

Ketertarikan Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Dilihat dari Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan

Hengki Mangiring Parulian Simarmata

Universitas Murni Teguh PSDKU Pematangsiantar

Henry Dunan Pardede

Universitas Murni Teguh PSDKU Pematangsiantar

Poltak Pardamean Simarmata

Universitas Murni Teguh PSDKU Pematangsiantar

Doris Yolanda Saragih

Politeknik Bisnis Indonesia

Alamat: Jl. Sriwijaya No. 9C-E Pematangsiantar

Korespondensi penulis: hengkisimarmata.mm@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the magnitude of the influence of perceived usefulness and perceived ease of use of Go-Pay among Indonesian Business Polytechnic students. The research was carried out quantitatively by collecting primary and secondary data from distributing questionnaires and observations. The population is all students of the Indonesian Business Polytechnic who use Go-Pay and the sample used was 100 students. Data was collected and tested for validity, reliability, normality and other tests, hypothesis testing was carried out using the t test and F test. The research results showed that both simultaneously and partially the perception of usefulness and the perception of convenience had a significant positive influence on the use of the Go-swallow e-wallet. Pay. The magnitude of the influence of the two variables on interest in using Go-Pay is 60.8%. This study can be developed by expanding the research object and researching the use of other developing financial technologies.*

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan Go-Pay di kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia. Penelitian yang dilakukan secara kuantitatif dengan mengumpulkan data primer dan sekunder dari penyebaran kuesioner dan observasi. Populasi merupakan seluruh mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia yang menggunakan Go-Pay dan sampel digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan dan diuji validitas, reliabilitas, normalitas dan uji lainnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan e-wallet Go-Pay. Besarnya pengaruh kedua variabel terhadap ketertarikan penggunaan Go-Pay sebesar 60.8%. Studi ini dapat dikembangkan dengan memperluas objek penelitian maupun penelitian penggunaan financial teknologi lainnya yang sedang berkembang.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan.

LATAR BELAKANG

Perkembangan financial teknologi sangat berdampak terhadap kemudahan transaksi masyarakat. Berbagai pengembang aplikasi financial teknologi berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan memberikan kemudahan baik dari fungsi dan kemudahan penggunaan. Perubahan kebutuhan masyarakat dalam transaksi memerlukan

kecepatan, ketepatan, serta keamanan untuk setiap kegiatan transaksi (Ramadhan & Tamba, 2022). Perkembangan teknologi juga menyebabkan meningkatnya tuntutan akan kecepatan dalam pekerjaan (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Perkembangan financial teknologi memiliki dampak bagi mahasiswa terutama dalam transaksi keuangan. Kegiatan pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara tunai berkembang dengan pembayaran non tunai yang dikenal dengan uang elektronik atau e-money (Siagian et al., 2022). Penggunaan e-money memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi mahasiswa dalam melakukan transaksi (Priambodo & Prabawani, 2016), baik transaksi online maupun offline (Aritonang & Arisman, 2017), dan mempengaruhi efisiensi waktu (Ramadhan & Tamba, 2022). Manfaat dari e-money dapat digunakan untuk berbagai transaksi, tidak perlu membawa banyak uang fisik, melakukan transaksi lebih cepat namun memiliki risiko akan keamanan (Abdillah, 2020).

Salah satu aplikasi menarik yang merupakan karya anak bangsa adalah Go-pay yang di kelola oleh PT Aplikasi Karya Anak bangsa Go-Jek. Dimana Perusahaan ini pada tahun 2016 telah memperkenalkan payment digital yang bernama Go-pay. Hasil survey lembaga riset Telematika Sharing Vision yang dituliskan oleh Ramadhan dan Tamba (2022) bahwa Go-Pay memimpin pasar e-money paling banyak di masyarakat Indonesia 81% dibandingkan pesaing seperti OVO 715, Shopepay 44%, Dana 41%, e-money Mandiri 21%, Flass 18%, Link Aja 16%, dan Brizzi 5%, Isaku 2%, Paytren 1%, dan lainnya 2%.

Tingginya persaingan diatas perlu dipahami oleh manajemen untuk menentukan strategi yang tepat dalam bersaing. Ketertarikan penggunaan aplikasi dari beberapa penelitian terdahulu dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti variabel persepsi akan minat, persepsi risiko penggunaan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan (Aritonang & Arisman, 2017; Priambodo & Prabawani, 2016; Ramadhan & Tamba, 2022; Romadloniyah & Prayitno, 2018; Syaninditha & Setiawan, 2017). Penelitian ini berfokus kepada mahasiswa mengingat mahasiswa pada umumnya belum memiliki penghasilan namun memiliki kebutuhan rutin sehingga perlu memahami dan memilih penggunaan aplikasi sesuai dengan kebutuhannya dalam bertransaksi. Penelitian terdahulu lebih dominan menggunakan masyarakat umum sebagai objek penelitian dan masih minim meneliti kelompok tertentu.

Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan Go-Pay di kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia. Tujuan penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah untuk mengetahui

besarnya pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan Go-Pay di kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia baik secara parsial maupun secara simultan.

KAJIAN TEORITIS

Minat

Minat merupakan sumber motivasi dari seseorang untuk melakukan apa yang mereka suka dan inginkan untuk dipilih. Minat dijelaskan juga sebagai pengaruh eksternal, kesadaran terhadap kebutuhan, pengenalan produk, dan kegiatan evaluasi alternatif yang dapat menimbulkan minat beli seseorang (Wirapraja et al., 2021). Minat menjadi dasar seseorang untuk memprediksi perilaku atau sebuah tindakan (Priambodo & Prabawani, 2016). Minat dipahami sebagai sebuah perasaan, adanya harapan, pendirian, prasangka atau sikap yang cenderung mengarahkan kepada suatu pilihan.

Minat dipengaruhi dari faktor dalam diri seseorang, adanya faktor motif sosial, faktor emosi. Selain itu faktor yang dianggap mempengaruhi minat adalah adanya motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan untuk melakukan tindakan pembelian (Simarmata et al., 2021).

Dimensi yang digunakan untuk mengukur minat dalam penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) adalah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut pada masa yang akan datang. Peneliti yang dilakukan Wibowo dimana dimensinya yaitu ketertarikan menggunakan layanan, penggunaan dimasa yang akan datang, kegiatan bertransaksi, dukungan kepada keluarga dan teman. Dimensi minat yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah niat menggunakan aplikasi Go-Pay, berusaha menggunakan aplikasi Go-Pay, penggunaan aplikasi Go-Pay sesering mungkin, dan keinginan mengajar orang menggunakan aplikasi Go-Pay.

Persepsi Kegunaan

Persepsi diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengenali fakta atau objek. Kemampuan individu dalam melihat sesuatu karena adanya motif, kesediaan dan harapan, intensitas rangsangan, pengulasan rangsangan (Ramadhan & Tamba, 2022). Seseorang berpikir dengan menggunakan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerjanya (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Hal ini juga dapat dipengaruhi karena adanya stimulus yang kuat, fisiologi, dan lingkungan situasi yang mampu melatarbelakangi sebuah stimulus dari persepsi. Kemudahan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh faktor teknologi itu sendiri, reputasi teknologi, dan kemudahan penggunaan teknologi (Aritonang & Arisman, 2017).

Persepsi kegunaan dinyatakan sebagai kemampuan dalam penggunaan sebuah sistem tertentu, adanya peningkatan kinerja, keuntungan bagi pengguna, peningkatan efisiensi kinerja. Persepsi kegunaan atau manfaat juga diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini penggunaan

Dimensi yang digunakan untuk mengukur kegunaan dalam penelitian Romadloniyah dan Prayitno yaitu produktivitas, efektivitas, penting bagi tugas, kebermanfaatan secara keseluruhan (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Peneliti Susanti menggunakan dimensi manfaat menggunakan mobile banking, transaksi 24 jam, penyelesaian transaksi, menghemat waktu melalui transaksi (Susanti et al., 2015). Dimensi yang digunakan untuk mengukur persepsi kegunaan dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi waktu, tawaran promo dan diskon

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dijelaskan sebagai kepercayaan seseorang dalam pemanfaatan teknologi yang memberikan kelancaran dan bebas dari upaya (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Hal yang sama juga dijelaskan oleh Syaninditha dan Setiawan (2017) bahwa persepsi kemudahan dijelaskan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini penggunaan teknologi informasi mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam penggunaannya.

Persepsi kemudahan dibangun dari beberapa unsur seperti adanya sistem mudah dimengerti, penggunaan yang praktis, sistem yang mudah dijangkau. Kemudahan diartikan sebagai ease to learn, easy to use, clear and understandable, become skill full (Rozi & Ziyad, 2019; Susanti et al., 2015).

