

## Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan SPayLater

Abdul Holik\*, Asep Maulana

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

\*Correspondence e-mail: 1810631020054@student.unsika.ac.id, asmanovianto721@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis serta menguji Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan SPayLater. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif dengan mengumpulkan penyajian melalui proses analisis dan pengujian hipotesis serta membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, jumlah sampel didapatkan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10% dan diperoleh 270 sampel dari 87.277 populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko yaitu sebesar 0,484 dengan tingkat korelasi cukup kuat. Pengaruh parsial Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan sebesar 52,9% yang berarti bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan SPayLater. Pengaruh parsial Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan sebesar 29,7% yang berarti bahwa Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan SPayLater. Pengaruh simultan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan SPayLater yaitu sebesar 52% yang artinya bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko memiliki kontribusi terhadap Minat Menggunakan SPayLater sebesar 52%, dan sisanya yaitu sebesar 42% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Minat Menggunakan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko

### ABSTRACT

*The study aims to find out, explain, and analyze and test the Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Interest in using the SPayLater. This research was conducted using quantitative methods with descriptive and verification approaches, by collecting presentations, through the analysis process and hypothesis testing as well as making conclusions and suggestions from the research results. The sample used is simple random sampling method, the number of samples is obtained by using the formula of Isaac and Michael with an error rate of 10%, obtained 270 samples from 87.277 populations. The results of this study showed that there is correlation between Perceived Ease of Use and Perceived Risk which was 0,484 with a quite strong correlation value. The partial effect of Perceived Ease of Use on Interest in Using is equal 52,9% which means that Perceived Ease of Use has a positive effect on Interest in Using SPayLater. The partial effect of Perceived Risk on Interest in Using is equal 29,7% which means that Perceived Risk has a positive effect on Interest in Using SPayLater. The simultaneous of Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Interest In Using of 52% this show that Perceived Ease of Use and Perceived Risk have a contribution to Interest in Using of 52% and the remaining 42% is a contribution from other variables not examined.*

**Keywords:** Interest in Using, Perceived Ease of Use, Perceived Risk

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terus berkembang dengan pesat dalam segala aspek kehidupan manusia, salah satunya dalam bidang ekonomi. Munculnya inovasi jual-beli secara *online* dengan adanya *e-commerce* membuat masyarakat dapat dengan mudah melakukan banyak transaksi dengan *e-commerce*. Saat ini banyak sekali *e-commerce* yang ada di Indonesia dan menimbulkan persaingan bisnis satu sama lain seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan lainnya. Salah satu *e-commerce* yang populer di Indonesia yaitu Shopee. Shopee merupakan situs/aplikasi jual beli yang menawarkan berbagai macam metode pembayaran dalam transaksinya, salah satunya SPayLater. SPayLater merupakan metode pembayaran yang memudahkan pengguna karena pengguna dapat melakukan pembelian terlebih dahulu sedangkan untuk membayarnya dapat dilakukan nanti dalam bentuk cicilan sesuai tanggal pembayaran yang ditentukan. Berdasarkan Mahdi (2022) dalam dataindonesia.id,

SPayLater menjadi layanan *paylater* yang paling banyak digunakan dengan persentase 78,4% diikuti oleh Gopaylater 33,8%, kredivo 23,2% dan aplikasi *paylater* lainnya. Persentase tersebut menunjukkan bahwa adanya minat menggunakan pada masyarakat untuk menggunakan SPayLater. Minat menggunakan menurut Fred D. Davis (1989) dalam Ika Kusuma et al., (2020) merupakan suatu kecenderungan seseorang sejauh mana keinginan atau dorongan untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Ferdinand dalam Matika (2021) minat menggunakan mempunyai 4 dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

SPayLater memberikan penawaran berupa kemudahan kepada penggunaannya mulai saat melakukan pendaftaran hingga melakukan transaksi (Irwindya, 2022). *Technology of Acceptance Model (TAM)* yang diperkenalkan oleh Fred Davis (1989) mengungkapkan bahwa terdapat factor yang mempengaruhi minat yang salah satunya adalah persepsi kemudahan (Priambodo & Prabawani, 2016). Persepsi kemudahan menurut Davis, et al (1989) dalam Yogananda & Dirgantara (2017) merupakan sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu merasa mudah dan terhindar dari upaya lebih. Menurut Davis (1989) dalam Rodiah, S (2021) persepsi kemudahan mempunyai 6 dimensi yaitu mudah dipelajari, mudah dikontrol, fleksibel, jelas dan mudah dipahami, mudah menjadi mahir, dan mudah digunakan.

Selain persepsi kemudahan, terdapat faktor yang harus menjadi perhatian dan pertimbangan konsumen yaitu persepsi risiko. Persepsi risiko menurut Fatherman & Pavlou (2002) dalam Priambodo & Prabawani (2016) merupakan suatu ketidakpastian serta konsekuensi yang akan terjadi ketika menggunakan suatu produk/layanan. Risiko menjadi suatu pertimbangan konsumen apakah akan menggunakan suatu produk/layanan atau tidak. Semakin tinggi risiko negatif yang dipersepsikan konsumen maka akan mengurangi minat konsumen, sebaliknya jika risiko yang dipersepsikan konsumen rendah, maka konsumen cenderung akan tetap menggunakan (Prasetya & Putra, 2020). Menurut Hoyer & MacInnis (2010) dalam Haekal & Widjajanta, (2016) menjelaskan bahwa persepsi risiko memiliki 6 dimensi yaitu risiko kinerja, risiko keamanan, risiko keuangan, risiko waktu, risiko psikologikal, dan risiko social.

