

LAPORAN

PENELITIAN STIMULIS UNIVERSITAS



PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEGUNAAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* BAGI MAHASISWA AKUNTANSI

Tim Peneliti

Nama Ketua : Dewi Zulaikah (19.1.02.01.0116)

Nama Anggota :

1. Hestin Sri Widiawati, M.Si (0708037605)

2. Linawati, M.Si (0708048501)

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2023

Halaman Pengesahan

Judul Penelitian :Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Bagi Mahasiswa Akuntansi

Ketua Peneliti :

- a. Nama lengkap : Dewi Zulaikah
- b. NPM : 19.1.02.01.0116
- c. Program Studi : Akuntansi
- d. No. HP : 081332976495
- e. Alamat Surel : zulaikahdewi7@gmail.com

Anggota Peneliti 1 :

- a. Nama lengkap : Hestin Sri Widiawati, M.Si.
- b. NIDN : 0708037605
- c. Program studi : Akuntansi

Anggota Peneliti 2 :


- a. Nama lengkap : Linawati, M.Si.
- b. NIDN : 0708048501
- c. Program studi : Akuntansi

Lama Penelitian : 5 bulan

Mengetahui,
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Subagyo, M.M)
NIDN-0717066601

Kediri, 31 Juli 2023
Ketua Peneliti


(Dewi Zulaikah)
NPM. 19.1.02.01.0116

Menyetujui,
Ketua LPPM

(Dr. R. Fomati, M.M.)
NIDN 0603016701


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
RINGKASAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Luaran Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Berfikir.....	17
D. Kerangka Konseptual.....	20
E. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Variabel Penelitian.....	21
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	23
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Instrumen Penelitian.....	25
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	32
B. Deskripsi Data Variabel	32
C. Analisis Data	42
D. Pengujian Hipotesis.....	44
E. Pembahasan.....	47
BAB 5 PENUTUP.....	50
A. Simpulan.....	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert.....	25
Tabel 2 Hasil Uji Validitas	26
Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan	33
Tabel 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kegunaan	35
Tabel 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Risiko.....	37
Tabel 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Penggunaan.....	39
Tabel 8 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 9 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	45
Tabel 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	46
Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 2.2 Hasil Uji Heteroskedastis	43

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan risiko terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Untuk penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi yang digunakan penelitian ini kepada mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri pada Angkatan 2019 dan 2020. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 121 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probabilitas yang berupa teknik purposive sampling. Data penelitian ini menggunakan teknik analisis SPSS (*Software Statistical Package for Science*) versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat menggunakan *e-commerce*.

Kata kunci : Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, minat penggunaan, sistem informasi akuntansi, *e-commerce*.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi memberikan peran penting dalam perolehan berbagai bentuk informasi dan komunikasi,serta dalam pelaksanaan tugas-tugas yang berkaitan dengan pendidikan, perawatan kesehatan dan ekonomi khususnya. Terbukti adanya pergeseran budaya dalam kehidupan dan gaya hidup manusia yang semakin modern di era globalisasi saat ini, yang berdampak begitu signifikan. Manusia sangat terpengaruh oleh perubahan ini, yang membuatnya lebih mudah untuk mengakses internet. Dalam hal ini memberikan efek yang positif dan negatif bagi masyarakat serta keberadaan internet ini memberikan fasilitas untuk kehidupan manusia dan juga internet ini mudah dilakukan/diakses dimanapun keberadannya (Sarastila & Kustanti, 2021).

Kemajuan teknologi di bidang ekonomi kini sering dibicarakan oleh masyarakat, seperti aplikasi yang memudahkan transaksi barang dan jasa secara online, atau *e-commerce*. Dengan perkembangan teknologi sekarang ini akan berdampak pada manusia ditambah adanya pandemi Covid -19 lebih memilih belanja online dari pada belanja offline mengarah ke toko dikarenakan wabah pandemi tersebut. Selama pandemi covid-19 tingkat penggunaan kegiatan transaksi barang dan jasa di internet ini semakin meningkat.

Sistem informasi akuntansi juga bisa dikenal sebagai siklus transaksi yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam berbagai macam jenis perusahaan yang ada disetiap belahan dunia. Yang dimaksud dengan “siklus pendapatan” adalah siklus kegiatan transaksi perusahaan yang meliputi siklus pendapatan, siklus pengeluaran, dan siklus lainnya di dalam perusahaan. Siklus pendapatan terkait erat dengan pemrosesan pembayaran dan distribusi serta penagihan. Generasi pendapatan online melalui perdagangan elektronik (*e-commerce*) merupakan salah satu aspek dari siklus transaksi ini.

