penggunanya (R. A. Utami & Irwansyah, 2022). Menurut Yosidora (2022) DANA resmi diluncurkan pada 5 November 2018. DANA dikembangkan oleh perusahaan (startup) yang berbadan hukum Indonesia. PT Elang Sejahtera Mandiri adalah investor utama dari DANA dengan kepemilikan mencapai 99 persen. PT Elang Sejahtera Mandiri merupakan anak usaha dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK). EMTEK bekerja sama dengan Ant Financial pemilik Alipay. DANA mendapatkan dukungan dari Ant Financial. Teknologi Alipay ini sudah dapat pengakuan dari persepsi keamanan dan bisa diandalkan di dunia dengan transaksi digital.

Dompot digital DANA semakin hari terus mencatatkan pertumbuhan. Menurut Damar (2021), Berdasarkan survei dari YouGov, dompet digital DANA menjadi pertumbuhan yang sangat pesat dalam jumlah pengguna, kisaran 4%. Pengguna DANA di kuartal III 2021 sampai 43%, sedangkan pada pertumbuhan di dua kuartal sebelumnya. Bertambahnya pertumbuhan ini tidak lepas dari pengguna baru di kalangan usia 25-34 tahun (kisaran 32% dari jumlah pengguna DANA) dan di kalangan usia 35 tahun (kisaran 34% jumlah pengguna DANA). Transaksi lewat aplikasi ini tentunya lebih praktis, cepat, dan tetap keamanannya tetap terjamin. Tujuan penggunaan DANA yaitu untuk mempermudah melakukan transaksi, tanpa harus membawa uang, cukup dengan mengisi saldo. Dengan tujuan untuk mempermudah dalam transaksi pembayaran maka persepsi kemudahan penggunaan DANA sangat mempengaruhi tingkat penggunaan DANA.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan persepsi sejauh mana seseorang dalam menggunakan teknologi baru yang akan terbebas dari usaha, yang menjadi sebuah keyakinan atas kemudahan dalam penyelesaian masalah pembayaran (Desita & Dewi, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Shaliza et al., (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat sejauh mana seseorang melakukan pengguna *e-wallet* dengan kemudahan penggunaan dan akan memperbanyak kinerja mereka pada saat melakukan pembayaran. Pernyataan tersebut didukung oleh Karim et al., (2020) menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dalam mempengaruhi penggunaan *e-wallet* untuk menentukan perilaku penggunaan yang sebenarnya.

Persepsi keamanan merupakan sejauh mana seseorang dapat mengukur mengenai keselamatan dalam kendala layanan, dalam persepsi keamanan pada *e-wallet* akan menjamin risiko yang kecil dari pada penggunaan uang tunai atau cash dalam bertransaksi (Rahmawati et al., 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shaliza et al., (2019) dengan adanya persepsi keamanan perasaan seseorang dapat terlindungi dari kekhawatiran, selain itu seseorang merasa percaya bahwa menggunakan *e-wallet* akan aman. Pernyataan didukung oleh Karim et al., (2020) persepsi keamanan menjadi salah satu dimensi yang harus dilakukan oleh perusahaan yang menyediakan *e-wallet* untuk menciptakan nilai positif diantara konsumen.

Persepsi Risiko memiliki pengaruh terhadap pengurangan minat individu menggunakan teknologi sehingga adanya persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Yogananda & Dirgantara, 2017). Hal ini terdapat penelitian yang dilakukan oleh Van Tuan & Dung (2021) persepsi risiko merupakan persepsi yang dirasakan dalam hubungan dengan potensi kerugian. Pernyataan tersebut didukung oleh Jesuthasan & Umakanth (2021) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan dompet digital elektronik (*e-wallet*).

Fitur layanan adalah sistem pendukung dalam suatu aplikasi *e-wallet*. Dengan adanya fitur layanan dalam aplikasi *e-wallet* yang akan digunakan maka seseorang dapat menggunakan fitur tersebut dengan kegunaannya masing-masing (Desita & Dewi, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abrilia & Sudarwanto (2022) Fitur layanan merupakan memilih suatu produk untuk memilih produk yang diinginkannya, bagi seorang pemasar fitur layanan itu kunci penting bagi perusahaan agar dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya. Pernyataan ini didukung oleh Endriyanto & Indrarini (2022) Fitur layanan adalah kualitas produk yang disediakan untuk pelanggan dan memiliki keunikan tersendiri untuk menarik pelanggan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desita & Dewi (2022) tentang pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada aplikasi dompet digital (*e-wallet*). Metode dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan diolah dengan uji analisis regresi linear berganda dengan bantuan spss versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan secara positif dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan E-Money akan semakin meningkat.

