

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MELANDASI MASAYRAKAT DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK

ANALYSIS OF FACTOR THAT CONSTRUCT INDONESIAN'S SOCIETY USING ELECTRONIC MONEY

Aswin Damara¹, AMA Suyanto²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

² Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

¹aswindmr@gmail.com ²amasuyanto@telkomuniversity.ac.id ²amasuyanto@gmail.com

Abstrak

Uang elektronik pertama kali diluncurkan pada 2007 oleh Bank Indonesia, sekaligus menandai era baru dalam metode pembayaran atas pembelian produk atau jasa di Indonesia. Fenomena penggunaan uang elektronik di masyarakat ini menjadi perhatian penting bagi peneliti, karena uang elektronik yang saat ini masih dianggap baru, namun penggunaannya meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang melandasi masyarakat menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran dan mengetahui faktor yang paling dominan dalam masyarakat menggunakan uang elektronik. Dengan teknik analisis faktor, faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, manfaat, kemudahan penggunaan, kesesuaian harga, keamanan, dan efikasi diri. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa faktor-faktor yang melandasi masyarakat dalam menggunakan uang elektronik adalah faktor kenyamanan penggunaan & *fit price* dengan kontribusi sebesar 39,69%, faktor resiko rendah dengan kontribusi sebesar 11,67%, dan faktor rekomendasi dengan kontribusi sebesar 8,76%. Serta faktor yang dominan adalah faktor kenyamanan penggunaan & *fit price*.

Kata Kunci: Uang Elektronik, Preferensi, Analisis Faktor

Abstract

Electronic money was first launched in 2007 by Bank Indonesia, while marking a new era in the method of payment for the purchase of products or services in Indonesia. The phenomenon of using electronic money in the community is an important concern for researchers, because electronic money is currently still considered new, but its use has increased significantly from year to year. The purpose of this study is to find out what factors underlie the community using money electronics as a means of payment and know the most dominant factor in the community using electronic money. With factor analysis techniques, the factors used in this study are trust, benefits, ease of use, price conformity, security, and self-efficacy. Based on the results of the analysis, it was found that the factors underlying society in using electronic money were convenience of use & *fit price* factors with contributions of 39.69%, low risk factors with contributions of 11.67%, and recommendation factors with a contribution of 8.76%. As well as the dominant factors is convenience of use & *fit price* factors.

Keyword: Electronic Money, Preferrece, Factor Analysis

1. Pendahuluan

Uang elektronik pertama kali diluncurkan pada 2007 oleh Bank Indonesia, sekaligus menandai era baru dalam metode pembayaran atas pembelian produk atau jasa di Indonesia. Saat ini, pembayaran dengan menggunakan uang elektronik di Indonesia semakin sering digunakan, mengingat pertumbuhan infrastruktur pendukung yang semakin berkembang antara lain EDC (*electronic data capture*) sebagai alat yang digunakan untuk metode

pembayaran, *chip* yang tertanam pada kartu elektronik dan *server* yang digunakan sebagai wadah untuk menyimpan data saldo dari konsumen.

Gerai Info Bank Indonesia Edisi 50 (2014) menyatakan bahwa Bank Indonesia berkomitmen untuk menciptakan masyarakat yang *Less Cash Society* yaitu masyarakat yang dapat mengurangi penggunaan uang tunai.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2018), peneliti menilai bahwa pertumbuhan elektronikisasi pembayaran di Indonesia dirasa sudah mengalami peningkatan secara signifikan. Pada periode 2015-2016 jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 49,22% dan pada periode 2016-2017 uang elektronik beredar di masyarakat mengalami peningkatan sebesar 75,77%. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa masyarakat sudah menyadari manfaat uang elektronik.

Peningkatan juga terjadi pada sisi volume transaksi dan nominal transaksi. Pada 2015-2016, jumlah volume transaksi meningkat sebesar 27,55% dan pada 2016-2017 uang elektronik meningkat sebesar 38,08%. Dari sisi nominal transaksi, uang elektronik mengalami peningkatan dari 2015 hingga 2016 sebesar 33,7% dan pada 2016-2017 nominal transaksi meningkat sebesar 64%.

Dengan peningkatan pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya dari sisi jumlah uang elektronik beredar dan volume hal ini dapat menjadi salah satu indikator bahwa penggunaan uang elektronik sudah mulai diterima oleh masyarakat meskipun hanya digunakan untuk beberapa kebutuhan pembelian barang dan jasa.

Fenomena peningkatan jumlah penggunaan uang elektronik di masyarakat yang sangat signifikan ini menjadi perhatian penting bagi peneliti, karena uang elektronik yang saat ini masih dianggap baru, namun penggunaannya meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Pada waktunya, pembayaran yang biasanya menggunakan uang kertas dapat digantikan dengan uang elektronik. hal ini menjadi pertimbangan peneliti untuk mengetahui dan menguji **“Analisis Faktor-Faktor yang Melandasi Masyarakat Indonesia dalam Menggunakan Uang Elektronik”**.

2. Dasar Teori

2.1 Uang Elektronik

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Bab 1 Pasal 1, menjelaskan bahwa, Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang a) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. b) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. c) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik tersebut. d) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Santomero dan Seater (1996) berpendapat bahwa perkembangan teknologi informasi yang diikuti dengan tingkat persaingan bank yang semakin tinggi mendorong sektor perbankan atau non bank untuk semakin inovatif dalam menyediakan berbagai alternatif jasa pembayaran non tunai berupa sistem transfer dan alat pembayaran menggunakan kartu elektronik yang aman, cepat dan efisien, serta bersifat global.