Dalam penelitian Syaninditha dan Setiawan (2017) dimensi yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan adalah mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, jelas dan mudah dimengerti, menjadi terampil (Syaninditha & Setiawan, 2017). Peneliti Pranoto dan Setianegara dimensi yang digunakan dalam penelitian adalah mempelajari menu, kemudahan digunakan, mudah dipahami. Penggunaan fleksibel (Pranoto & Setianegara, 2020). Dimensi yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan dalam penelitian ini antara lain adalah

kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk transaksi kapan dan dimanapun, kemudahan kegiatan top up.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang digunakan berupa data primer dari hasil observasi dan penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian dengan pertanyaan dengan menggunakan skala linkert. Populasi dari penelitian adalah seluruh mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia di Pematangsiantar tahun 2024 mahasiswa yang memiliki dan menggunakan Go-Pay sebagai salah satu alternatif transaksi keuangannya. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan metode non probability. Data yang diperoleh dikumpulkan kemudian dilakukan uji data. Kegiatan uji data dimulai dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t, uji F dan Uji koefisien Determinasi. Teknik analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian dimana responden wanita sebanyak 65% dan responden pria sebanyak 35%. Uji validitas untuk pertanyaan persepsi kegunaan dimana nilai r tabel product moment 0.195 lebih kecil dibandingkan dengan nilai r hitung untuk setiap pertanyaan kecepatan transaksi, meningkatkan efektifitas kinerja, dan peningkatan produktivitas. Artinya variabel yang digunakan untuk mengukur persepsi kegunaan dianggap valid. Uji validitas untuk mengukur variabel persepsi kegunaan dimana nilai r tabel product moment 0,195 lebih kecil dibandingkan nilai r hitung untuk setiap pertanyaan kemudahan mempelajari aplikasi, kemudahan bertransaksi, kemudahan isi ulang kapan dan dimanapun. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dianggap valid. Uji validitas untuk mengukur minat dimana nilai r hitung lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel 0.195 artinya semua item pertanyaan niat menggunakan aplikasi, berusaha menggunakan aplikasi, penggunaan aplikasi sesering mungkin, dan keinginan mengajar orang menggunakan aplikasi Go-Pay dianggap Valid.

Uji Reliabilitas

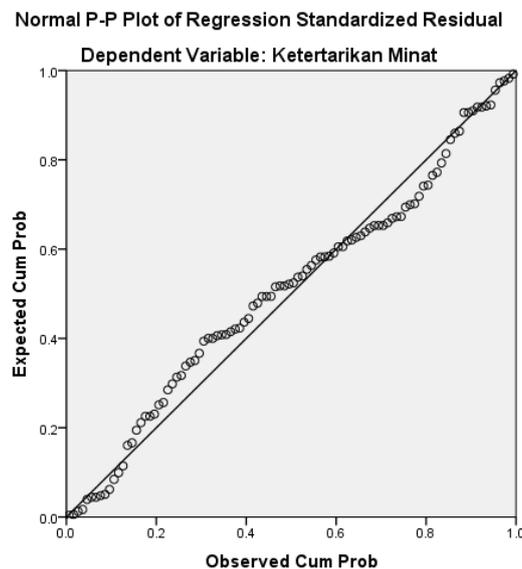
Tabel 1 Uji Reliabilitas

| | Reliability Statistics |
|--------------------|------------------------|
| | Cronbach's Alpha |
| Persepsi Kemudahan | 0.746 |
| Persepsi Kegunaan | 0.741 |
| Ketertarikan Minat | 0.751 |

Sumber : Olahan data (2024)

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas setiap variabel memiliki nilai diatas dari 0.6. Nilai Croncach's Alpha lebih besar dibandingkan dengan nilai 0.6 artinya ketiga variabel dalam penelitian dapat digunakan.

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas P-P Plot

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal dengan memperhatikan penyebaran data mengikuti garis diagonal

Uji pengaruh parsial

Tabel 2 uji t

| Model | Coefficients ^a | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 3.456 | 1.447 | | 2.389 | 0.019 |
| Persepsi Kegunaan | 0.319 | 0.026 | 0.804 | 12.207 | 0.000 |
| 1 Persepsi Kemudahan | 0.465 | 0.126 | 0.848 | 3.674 | 0.000 |

a. Dependent Variable: Ketertarikan Minat

Dari hasil uji parsial dalam tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai t hitung Persepsi kegunaan sebesar 12.207 dengan taraf signifikansi 0.000 lebih kecil dari prasyarat signifikansi 0.05 sehingga persepsi kegunaan dianggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap ketertarikan minat Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia (H1 diterima). Hal yang sama juga ditunjukkan oleh variabel persepsi kemudahan dimana nilai t hitung sebesar 3.674 dengan signifikansi 0.000 lebih kecil dibandingkan dengan prasyarat signifikansi 0.05 sehingga variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap ketertarikan minat Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia (H2 diterima).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana persepsi manfaat dan kemudahan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan uang elektronik yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani yang melakukan studi kasus di Semarang (Priambodo & Prabawani, 2016). Hal yang sama juga ditemukan oleh Ramadhan dan Tambadengan melakukan penelitian dengan variabel yang sama dengan objek penelitian pengguna Go-Pay di wilayah jakarta bahwa baik secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay (Ramadhan & Tamba, 2022). Penelitian yang dilakukan Romadloniyah dan Prayitno menunjukkan secara parsial variabel persepsi kegunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money pada bank BRI Lamongan (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

