

MINAT PENGGUNAAN E-MONEY SYARIAH DI KALANGAN MAHASISWA

Ida Ayu Kade Rachmawati K¹, Hestin Mutmainah², Rosita³
^{1,2,3}STIE Surakarta

Heri Susanto
AA YKPN Yogyakarta

ABSTRAK

Munculnya berbagai layanan e-money membuat masyarakat mempertimbangkan berbagai hal dalam memilih suatu layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kredibilitas dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan e-money syariah di kalangan mahasiswa di Solo. Obyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Solo dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data meliputi pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji t sebagai uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di kalangan mahasiswa. Sebaliknya persepsi kemudahan dan persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas Persepsi Resiko, Minat Penggunaan

ABSTRACT

The emergence of various e-money services makes people consider various things in choosing a service. The purpose of this study was to analyze the effect of perceived benefits, perceived perceptions, perceived credibility and perceived risks to the interest in using sharia e-money among students in Solo. The objects in this study were students in Solo with a sample of 100 respondent. Data analysis techniques include testing of research instruments, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and t test as hypothesis testing. The results showed that the perceived usefulness and perceived credibility have a significant influence on the interest in using e-money among students. On the other hand, perceived ease to use and perceived of risk have no significant effect on the interest in using e-money among students.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Convenience, Perceived Credibility, Perceived Risk, Interest In Use

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi seringkali menjadi pemicu perkembangan di berbagai bidang. Hal itupun sangat dirasakan saat ini dalam era revolusi 4.0 yang ditandai adanya perkembangan pesat dalam penggunaan media internet yang juga merambah ke berbagai bidang, termasuk pada instrumen keuangan. Sistem pembayaran mengalami revolusi dari pembayaran tunai (*cash*) menjadi non-tunai (*cashless*), atau juga di sebut *e-money* (*electronic money*). *E-money* merupakan uang elektronik yang merupakan instrument baru dalam sistem pembayaran. Secara sederhana, dengan memiliki *e-money* sama dengan memiliki sejumlah uang tunai yang dikonversikan dalam bentuk elektronik.

Sejak awal dirilis tahun 2009, saat ini penggunaan *e-money* sudah didukung oleh Bank Indonesia yang dengan gencar melakukan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai). Program GNNT tersebut merupakan indikasi adanya peningkatan penggunaan uang elektronik dan mengurangi penggunaan uang tunai (Banurea, Kompasiana; 2019). Hingga saat ini sudah ada 37 *e-money* yang beredar di Indonesia termasuk yang berupa kartu dan aplikasi. Ada dua jenis *e-money* yaitu *e-money* konvensional dan syariah (Hariyanto, Ajaib.co.id; 2019).

Sebagian besar penduduk Indonesia adalah umat muslim. Keyakinan tersebut kemungkinan besar akan mempengaruhi mereka dalam memilih suatu produk, termasuk layanan penggunaan *e-money*. Walaupun belum sepesat perkembangan *e-money* konvensional maupun pemilihan perbankan syariah, perkembangan penggunaan *e-money* syariah patut diperhitungkan. Prinsip syariah *e-money* sudah ada dalam fatwa dewan syariah nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yaitu Fatwa DSN NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, dimana kriteria *e-money* sudah sesuai dengan prinsip syariah (Laucereno, detik.com; 2019).

Mahasiswa di Surakarta atau lebih sering disebut kota Solo, merupakan mahasiswa yang sangat heterogen. Mereka tidak hanya berasal dari wilayah kota solo dan sekitarnya, tetapi tidak sedikit yang berasal dari luar kota bahkan dari luar pulau Jawa. Walaupun jumlah perguruan tinggi maupun jumlah mahasiswa tidak sebanyak di Yogyakarta, namun perkembangannya patut diperhitungkan. Terutama untuk perguruan tinggi yang kental nuansa keagamaan (muslim) yang dikenal luas hingga berbagai daerah yaitu UMS dan

IAIN. Selain itu ada juga beberapa perguruan tinggi yang lain seperti UNU, UNIBA, Institut Islam Mamba'ul Ulum, Universitas Aisyiyah dan sebagainya. Keberadaan perguruan tinggi tersebut tentu bisa memberikan pengaruh bagi meningkatnya penggunaan produk syariah di kalangan mahasiswanya, termasuk penggunaan *e-money* syariah.