Electronic commerce (Elektoronik Commerce), adalah “jenis transaksi bisnis yang dilakukan secara online dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi” (Ashari, 2018). *E-commerce* “juga dapat mengatasi kelangkaan sumber daya karena tidak membatasi dimana produk dapat dijual (Dianari, 2020)”. Untuk mendukung kemajuan ekonomi di Indonesia, masyarakat telah mengikuti *e-commerce* sejak lama. Salah satu keuntungan yang di dapatkan pelaku *e-commerce* adalah kecepatan produsen memperoleh informasi mengenai persaingan harga di pasar global. Kemampuan membayar dengan metode pembayaran non tunai atau cashless menjadi salah satu keunggulan *e-commerce*. *E-Commerce* memungkinkan pembeli dan penjual untuk melakukan bisnis di kota yang berbeda tanpa harus bertemu langsung. Ada beberapa alasan mengapa orang lebih memilih untuk membeli dan menjual barang secara online melalui *e-commerce*, antara lain kemudahan tidak harus pergi ke toko atau pusat perbelanjaan, harga yang lebih murah dan sistem pembayaran yang cepat dan mudah. Namun, ada kelebihan dan kekurangan *e-commerce* dalam hal ini faktanya, penduduk Indonesia masih lebih memilih berbisnis secara tatap muka di tempat ritel atau pusat perbelanjaan.

Akses *e-commerce* sekarang dapat dilakukan melalui aplikasi pada handphone yang tidak susah untuk melakukan pengoperasiannya. Dapat mengunduh aplikasi lewat handphone yang sudah terkoneksi dengan internet. Dalam hal ini, pengguna dapat menggunakan *e-commerce* dengan cepat, praktis, dan mudah hanya dengan koneksi sinyal provider yang handal. Hal tersebut menjadikan penelitian menarik untuk saat ini dengan ketertarikan pada perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi pada *e-commerce*. Yang mana peneliti dapat melihat dari yang sudah ada dan customer saat ini melakukan berbelanja menggunakan *e-commerce* yang semakin meningkat jumlahnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya tingkat pengguna *e-commerce* yang semakin meningkat.

Kemampuan melakukan transaksi bisnis secara online sangat diminati oleh kalangan pelajar di Indonesia, dimana media jual beli online banyak

digunakan. Bahkan mahasiswa memiliki bisnis sendiri, menggunakan toko online untuk menambah penghasilan mereka untuk biaya kuliah dan mengisi waktu luang mereka serta ada juga mahasiswa hanya berbelanja online saja. Salah satu keuntungan belanja online adalah dapat memberikan keuntungan bagi pelanggan, biasanya ada penawaran promosi berlimpah di platform e-niaga seperti *voucher*, pengiriman gratis, dan diskon sehingga minat permintaan tinggi di kalangan konsumen dan harganya lebih murah dari harga eceran. Dalam hal ini mendorong banyaknya konsumen untuk berbelanja online.

Aplikasi shopee merupakan platform belanja online yang memudahkan pengguna untuk berbelanja dan berjualan. Ada beberapa fitur jualan online di aplikasi Shopee. Terdapat fitur *Voucher* toko, promo, diskon, *Cashback* dan juga hari-hari besar. Di aplikasi shopee juga terdapat bagian fitur penjualan yang memudahkan penjual untuk melakukan proses pemesanan sampai transaksi selesai. Pada layanan aplikasi shopee terdapat fitur pengiriman yang berintegrasi dan juga penjual dan pembeli dapat melakukan kegiatan interaktifnya melalui fitur live chat. Penggunaan internet di Indonesia tumbuh dari waktu ke waktu selama pandemi Covid-19. Dalam hal ini, pelaku perdagangan atau *e-commerce* memiliki banyak potensi. Di masa pandemi ini, banyak bisnis kecil dan besar yang mulai mengandalkan *e-commerce* agar operasionalnya tetap berjalan lancar dan terhindar dari kebangkrutan. Memanfaatkan kemajuan teknologi Indonesia saat ini, khususnya shopee yang akan menguntungkan para pelaku *e-commerce* Indonesia.

Karena tingkat persaingan yang semakin tinggi di pasar global yang dibawa oleh globalisasi, banyak bisnis sekarang bergantung pada sistem informasi untuk tetap kompetitif. Sistem informasi pada shopee ini berpotensi meningkatkan produktivitas pengguna. Sistem informasi akuntansi merupakan salah satu yang dapat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi (Davis, 2018).

Pengguna yang memiliki akses ke beberapa sistem informasi di *e-commerce* bisa mendapatkan keuntungan dari sistem informasi akuntansi

ini, yang transparan dan memungkinkan pengguna untuk melihat dan memesan barang yang tersedia di *e-commerce* (Davis, 2018).

Perilaku manusia tidak selalu diterima dalam sistem informasi akuntansi oleh sistem akuntansi berbasis *e-commerce* ini. Dalam penelitian ini perlu ditentukan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* aplikasi shopee terhadap perilaku mereka (Farizi, 2014).