Uji Simultan

Tabel 3 Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| | Regression | 389.413 | 2 | 194.707 | 75.073 | .000 ^b |
| | Residual | 251.577 | 97 | 2.594 | | |
| 1 | Total | 640.990 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Ketertarikan Minat

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan

Dari hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel 3, dimana nilai F hitung dengan signifikansi 0.000 lebih kecil dibandingkan dengan prasyarat signifikansi 0.05. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini diterima. Variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan secara simultan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap ketertarikan minat Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia.

Penelitian ini didukung dengan penelitian Ramadhan dan Tamba dimana secara simultan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh minat penggunaan Go-Pay di wilayah Jakarta (Ramadhan & Tamba, 2022). Hal yang sama juga dilakukan peneliti Aritonang dan Arisman dengan menggunakan objek penelitian masyarakat pengguna Go-Pay hasilnya menjelaskan bahwa secara simultan terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat dalam menggunakan Go-pay di Palembang (Aritonang & Arisman, 2017).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Analisis Regresi Linear Berganda

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .779 ^a | 0.608 | 0.599 | 1.610 |

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan

b. Dependent Variable: Ketertarikan Minat

Dari tabel 4 dapat dilihat nilai R sebesar 0.779 sedangkan untuk nilai R Square sebesar 0.608. Hal ini menjelaskan bahwa besarnya pengaruh Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap ketertarikan minat Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia sebesar 60.8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 39.2 yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) bahwa layanan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap layanan uang elektronik dimana indikator promo menarik, pengisian ulang uang elektronik menjadi perhatian penting yang harus diperhatikan guna meningkatkan minat penggunaan uang elektronik (Priambodo & Prabawani, 2016).

Besarnya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi Kegunaan dalam meningkatkan ketertarikan minat mahasiswa dalam memilih Go-Pay sebagai salah satu alat transaksi e-money menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan layanan dan kualitas produk sehingga memiliki daya saing yang unggul dibandingkan dengan aplikasi e-money lainnya

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap ketertarikan minat Penggunaan Go-Pay di Kalangan Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia sebesar 60.8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 39.2 yang tidak diteliti

dalam penelitian ini. Beberapa element penting yang harus diperhatikan dalam penelitian ini adalah kemampuan layanan perusahaan dalam mempromosikan Go-Pay, Kemudahan transaksi dan harapan adanya jaminan keamanan dalam penggunaan aplikasi Go-Pay. PT Gojek perlu meningkatkan aplikasi Go-Pay baik dari segi kemudahan dan manfaat. Untuk penelitian berikutnya dalam menambahkan variabel penelitian atau memperluas objek penelitian seperti penggunaan aplikasi financial teknologi yang lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, L. (2020). Teknologi Keuangan (Financial Technology (FinTech)). *Tren Teknologi Masa Depan, Medan: Yayasan Kita Menulis*.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang, X*, 1–17.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis, 8*(1), 1–9.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). 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.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 3*(2), 134–139.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi, 3*(2), 699–â.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirusahaan, 3*(2), 92–102.
- Siagian, E. M., Purba, B., Muhammadin, A., Simarmata, H. M. P., Sudjiman, P. E., Hardin, H., Wardhana, M. A., Siagian, V., Krisnawati, A., & Sudarmanto, E. (2022). *Manajemen Perbankan*. Yayasan Kita Menulis.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Sari, I. K. H., Sudarso, A., Simatupang, S., Faisal, M., Muliatie, D. D. T., Sisca, Anggusti, M., & Endah, Y. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Susanti, A., Khoiruddin, Y., & Solissa, N. (2015). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking. *IAIN Surakarta, 13*(3), 1576–1580.
- Syaninditha, S. A. P., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, faktor sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan e-

filing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(1), 86–115.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.

Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Permadi, L. A., Purba, B., Tjiptadi, D. D., Lie, D., Fajrillah, D., & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.