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan bisa mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kredibilitas dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa di Solo.

TINJAUAN PUSTAKA

Rahmatika (2019), menguraikan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* bagi mahasiswa UNY. Dalam penelitian lainnya, Utami dan Kusumawati (2017) menyatakan bahwa kemudahan dan keamanan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa STIE Ahmad Dahlan dalam menggunakan *e-money*, sebaliknya manfaat *e-money* tidak signifikan. Ramadhan (2016) menyimpulkan bahwa *persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan e-money di kalangan mahasiswa FEB UNDIP tetapi persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.*

Penelitian mengenai produk syariah dilakukan oleh Russetyawati (2018) tentang minat penggunaan kartu kredit syariah, menemukan bahwa kepercayaan, sikap, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah. Dalam penelitian lainnya, Astuty (2018) menyatakan bahwa pengetahuan produk, berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan t-cash sedangkan persepsi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan t-cash pada dosen dan karyawan FEBI UIN Raden Intan Lampung. Sindi Pamungkas (2018) juga melakukan penelitian terhadap minat penggunaan t-cash yang merupakan salah satu *e-money* syariah pada mahasiswa Fakultas Perbankan Syariah IAIN Surakarta, dengan hasil kepercayaan dan kegunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile money* T-

cash, sedangkan kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile money* T-Cash.

Rahmatsyah (dalam Ramadhan, 2016) mengemukakan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan penilaian subyektif dari calon pengguna atau konsumen yang akan menggunakan suatu aplikasi ataupun produk tertentu agar dapat mencapai efisiensi seperti kecepatan dan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut. Dimensi persepsi manfaat yaitu:

1. *Productivity* (produktivitas)
2. *Job performance atau effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas)
3. *Importance to job* (pentingnya bagi tugas)
4. *Overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

Davis et al (dalam Ramadhan, 2016)

Menurut Jogiyanto (dalam Ramadhan, 2016), persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, bila seseorang merasa bahwa suatu aplikasi ataupun produk mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sun dan Zhang, Wibowo (dalam Ramadhan, 2016), dimensi dari persepsi kemudahan meliputi :

1. *Ease to learn* (mudah untuk dipelajari)
2. *Ease to use* (mudah digunakan)
3. *Clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti)
4. *Become skillful* (menjadi terampil)

Persepsi pengguna terhadap kredibilitas didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya (Wang et.al. dalam Ramadhan, 2016). Tingkat keamanan ini diukur dengan indikator :

1. Tidak khawatir memberikan informasi
2. Kepercayaan bahwa informasi dilindungi
3. Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi

Waspada (dalam Ramadhan, 2016)

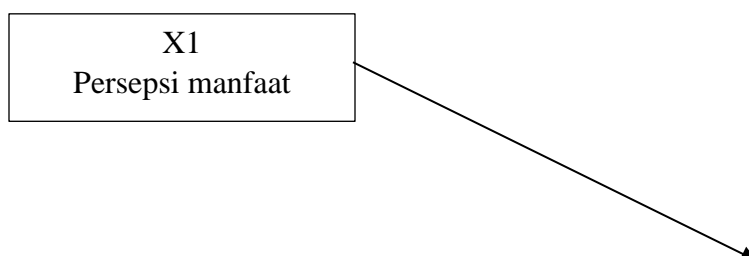
Bauer (dalam Rahmatika dan Fajar, 2019) mendefinisikan persepsi resiko sebagai ketidakpastian mengenai konsekuensi yang mungkin timbul dari penggunaan produk atau jasa. Setiap orang yang mempersepsikan adanya resiko dengan kemampuannya mentoleransi ataupun menanggung bilamana resiko tersebut dialami, bisa menjadi faktor yang mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan untuk menggunakan ataupun tidak suatu aplikasi maupun produk. Persepsi resiko berarti keyakinan subjektif seseorang tentang potensi konsekuensi negatif yang harus ditanggung dari keputusan yang diambilnya. Persepsi resiko mempunyai menjadi lima dimensi (Featherman dalam Rahmatika dan Fajar, 2019) :