## METODE

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yaitu berupa bentuk dari hasil kuesioner/angket. Populasi yang ditetapkan yaitu pada pengikut Facebook ShopeePaylater Indonesia sebanyak 87.277 orang. Dalam menetapkan sampel dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael dalam Sugiyono dengan taraf kesalahan 10% dan didapatkan hasil sebesar 269,767 atau dibulatkan menjadi 270 sampel. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini digunakan menggunakan metode *simple random sampling*, *simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2019:129)

## HASIL

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)**

Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> kritis	Keterangan
PK1	0,529	0,3	Valid
PK2	0,624	0,3	Valid
PK3	0,449	0,3	Valid
PK4	0,693	0,3	Valid
PK5	0,555	0,3	Valid
PK6	0,480	0,3	Valid
PK7	0,623	0,3	Valid
PK8	0,573	0,3	Valid
PK9	0,565	0,3	Valid
PK10	0,457	0,3	Valid
PK11	0,622	0,3	Valid
PK12	0,589	0,3	Valid

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) dinyatakan valid, dikarenakan mendapatkan nilai t hitung > r kritis 0,3.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r kritis</b>	<b>Keterangan</b>
PR1	0,649	0,3	Valid
PR2	0,729	0,3	Valid
PR3	0,755	0,3	Valid
PR4	0,606	0,3	Valid
PR5	0,733	0,3	Valid
PR6	0,759	0,3	Valid
PR7	0,745	0,3	Valid
PR8	0,742	0,3	Valid
PR9	0,758	0,3	Valid
PR10	0,594	0,3	Valid
PR11	0,682	0,3	Valid
PR12	0,731	0,3	Valid
PR13	0,781	0,3	Valid

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel Persepsi Risiko (X2) dinyatakan valid, dikarenakan mendapatkan nilai dari t hitung > r kritis 0,3.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r kritis</b>	<b>Keterangan</b>
MM1	0,513	0,3	Valid
MM2	0,430	0,3	Valid
MM3	0,499	0,3	Valid
MM4	0,598	0,3	Valid
MM5	0,581	0,3	Valid
MM6	0,439	0,3	Valid
MM7	0,445	0,3	Valid
MM8	0,553	0,3	Valid
MM9	0,431	0,3	Valid
MM10	0,579	0,3	Valid
MM11	0,504	0,3	Valid
MM12	0,492	0,3	Valid

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa variabel Minat Menggunakan (Y) dinyatakan valid, dikarenakan memperoleh nilai t hitung > r kritis 0,3.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi Kemudahan (X1)	0,872	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko (X2)	0,939	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,839	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 0,872, Persepsi Risiko (X2) sebesar 0,939, dan Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,839 yang artinya nilai r hitung ketiga variabel tersebut lebih dari nilai r kritis (0,60). Maka dari itu hasil variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		270
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.85890106
	Absolute	.070
Most Extreme Differences	Positive	.069
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan

Tabel 5 diatas merupakan hasil dari uji normalitas, hasil diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung (0,139) > r kritis (0,05), artinya bahwa variabel penelitian ini mempunyai sebaran data normal karena mendapatkan nilai signifikan r hitung lebih dari 0,05.

**Tabel 6**  
**Korelasi antara Variabel Persepsi Kemudahan (X1) dengan Persepsi Risiko (X2)**  
**Correlations**

		Persepsi Kemudahan	Persepsi Risiko
Persepsi Kemudahan	Pearson Correlation	1	.484**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	270	270
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	270	270

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi variabel persepsi kemudahan dengan persepsi risiko sebesar 0,484 yang menandakan terdapat tingkat hubungan yang cukup kuat serta searah karena bernilai positif.

**Tabel 7**  
**Koefisien Jalur**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13769.659	1768.581		7.786	.000
	Persepsi Kemudahan	.497	.045	.529	10.934	.000
	Persepsi Risiko	.211	.034	.297	6.129	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Olahan

Mengacu pada Tabel 7 koefisien jalur, menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X1 dan X2 yaitu Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki nilai positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Nilai koefisien regresi pada variabel persepsi kemudahan sebesar 0,497 dan persepsi risiko sebesar 0,211, dari nilai tersebut berarti bahwa

variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko masing-masing berpengaruh terhadap minat menggunakan.