Penelitian ini memfokuskan pada variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan fitur layanan. Sedangkan variabel independen pada penelitian sebelumnya yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, promosi dan fitur layanan. Alasan menambahkan persepsi keamanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi penggunaan karena persepsi keamanan bertujuan untuk meningkatkan rasa kepercayaan seseorang untuk menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA dan menghindari *cyber crime*.

Peneliti mengambil topik ini untuk melibatkan keinginan dalam memahami perilaku pengguna terkait penggunaan *e-wallet* pada aplikasi DANA. Faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, dan fitur layanan dapat memberikan wawasan yang sangat berharga dalam meningkatkan adopsi *e-wallet* dan mengidentifikasi area perbaikan dalam pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian ini dapat mendukung perkembangan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang efektif dalam pembayaran digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi penyedia layanan keuangan digital dan meningkatkan penerimaan penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model TAM digunakan untuk menjelaskan atau penolakan terhadap teknologi. TAM dikenal untuk mengukur tentang kepercayaan pengguna (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), hubungan dalam perilaku pengguna (*user behavior relationship*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Khoiriyah et al., 2023). Penelitian ini tidak menjelaskan tentang model TAM sepenuhnya. Penelitian ini hanya mengambil persepsi kemudahan penggunaan sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan DANA. Teori ini digunakan sebagai landasan pembelajaran adopsi teknologi dalam konteks yang berbeda, dimana untuk mempelajari penerimaan dan tujuan penggunaan teknologi baru (Chhonker et al., 2017).

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seseorang dalam menggunakan DANA berpandangan bahwa aplikasi tersebut tidak akan memerlukan upaya yang rumit. Menurut Jogiyanto (2007), *perceived ease of use* yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha. Seseorang yang merasa mudah menjalankan aplikasi DANA, akan membuat ia nyaman dalam menggunakannya dan tidak akan berpindah

ke aplikasi lainnya. *Perceived ease of use* merupakan suatu persepsi kemudahan penggunaan ketika menggunakan teknologi tersebut dapat mudah dipahami atau tanpa membutuhkan banyak usaha sehingga teknologi tersebut menjadi sering digunakan.

3. Persepsi Keamanan

Keamanan adalah faktor pendorong pelanggan untuk mempertimbangkan kemungkinan penipuan saat bertransaksi secara *online*. Keamanan menjadi salah satu dimensi yang harus dilakukan oleh perusahaan yang menyediakan *e-wallet* untuk menciptakan nilai positif diantara konsumen Karim et al., (2020). Persepsi keamanan sebagai ancaman dari situasi, kondisi, atau kejadian yang dapat menyebabkan masalah kesulitan ekonomi melalui kerusakan sumber data atau jaringan, pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, dan penyalahgunaan wewenang.

4. Persepsi Risiko

Konsep persepsi risiko (*perceived risk*) telah dikaitkan dengan ketidakpastian. Berdasarkan penelitian ini, terdapat dua bentuk ketidakpastian yang dapat muncul dalam adopsi teknologi baru, yaitu ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioural uncertainty*), ketidakpastian lingkungan berasal dari jaringan komunikasi teknologi yang berada diluar kendali pengguna termasuk operator teknologi informasi turut kesulitan untuk mengendalikan (Priyono, 2017). Persepsi risiko ini sangat dikaitkan dengan minat menggunakan *e-wallet* dikarenakan dalam melakukan transaksi pastinya terdapat beberapa kendala yang mungkin terjadi, seperti risiko finansial dan risiko kenyamanan dalam menggunakannya.

5. Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan elemen penting bagi sebuah atribut produk maupun jasa, sedangkan pada fitur layanan DANA dapat membantu dalam menggunakannya atau untuk membedakan produk fitur dari perusahaan satu dengan yang lainnya (Kesuma & Nurbaiti, 2023). Fitur juga salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi pengguna untuk memutuskan dalam melakukan transaksi secara *online*.

6. Minat Menggunakan

Tingkat keinginan dalam menggunakan sebuah teknologi informasi pada seseorang dapat dilihat dari perilaku pengguna tersebut terhadap teknologi. Minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal yang mendorong sikap untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan Minat menggunakan *e-wallet* adalah suatu tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Minat dapat menjadi motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas.