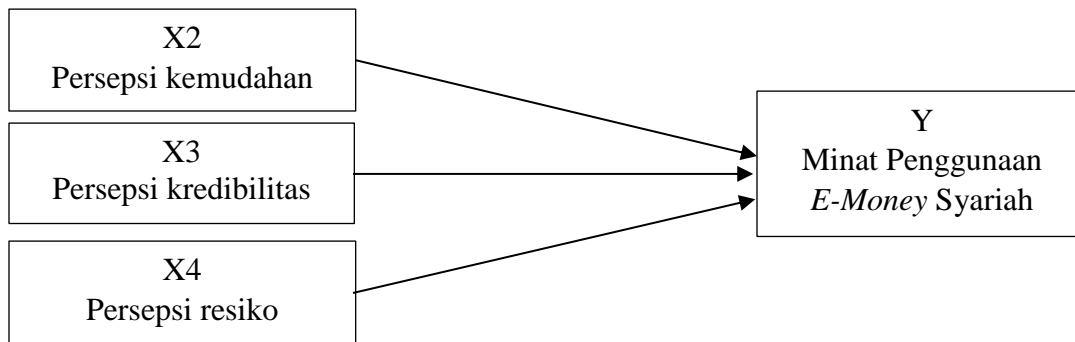
1. Risiko Kinerja
2. Risiko Sosial
3. Risiko Waktu
4. Risiko Keuangan
5. Risiko Keamanan

Kotler (dalam Ramadhan, 2016) mendefinisikan minat sebagai sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Menurut Ferdinand (dalam Ramadhan, 2016) minat beli dapat diidentifikasi melalui berbagai dimensi :

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat transaksional.

Kerangka Berpikir





Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Populasi yang ada di penelitian ini adalah mahasiswa yang ada di Kota Solo, yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Menurut Ferdinand (Freida Triastuti RJ, 2012), cara menentukan jumlah sampel apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya atau tidak terbatas adalah setidaknya 5 kali jumlah indikator yang digunakan atau 25 kali jumlah variabel bebas. Berdasarkan rumus dan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan *non random sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang pernah ataupun sedang menggunakan *e-money*. Kriteria tersebut dengan pertimbangan mereka yang sudah pernah ataupun sedang menggunakan *e-money* konvensional potensial untuk menjadi pengguna *e-money* syariah.

Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas. Analisis data digunakan uji regresi berganda, uji F, uji t, serta koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach's Alpha	Status
Persepsi manfaat	PM1	0,000	Valid	0,758	Reliabel
	PM2	0,000	Valid		
	PM3	0,000	Valid		
	PM4	0,000	Valid		
Persepsi kemudahan	PK1	0,000	Valid	0,812	Reliabel
	PK2	0,000	Valid		
	PK3	0,000	Valid		
	PK4	0,000			
Persepsi kredibilitas	PKr1	0,000	Valid	0,785	Reliabel
	PKr2	0,000	Valid		
	PKr3	0,000	Valid		
Persepsi resiko	PR1	0,000	Valid	0,777	Reliabel
	PR2	0,000	Valid		
	PR3	0,000	Valid		
	PR4	0,000	Valid		
	PR5	0,000	Valid		
Minat penggunaan e-money syariah	M1	0,000	Valid	0,815	Reliabel
	M2	0,000	Valid		
	M3	0,000	Valid		
	M4	0,000	Valid		