Penelitian terdahulu dari Shomad, (2016) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-commerce*. Hasil penelitian dari Ramayah, (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja online. Akan tetapi pada persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pembatasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Faktor - faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* pada persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi risiko.
2. Mahasiswa Akuntansi angkatan 2019 dan 2020 yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
2. Apakah kegunaan berpengaruh positif dan signifikan minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
3. Apakah risiko berpengaruh positif dan signifikan minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
4. Apakah kemudahan, kegunaan dan risiko berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh risiko terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kemudahan, kegunaan dan risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1. Bagi Keilmuannya

Sebagai bahan masukan kepada mahasiswa dan juga untuk menambah insight baru penelitian selanjutnya, khususnya mengenai topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian yang serupa di sistem informasi akuntansi serta pengembangan ilmu terhadap sistem informasi akuntansi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan masukan kepada mahasiswa dan juga untuk menambah insight baru penelitian selanjutnya, khususnya mengenai topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian yang serupa di sistem informasi akuntansi serta pengembangan ilmu terhadap sistem informasi akuntansi.

3. Bagi peneliti

Untuk peneliti, menjadikan sebuah sarana guna dapat melatih berpikir ilmiah yang berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya yang berkaitan dengan *e-commerce*.

b. Secara Praktis

1. Bagi Institusi

Dalam hal ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menggunakan *e-commerce* agar dapat mengefisiensi waktu yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Dapat dijadikan bahan referensi dan memberikan kontribusi bagi mahasiswa sebagai bahan kajian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan evaluasi kinerja pada perusahaan dan diharapkan dapat menjadi referensi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang sedang berjalan dalam rangka mempertahankan, penyempurnaan serta dapat mengembangkan praktik yang di anggap telah memadai.

F. Luaran Penelitian

1. Luaran penelitian yang diperoleh merupakan karya ilmiah yang sudah dipublikasikan pada *Proceeding Kilisuci International Conference on Economic and Business* tahun 2022.
2. Laporan Penelitian yang berjudul *Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A. (2019). Pengaruh Pengguna E-Commerce terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi faktor Analisis. Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 11(1), 7–16. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v11i1.2306>
- Aditya. (2022). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KENYAMANAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-COMMERCE. *Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1317–1330.
- Adityo, B. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Journal of Business Science and Applied Management*, 6(1).
- Budiastuti, A.D., & Mu'id, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan Rechnology Acceptance Model(TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4). <https://doi.org/10.26594/teknologi.v11i2.2408>
- Davis F.D. (2018). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. 13(3), 319–340. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Davis, F. . (2021). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. In *MIS Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).
- Dhany. (2018). Faktor-faktor yang berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Brawijayaawijaya*, 1(14), 1–20.
- Farizi, H. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1–18.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang* (Vol. 13, Issue 3).
- Hair, Jr., J.F., Hult, G.T., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRUSAHA MENGGUNAKAN E-COMMERCE SHOPEE.
- Haryosongko. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website Lazada.co.id. 1(6), 1–6.

- Jackson, S. dan R. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN,KEPERCAYAAN,KEAMANAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-COMMERCE. (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta), 1(6), 79–93.
- Juliandi, A. e. al. (2018). Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS.
- Mhina & Alkawaz. (2019). PENGARUH LIFESTYLE,COMPUTER SELF EFFICACY,PERSEPSI MANFAT,DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SIA BERBASIS E-COMMERCE. *International Journal of Public Administration*, 6(3), 558–571. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5258>
- Mulyadi. (2019). ANALISIS FAKTOR KEPENTINGAN PENGGUNAAN E-COMMERCE BERBASIS SIA PADA PT APLIKASI SHOPEE MENGGUNAKAN TAM. In *Akuntansi Biaya* (Issue 1).
- Novita, D. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 3(1), 1–14.
- Pratama. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat,Persepsi Kemudahan Penggunaan,dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 927–953.
- Ramayah. (2018). “Impact of perceived usefulness,perceived ease of use and perceived enjoyment on intention to shop online.”
- Rendragaha. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Commerce dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). In *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*.
- Santoso. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model(Tam). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(11), 49–54. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v1i1.150>
- Sarastila & Kustanti. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan,Persepsi Kemudahan,Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2), 13–26.
- Shomad, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap perilaku penggunaan e-commerce. *JIMFEB*, 1(2).
- Sugiyono. (2017a). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE. In Metode Penelitian Bisnis.

- Sugiyono. (2017b). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta,cv.
- Sujarweni, V. W. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.Yogyakarta:Pustaka Baru.
- Suryani, T. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat,Persepsi Kemudahan Penggunaan,Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. In Perilaku Konsumen Di Era Internet.Yogyakarta:Graha ilmu (Vol. 6).
- Venkatesh,V.,Thong,J.Y.L.,&Xu, X. (2016). PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DI E-COMMERCE. Journal of the Association of Information Systems, 10(3), 328–376. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29>
- Wahyuni & Brady. (2019). Penggunaan Technology Accepted Model (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Jurnal Mitra Manajemen, 3(5), 1–14.
- Yogananda, A. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat,Persepsi Kemudahan Penggunaan,Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. Diponegoro Journal Of Management, 6, 2337–3792.