7. Dompet Digital Indonesia (DANA)

DANA adalah dompet digital Indonesia yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa uang tunai dan kartu kredit. DANA juga memungkinkan pengguna untuk menyimpan kartu bank mereka di dalam aplikasi dan melakukan pembayaran dengan bank. Aplikasi DANA ini juga menawarkan fitur keamanan yang kuat, seperti verifikasi yang aman, layanan pelanggan, dan garansi pengembalian 100%. DANA juga memberikan semua pengguna aplikasi meminjam uang dengan suku bunga yang rendah dan pembayaran yang terjangkau, sehingga kamu gak perlu khawatir dengan pembayaran per bulannya.

8. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA

Persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA. Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada cara individu menilai sejauh mana sistem teknologi dianggap mudah untuk digunakan. Penelitian dari Desita & Dewi (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*. Pernyataan ini didukung oleh Karim et al., (2020) persepsi kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan niat perilaku untuk menggunakan dompet elektronik. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2019) yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* gopay dan linkaja. Berdasarkan hal ini, maka dapat ditentukan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

9. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

Persepsi keamanan merupakan suatu rahasia terhadap tingkat keamanan pada *e-wallet* DANA. Persepsi keamanan mengacu pada bagaimana individu memahami tentang pandangan subjektif terhadap sejauh mana sistem itu dianggap aman dan dapat dipercaya. Penelitian dari Rahmawati et al., (2020) menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Pernyataan ini didukung oleh Khoiriyah et al., (2023) menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan aplikasi DANA. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2020) persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

10. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

Persepsi risiko dapat diartikan bagaimana individu dapat menginterpretasikan dan menilai potensi bahaya dalam suatu kerugian yang terkait dengan suatu Tindakan, keputusan, atau situasi. Penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik. Pernyataan didukung oleh Van Tuan & Dung (2021) menunjukkan bahwa kelompok persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet* Momo. Namun penelitian yang dilakukan oleh Jesuthasan & Umakanth (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

11. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

Fitur layanan dapat ditinjau dari beberapa sudut pandang. Fitur layanan melakukan peran penting dalam memotivasi pengguna dalam mengadopsi *e-wallet* pada aplikasi DANA tersebut. Penelitian dari Desita & Dewi (2022), menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*. Abrilia & Sudarwanto (2022) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA. Namun penelitian yang dilakukan oleh Syafiq (2023) Menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat

menabung di bank aladin syariah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA

METODOLOGI

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan data primer berupa menyebarkan kuesioner. Penelitian ini akan dibuktikan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis statistik dengan analisis regresi linier berganda dibantu menggunakan aplikasi SPSS.

2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa laporan tahunan dan laporan keuangan. Sampel yang terdapat pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI selama kurun waktu tiga tahun yaitu dimulai 2019-2021, berdasarkan *purposive sampling*.

3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

a. Minat Menggunakan *E-Wallet*

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Dompert digital DANA hadir dengan layanan open-platform, aplikasi DANA dapat digunakan dalam berbagai layanan platform yang berbeda, baik offline maupun online, agar banyak yang minat dalam menggunakan aplikasi DANA (Khoiriyah et al., 2023). Menurut Abrilia & Sudarwanto (2022) menyebutkan bahwa terdapat tiga indikator pada menggunakan e-wallet, yaitu:

1. Berminat menggunakan e-wallet adalah berniat disediakan untuk bertransaksi.
2. Untuk kemajuan teknologi pada aplikasi dompet digital.
3. Ketertarikan berminat menggunakan aplikasi *e-wallet* atas dasar dari diri sendiri.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Atriani, Permadi Lalu Adi (2020) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan dalam kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah. Indikator persepsi kemudahan penggunaan menurut Ericaningtyas & Minarso (2022) sebagai berikut:

1. *E-Wallet* sangat mudah dipahami dan dipelajari.
2. *E-Wallet* sangat mudah dan fleksibel untuk digunakan.
3. *E-Wallet* sangat mudah digunakan di waktu kapanpun dan dimanapun.

c. Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan merupakan pandangan atau penilaian seseorang terhadap tingkat keamanan dari suatu sistem tersebut aman digunakan. Menurut Rahmawati et al., (2020) ada tiga indikator persepsi keamanan pada minat penggunaan *e-wallet*, yaitu:

1. Tidak khawatir memberikan informasi.
2. Percaya bahwa informasi dilindungi.
3. Percaya transaksi terjamin uangnya, pada elektronik.