Sumber: data primer, diolah 2020

Dalam tabel 1 menunjukkan bahwa uji validitas memiliki nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid, disamping itu uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap pernyataannya $> 0,70$ maka dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0075401
	Std. Deviation	2.42431760
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.049
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.550
Asymp. Sig. (2-tailed)		.923

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer, diolah 2020

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai *unstandardized residual* pada *asympt. sig (2-tailed)* lebih dari tingkat signifikan sebesar 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.631	1.584
	X2	.458	2.183
	X3	.508	1.968
	X4	.567	1.765

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber : data primer, diolah 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 3 dari hasil pengujian multikolinearitas, dapat diketahui nilai *tolerance* dari semua variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.982	1.967		2.024	.047
1 X1	.067	.124	.082	.540	.591
X2	-.247	.144	-.307	-1.719	.090
X3	.039	.169	.039	.229	.819
X4	.032	.095	.054	.334	.739

a. Dependent Variable: Absres_1

Sumber: data primer, diolah 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4 diketahui bahwa semua nilai variabel bebas menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.015	4	17.504	3.296	.016 ^b
	Residual	345.185	65	5.311		
	Total	415.200	69			

Sumber: data primer, diolah 2020

Berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung pada model regresi sebesar 3,296 > dari F hitung 2,70 dan nilai signifikansi sebesar 0,016 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kredibilitas, dan persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.917	3.073		7.782	.000
1 X1	-.516	.193	-.381	-2.674	.009
X2	-.179	.225	-.133	-.794	.430
X3	.539	.264	.324	2.042	.045
X4	-.115	.149	-.117	-.777	.440

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat menunjukkan hasil analisis linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 23,917 - 0,516 X1 - 0,179 X2 + 0,539 X3 - 0,115 X4 + e$$

Tabel 7. Hasil Uji t Parsial

No	Variabel	t hitung	t tabel	Sig
1	X1	-2.674	1,985	.009
2	X2	-.794	1,985	.430
3	X3	2.042	1,985	.045
4	X4	-.777	1,985	.440

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Secara parsial diperoleh nilai t hitung untuk persepsi kemudahan (X2) dan persepsi resiko (X4) < t tabel dan memiliki nilai signifikansi > dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa keduanya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa. Sedangkan untuk persepsi manfaat (X1) dan persepsi kredibilitas (X3) memiliki nilai t hitung > t tabel dan memiliki nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa di Solo. Hasil ini sesuai dengan penelitian Utami dan Kusumawati (2017) serta Wibowo (2015) yang sama-sama menyatakan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* syariah memang belum sebanyak penggunaan *e-money*

konvensional. Walaupun penggunaan *e-money* cukup dirasakan kemanfaatannya tetapi keterbatasan *merchant* maupun familieritas *e-money* syariah membuat minat penggunaannya menjadi kurang tinggi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa di Solo. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian Esthiningrum dan Sari (2020), serta Sari dkk (2019) yang menyatakan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* syariah dimungkinkan karena penggunaan *e-money* sudah tidak asing lagi bagi mahasiswa dimana sebagian besar dari mereka sudah terbiasa menggunakan *e-money* untuk berbagai keperluan termasuk juga *e-money* syariah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa di Solo. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Wingdes (2017) yang menyatakan persepsi kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Kredibilitas dari perusahaan (perbankan) penyedia layanan *e-money* syariah akan menciptakan kepercayaan yang dapat meningkatkan minat penggunaan *e-money* syariah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa di Solo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmatika dan Fajar (2019), Wardhani (2020) yang menyatakan persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* telah mendapatkan dukungan dari pemerintah dalam hal ini melalui Bank Indonesia dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Lebih jauh lagi MUI juga sudah mengeluarkan fatwa syariah untuk **e-money** dengan kriteria tertentu. Kedua hal tersebut tentu membuat persepsi negatif adanya resiko dari penggunaan *e-money* syariah menjadi sangat kecil, bahkan dianggap tidak beresiko sehingga minat menggunakan *e-money* syariah bisa meningkat.