**Tabel 8**  
**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 <sup>a</sup>	.520	.517	4490.417

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

Pada Tabel 8 terdapat hasil dari koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yaitu sebesar 0,520 (52%), hasil tersebut berarti bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko memiliki kontribusi sebesar 52% terhadap minat menggunakan sedangkan sisanya yaitu sebesar 48% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

**Tabel 9**  
**Uji Korelasi antara Persepsi Kemudahan (X1) dengan Persepsi Risiko (X2)**

Struktural	Tingkat Signifikan ( $\alpha$ )	t hitung	t tabel	Kesimpulan
$r_{YX_1X_2}$	0,05	16,19	1,65	Ho ditolak

Sumber: Data Olahan

**Tabel 10**  
**Pengaruh Parsial Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y)**

Struktural	Sig.	Tingkat Signifikan ( $\alpha$ )	t hitung	t tabel	Kesimpulan
$r_{YX_1}$	0,000	0,05	10.934	1,65	Ho ditolak
$r_{YX_2}$	0,000	0,05	6.129	1,65	Ho ditolak

Sumber: Data Olahan

**Tabel 11**  
**Hasil Perhitungan Nilai F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5840847529.745	2	2920423764.872	144.835	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5383747268.996	267	20163847.449		
	Total	11224594798.741	269			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

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

Sumber: Data Olahan

Tabel 9 menjelaskan mengenai pengujian korelasi variabel X1 dan X2, dengan tingkat signifikan 5%  $df = n - 2 = 270 - 2 = 268$  maka diperoleh t tabel (1,65). Dapat diketahui t hitung (16,19) > t tabel (1,65) maka Ho ditolak, artinya terdapat korelasi antara persepsi kemudahan dengan persepsi risiko. Berdasarkan Tabel 10 terdapat hasil bahwa Persepsi Kemudahan (X1) memiliki Sig. 0,000 <  $\alpha$  0,05 serta t hitung (10.934) > t tabel (1,64) maka Ho ditolak. Lalu Persepsi Risiko memperoleh Sig. 0,000 <  $\alpha$  0,05 dan t hitung (6.129) > t tabel (1,65) maka Ho ditolak. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Risiko (X) berpengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y). Berdasarkan Tabel 11 diatas bahwa nilai Sig. 0,000 <  $\alpha$  0,05 serta f hitung (144.835) > f tabel (1,65) maka Ho ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Risiko (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menggunakan (Y).

#### Korelasi antara Persepsi Kemudahan (X1) dengan Persepsi Risiko (X2)

Korelasi antara Persepsi Kemudahan (X1) dengan Persepsi Risiko (X2) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,484 yang menunjukkan tingkat hubungan yang cukup kuat karena berada pada

rentang interpretasi 0,40-0,599. Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko berkorelasi searah karena memiliki nilai positif.

#### *Pengaruh Parsial Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y)*

Pengaruh parsial Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) memperoleh nilai 0,529 atau 52,9%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y). Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nizar & Yusuf (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja” yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan kontribusi sebesar 0,129 (12,9%).

#### *Pengaruh Parsial Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y)*

Pengaruh parsial Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y) memperoleh nilai 0,297 atau 29,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Risiko (X2) berpengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang” yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dengan kontribusi sebesar 0,237 (23,7%).

#### *Pengaruh Simultan Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y)*

Terdapat pengaruh simultan Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y), dibuktikan dengan hasil kriteria uji dari Sig.  $0,000 < \alpha 0,05$  dan  $f(144,835) > f$  tabel (1,65) yang artinya  $H_0$  ditolak. Total pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko memiliki kontribusi terhadap Minat Menggunakan yaitu sebesar 0,520 (52%), dan terdapat 48% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian yang didapatkan melalui pengolahan data yang telah diolah peneliti. Terdapat hasil bahwa ketiga variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Minat Menggunakan berdasarkan uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid  $r$  hitung  $> r$  kritis (0,3) dan reliabel  $r$  hitung  $> r$  kritis (0,60). Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa ketiga variabel berdistribusi normal  $r$  hitung (0,139)  $> r$  kritis (0,05). Terdapat korelasi antara Persepsi Kemudahan dengan Persepsi Risiko sebesar 0,484 pada tingkat hubungan yang cukup kuat. Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko masing-masing secara parsial berpengaruh terhadap Minat Menggunakan ( $r$  hitung  $> r$  tabel). Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan ( $r$  hitung  $> r$  tabel).

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBELI SECARA ONLINE PADA PENGUNJUNG WEBSITE CLASSIFIEDS DI INONESIA. In *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* / (Vol. 1, Issue 1). <http://id>.
- Ika Kusuma, N. W., Izaak, W. C., & Hardiani, L. (2020). ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E-MONEY (Vol. 8, Issue 2). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Irvindya. (2022, August). *Inilah 5 Fakta Tentang Cicilan Shopee Paylater yang perlu kamu ketahui*. Shopee.Co.Id.
- Mahdi, M. I. (2022, January). *8 Paylater dengan Pengguna Terbanyak, Siapa Pemimpin?* DataIndonesia.Id.
- Matika, A. A. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS THAITEA DAN GREANTEA, CAFE TUKTEA DAN SEVENTEA)*.

- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*.
- 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. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung : Alfabeta.
- Yogananda, A., & Dirgantara, I. M. B. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN INSTRUMEN UANG ELEKTRONIK. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*.