d. Persepsi Risiko

Persepsi risiko yaitu menekankan bahwa konsumen dipengaruhi oleh persepsi risiko tersebut, terlepas apakah persepsi risiko benar-benar ada atau tidak (Pebriantje & Sulaeman, 2023). Menurut Ericaningtyas & Minarso (2022) ada tiga indikator persepsi risiko pada minat penggunaan *e-wallet*, yaitu:

1. Menggunakan *e-wallet* sangat berisiko tinggi.
2. Transaksi menggunakan *e-wallet* tidak aman.
3. Saldo e-wallet dapat berkurang tanpa sebab

e. Fitur Layanan

Menurut (Endriyanto & Indrarini, 2022) fitur layanan merupakan kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan untuk pelanggan dan memiliki ciri khas tersendiri untuk menarik pelanggan. Menurut Abrilia & Sudarwanto (2022), (Khoirunnisa & Dwijayanti, 2020) indikator pengukuran variabel fitur layanan sebagai berikut:

1. Kemudahan akses informasi, yakni akses informasi yang mudah digunakan dalam aplikasi dompet digital yang digunakannya.
2. Keberagaman layanan transaksi, sistem pembayaran e-wallet memiliki berbagai macam layanan yang menjadikan konsumen dapat bertransaksi dalam satu aplikasi dengan menggunakan berbagai macam layanan.
3. Keberagaman fitur, yakni sistem informasi dari fitur yang diberikan oleh e-wallet dengan berbagai macam.
4. Kelengkapan fitur, yakni fitur aplikasi yang memiliki banyak manfaat dan menjadi alasan konsumen untuk menggunakan e-wallet

Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun persamaan regresi linier berganda yang akan diuji adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Aplikasi DANA
α	= Nilai Konstanta
β	= Koefisien Regresi
X_1	= Persepsi Kemudahan Penggunaan
X_2	= Persepsi Keamanan
X_3	= Persepsi Risiko
X_4	= Fitur Layanan
ε	= <i>error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

No	Semester Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa
1.	Semester 5	1.253
2.	Semester 7	1.337
3.	Jumlah	2.590

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024

Dalam penelitian ini jumlah populasi (N) = 2.590 mahasiswa, dengan batas toleransi *error* 10%=0,1 jadi sampelnya adalah:

$$n = \frac{2.590}{1 + (2.590 \times 0,1^2)}$$

$$= 96$$

A. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil olah data secara keseluruhan indikator penelitian memiliki nilai r -hitung $> 0,2006$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid .

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan adalah reliabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil olah data secara keseluruhan indikator penelitian memiliki batas normal $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas diuji menggunakan program SPSS dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil output SPSS terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,081. Hal ini berarti bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ (taraf signifikansi). Sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal.

4. Uji Multikolinearitas

Dalam menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menentukan nilai Uji *Tolerance* dan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)*. Berdasarkan hasil output SPSS terlihat bahwa nilai *tolerance* dan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* semua variabel independen menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

5. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *spearman-rho* menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05 disimpulkan model regresi tidak adanya mengandung heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output SPSS terlihat bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas yang dapat dilihat dari *Sig. (2-tailed)* yang lebih dari 0,05 yaitu persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,870, persepsi keamanan sebesar 0,437, persepsi risiko sebesar 0,552, dan fitur layanan sebesar 0,552

6. Uji Autokorelasi

Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan jika nilai DW mengarah ke nilai dua maka tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh oleh Durbin-Watson sebesar 2,104. Titik ini berada diantara d_U (1,7553) dan $4-d_U$ (2,447). Maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

B. Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Coeff.	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,981	2,656		0,746	0,458
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,243	0,125	0,177	1,952	0,054

	Persepsi Keamanan	0,595	0,109	0,477	5,478	0,000
	Persepsi Risiko	0,038	0,086	-0,034	-0,439	0,662
	Fitur Layanan	0,255	0,116	0,213	2,194	0,031
	F				23,728	0,000
	Adjusted R Square					0,489

Sumber : Data Diolah di SPSS, (2024)

Dari hasil output di atas, maka di peroleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,981 + 0,243X_1 + 0,585X_2 - 0,038X_3 + 0,255X_4 + \varepsilon$$

Hasil uji simultan F menunjukkan besar nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda sudah memenuhi syarat dan dapat dikatakan fit model regression.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,489 atau 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,489 atau 49%. Hasil tersebut menyatakan dalam variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, dan fitur layanan dan interaksi antara masing-masing variabel berkaitan dengan minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA sebesar 49%. Sedangkan sebanyak 51% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