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411 ^a	.169	.117	2.304

Sumber : Data primer, diolah 2020

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,117 hal ini menunjukkan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kredibilitas, dan persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-money* sebesar 11,7%.

SIMPULAN DAN SARAN**Simpulan**

1. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.
2. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.
3. Persepsi kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.
4. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah di kalangan mahasiswa.

Saran

1. Persepsi kredibilitas mempunyai pengaruh yang paling tinggi dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* syariah masih sangat tergantung dari kredibilitas perusahaan penyedia jasa tersebut. Untuk itu perlu ditingkatkan kredibilitas perusahaan melalui berbagai upaya perlindungan ataupun kerahasiaan informasi klien/nasabah, baik informasi pribadi maupun simpanannya agar penggunaan *e-money* syariah makin dipercaya untuk digunakan.
2. Persepsi manfaat mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat *e-money* syariah sudah dirasakan

oleh penggunaannya, tetapi masih belum mampu meningkatkan penggunaannya. Untuk itu perlu dilakukan sosialisasi secara intensif dan diperluas lagi jaringan kemitraan (*merchant*) yang mendukung sehingga bisa meningkatkan minat penggunaan *e-money* syariah.

3. Mengingat variabel independen dalam penelitian ini terbatas sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuty, Tri Dian. 2018. Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Banurea, Ririn AK. 2019. E-Money Untuk Indonesia Maju di <https://www.kompasiana.com/ririnakbanurea/5c89099d7a6d88362d179d63/e-money-untuk-indonesia-maju> (akses Februari 2020)
- Esthiningrum, Amilia dan ShintaPermataSari. *Pendekatan Theory Rasoned Action (Tra) Dan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money*. Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0
- Fitriana, Ana, dan Irawan Wingdes. 2017. *Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-money Indomaret Card di Pontianak*. Techno.COM, Vol. 16, No. 4 : 401-410
- Hariyanto. 2019. Pertumbuhan Dan Perkembangan Uang Elektronik Di Indonesia di <https://ajaib.co.id/pertumbuhan-dan-perkembangan-uang-elektronik-di-indonesia/> (akses Februari 2020)
- J, Freida Triastuti R, dan Augusty Tae Ferdinand. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management Volume 1 Nomor 1 : 1-13
- Laucereno, Sylke Febrina. 2019. MUI Sudah Keluarkan Fatwa Syariah Uang Elektronik, Begini Rambunya di <https://finance.detik.com/fintech/d-4477825/mui-sudah-keluarkan-fatwa-syariah-uang-elektronik-begini-rambunya> (akses Februari 2020)
- Marchelina Dwi, dan Raisa Pratiwi. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Emoney (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*. Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang
- Pamungkas, Sindi. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Money T-Cash Studi Pada Mahasiswa Jurusan

- Perbankan Syariah Iain Surakarta (Skripsi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Rahmatika, Ula dan Muhammad Andryzal Fajar. 2019. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB Dengan Perceived Risk* dalam Jurnal Nominal Volume VIII Nomor 2
- Ramadhan, Adi Firman, Andrian Budi Prasetyo dan Lala Irviana. 2016. *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money* dalam Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis Vol 13 No. 2
- Rusetyowati, Aprillia. 2018. *Peningkatan Minat Penggunaan Kartu Kredit Syariah melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap, dan Pendapatan* dalam Journal of Finance and Islamic Banking Vol.1 No.1
- Sari, Mia Andika, dkk. *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)* dalam Jurnal Ekonomi & Bisnis Vol. 18 No. 2 : 126-134
- Utami, Sulisty Seti, dan Berlianingsih Kusumawati. 2017. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)* dalam Jurnal Balance Vol. XIV No. 2
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. 2015. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)* dalam Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6 No. 1
- Wardhani, Nuruni Ika Kusuma, Wilma C Izaak, dan Lifia Hardiyani. 2020. *Analysis Of Consumer Perception Levels On Intention In Using E-Money* dalam Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol 8. No. 2 : 147-155