Hasil uji statistik t digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Aturannya adalah bahwa hipotesis dapat diterima jika nilai signifikan kurang dari 0,05. Hasil yang diperoleh berdasarkan Tabel diatas:

1. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,054 > 0,05$ yang menunjukkan secara parsial berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA dalam suatu persamaan regresi maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima.
2. Persepsi keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA dalam persamaan suatu regresi maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.
3. Persepsi Risiko memiliki nilai signifikansi sebesar $0,662 > 0,05$ yang menunjukkan secara parsial berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA dalam suatu persamaan regresi maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan H0 diterima.
4. Fitur layanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ yang menunjukkan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA dalam persamaan suatu regresi maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima..

C. PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA

Persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah. Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seseorang dalam menggunakan DANA berpandangan bahwa aplikasi tersebut tidak akan memerlukan upaya yang rumit. Menurut Jogiyanto (2007), *perceived ease of use* yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi

tertentu akan bebas dari suatu usaha. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga dapat menunjukkan seberapa besar keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan minat dalam menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA tetapi tidak secara signifikan. Hasil penelitian selaras (Humbani & Wiese, 2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak cukup bagi mahasiswa untuk menggunakan suatu aplikasi DANA, dibutuhkan inovasi lainnya agar mahasiswa menjadi lebih tertarik, seperti promosi. Pernyataan ini didukung oleh (Ernawati & Noersanti, 2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan e-wallet. Hal tersebut disebabkan oleh kesadaran responden terhadap kemudahan penggunaan dalam menggunakan e-wallet tersebut kecil tidak menumbuhkan minat dalam menggunakan e-wallet.

2. Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA

Keamanan adalah faktor pendorong pelanggan untuk mempertimbangkan kemungkinan penipuan saat bertransaksi secara online. Persepsi keamanan diartikan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya dalam mengirimkan informasi pada sistem teknologi akan aman dan tidak ada kendala. Keamanan menjadi salah satu dimensi yang harus dilakukan oleh perusahaan yang menyediakan e-wallet untuk menciptakan nilai positif diantara konsumen Karim et al., (2020). Keamanan informasi adalah perlindungan informasi dan berbagai ancaman untuk memastikan kelangsungan bisnis, meminimalisir resiko bisnis, dan memaksimalkan laba atas investasi peluang bisnis (Irawan & Affan, 2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan minat dalam menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Hasil penelitian didukung oleh (Khoiriyah et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Pernyataan ini didukung oleh (Rahmawati et al., 2020) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan e-wallet.

3. Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA

Persepsi risiko adalah persepsi dari konsumen tentang ketidakpastian dan konsekuensi merugikan dari konsumen tersebut (Ali et al., 2020). Persepsi risiko dapat diartikan sebagai keputusan konsumen untuk memilih, menunda atau menghindari melakukan keputusan dalam menggunakan suatu teknologi karena risiko dapat terjadi. Menurut Jusuf (2018) *perceived risk* didefinisikan sebagai persepsi pengguna terhadap ketidakpastian serta konsekuensi yang dapat mencemaskan saat menggunakan teknologi. Persepsi risiko ini sangat dikaitkan dengan minat menggunakan e-wallet dikarenakan dalam melakukan transaksi pastinya terdapat beberapa kendala yang mungkin terjadi, seperti risiko finansial dan risiko kenyamanan dalam menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak akan mempengaruhi minat dalam

menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Hasil penelitian didukung oleh (Desita & Dewi, 2022) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap aplikasi dompet elektronik (*e-wallet*). Pernyataan didukung oleh (Yogananda & Dirgantara, 2017) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki ketidakpastian.

4. Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA

Fitur (features) adalah semua hasil pengukuran yang bisa diperoleh dan menjadikan karakteristik pembeda dari objek suatu aplikasi. Tjiptono & Chandra (2012) menyatakan bahwa fitur merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting dari konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Kotler (2006) layanan adalah tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jadi fitur layanan merupakan peran penting dalam menarik perhatian seseorang dalam menggunakan suatu produk yang diunggulkan, dalam suatu fitur layanan yang baik akan membuat ia lebih puas dan nyaman untuk menggunakan suatu produk yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan minat dalam menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA. Hasil penelitian didukung oleh (Desita & Dewi, 2022) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada aplikasi dompet elektronik (*e-wallet*). Pernyataan ini didukung oleh (Abrilia & Sudarwanto, 2022) menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variable persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA, sedangkan variabel persepsi keamanan dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA.

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah data primer penelitian ini diperoleh melalui kuesioner, yang pilihan jawabannya didapatkan dari persepsi responden, penelitian ini tidak mampu mengontrol sepenuhnya kesungguhan dan kejujuran responden agar memilih opsi jawaban yang sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama dengan variabel yang sama disarankan dalam mengumpulkan data dengan cara wawancara sehingga data yang diperoleh sesuai dengan keadaan dan kenyataan di objek penelitian, dan bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel diluar penelitian ini. Agar dapat mengembangkan penelitiannya serta dapat menambahkan referensi lebih banyak lagi dan memperluas objek penelitian seperti pada seluruh mahasiswa dan Masyarakat.

Referensi :

Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.

- Ali, A. A., Abbass, A., & Farid, N. (2020). Factors Influencing Customers' Purchase Intention in Social Commerce. *International Review of Management and Marketing*, 10(5), 63–73. <https://doi.org/10.32479/irmm.10097>
- Chhonker, M. S., Verma, D., & Kar, A. K. (2017). Review of Technology Adoption frameworks in Mobile Commerce. *Procedia Computer Science*, 122, 888–895. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.451>
- Damar, A. M. (2021). *Survei: DANA Jadi Dompot Digital dengan Pertumbuhan Jumlah Pengguna Paling Pesat*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4709582/survei-dana-jadi-dompot-digital-dengan-pertumbuhan-jumlah-pengguna-paling-pesat>
- 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.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2022). ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DALAM MINAT PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2), 1–20. <https://doi.org/10.56696/jaka.v2i2.5412>
- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* 25. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&cluster=11086144504379246298
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52. <https://doi.org/10.33603/jka.v4i1.3322>
- Jesuthasan, S., & Umakanth, N. (2021). Impact of Behavioural Intention on E-Wallet Usage During Covid-19 Period: A Study from Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Marketing*, 7(2), 24–48. <https://doi.org/10.4038/sljmuok.v7i2.63>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007. <https://inlisite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=639>
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Andi. <https://www.accessebookpages.com/full/perilaku-konsumen-di-masa-bisnis-online/>
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 70–79. <https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.950>
- Kotler, P. K. K. L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, 2006. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=NP0zkgEACAAJ&redir_esc=y
- Muhammad, N. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Naurah, N. (2023). *E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, Ini Potensinya Pada 2025 Mendatang*. <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang-FONnm>
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Economic and Digital Business Review*, 4(1), 91–98.
- Pratnyawan, A. (2021). *Tren Pembayaran Digital Indonesia 2021: eWallet Tumbuh Pesat saat Pandemi*. <https://www.hitekno.com/internet/2021/12/15/205041/tren-pembayaran-digital-indonesia-2021-ewallet-tumbuh-pesat-saat-pandemi>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompot elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rahmawati, Y. D., Yuliana, R., Tinggi, S., Bank, I. E., & Jateng, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168. <https://www.liputan6.com>
- Sari, M. A. L. R. V. R. (2020). ANALISA PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET

- (STUDI KASUS PRODUK GOPAY DAN LINK AJA PADA MASYARAKAT PENGGUNA DI WILAYAH JABODETABEK. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 109–118. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2491>
- Shaliza, A., Masrina, M. S. N., Halim, K. S., Rabiatal, A. M., & Shahzrul, A. R. E. (2019). The E-wallet Usage as an Acceptance Indicator on Financial Technology in Malaysia. *Seccion General*, 4(21), 45–52.
- Sofyan, M. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1–21.
- Syafiq, R. A. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, TRANSPARANSI, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI APLIKASI BANK ALADIN SYARIAH. 01, 1–23.
- Tjiptono, Fandy; Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi. <https://onsearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000043287>
- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan E-Wallet Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v21i3.730>
- Utami, R. A., & Irwansyah, I. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana Di Kota Samarinda. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(2), 60. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i2.14994>
- Van Tuan, P., & Dung, D. Van. (2021). Effect of Perceived Risk, Perceived Value to Intention to Use Momo E-Wallet. *Gyanshauryam, International Scientific Refereed Research Journal*, 4(1), 50–60. <https://doi.org/10.32628/GISRRJ21327>
- Yosidora, A. (2022). *Profil DANA, Dompot Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas*. <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/623835fd7de77/profil-dana-dompot-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>