Menurut Vlasov (2017) dan Guadamuz (2003) bahwa uang elektronik adalah bentuk uang yang tidak berbeda dengan uang lain yang didukung oleh unit moneter nyata seperti: rubel, dollar, dan emas, dll.

Dapat disimpulkan bahwa uang elektronik adalah metode pembayaran alternatif yang memiliki kesamaan dengan uang tunai, yang digunakan oleh masyarakat secara umum untuk pembayaran, walaupun memiliki perbedaan wujud dan metode pembayaran, namun memiliki proses pembayaran yang sama

2.2 Preferensi

Preferensi adalah konsumen menyukai produk tetapi tidak menyukai produk lain, dan setelah memilih produk konsumen akan membandingkan berdasarkan kualitas, nilai performa dan lain sebagainya (Kotler dan Keller, 2016:586).

Putri dan Iskandar (2014) menyimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Aiman dkk (2017) preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen, dalam hal ini perusahaan harus tetap menciptakan inovasi atau pengembangan baru dalam produk, sehingga produk atau jasa yang tercipta dapat tetap melanjutkan eksistensinya di masyarakat.

Kesimpulan dari beberapa pendapat mengenai preferensi, peneliti menyimpulkan bahwa preferensi adalah suatu sikap konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk berdasarkan pilihan-pilihan yang tersedia, pilihan dapat berdasarkan kualitas, nilai, dan performa suatu produk.

2.3 Preferensi Dalam Menggunakan Uang Elektronik

Preferensi yang digunakan dalam penelitian ini, didasarkan atas penelitian Mentari dan Bendesa (2017) dan Teoh et al (2013). Berikut adalah penjelasan untuk setiap faktor yang digunakan.

1. Kepercayaan

Yogananda dan Dirgantara (2017) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap penggunaan uang elektronik menjadi faktor yang sangat penting, karena uang elektronik tergolong baru di masyarakat Indonesia, dan pihak penerbit harus mengutamakan kepuasan pelanggan agar dapat membuat masyarakat percaya dengan produk uang elektronik yang diterbitkannya. Bezhovski (2016) dan Oney et al (2017) mengungkapkan bahwa konsumen membutuhkan kerahasiaan data, otentikasi, integrasi data, dan tidak ada penolakan sebagai persyaratan utama dalam melakukan pembayaran aman melalui internet kepada *provider* penyedia jasa.

2. Kemudahan Penggunaan

Yogananda dan Dirgantara (2017), Teoh et al (2013), Mentari dan Bendesa (2017), dan Davis (1989) mengungkapkan bahwa kemudahan dalam penggunaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan uang elektronik dan layanan tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan.

3. Kesesuaian Harga

Menurut Purnama (2012) dan Bezhovski (2016) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Candraditya (2013) Kesesuaian harga merupakan salah satu daya tarik konsumen dalam menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhannya.

4. Manfaat

Bezhovski (2016) dan Yogananda dan Dirgantara (2017) menyatakan bahwa manfaat dalam penggunaan teknologi adalah satu kepercayaan bahwa teknologi tersebut akan memberikan dampak positif dalam pekerjaannya. Davis (1989) mengungkapkan bahwa manfaat dalam penggunaan teknologi adalah bagaimana seseorang percaya bahwa dengan sistem dapat menambah performansi dari pekerjaan.

5. Efikasi Diri

Menurut Teoh et al (2013), dalam sistem pembayaran elektronik, efikasi diri adalah mengacu pada penilaian kemampuan seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Pendapat lain dari Permana dkk (2016) menyatakan bahwa efikasi diri mewakili pemahaman dan keyakinan seseorang dalam keterampilannya sendiri dan kemampuan untuk melakukan tugas yang diberikan.

6. Keamanan

Menurut Teoh et al (2013), dan Utami dan Berliansih (2017) bahwa keamanan menjadi satu isu dalam penggunaan uang elektronik, seperti apabila terjadi kehilangan atau pencurian.

Keamanan dalam uang elektronik, menjadi salah satu faktor masyarakat dalam menggunakan uang elektronik. Melalui keamanan, konsumen dapat percaya untuk menggunakan uang elektronik.

2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dari penelitian ini bersifat homogen hanya diperuntukkan kepada pemilik dan pengguna uang elektronik di Indonesia. Namun karena jumlah populasi dari pengguna uang elektronik tidak diketahui, maka penelitian ini akan menggunakan sampel berdasarkan rumus Bernaulli seperti pada Zikmund et al. (2010:436) sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2 \cdot pq}{E^2}$$

| | |
|----------------|--|
| N | = Jumlah Sampel |
| Z ² | = Kuadrat Tingkat Keberhasilan pada Standart |
| p | = Proporsi Estimasi Keberhasilan |
| q | = 1-p, Proporsi Estimasi Kegagalan |
| E ² | = Maksimal <i>error</i> yang dapat ditoleransi |

Tingkat kepercayaan pada penelitian yang digunakan sebesar 95% dan tingkat kesalahan atau *error* sebesar 5%, sehingga menghasilkan nilai Z sebesar 1,96. Probabilitas kuesioner diterima sebesar 0,5 dan ditolak sebesar 0,5. Perhitungan tersebut dimasukkan pada rumus Bernaulli sebagai acuan dalam penarikan sampel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$N = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2}$$

$$N = 384,16$$

Berdasarkan rumus bernauli hasil yang ditemukan ada berjumlah 384,16. Maka, sampel yang diambil dalam penelitian ini membutuhkan sekurangnya 385 orang yang menggunakan uang elektronik.

2.5 Teknik Analisis Penelitian

2.5.1 Analisis Faktor

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis multivariat. Sarwono (2013) menjelaskan bahwa multivariat adalah kajian statistika yang mempelajari hubungan antara lebih dari dua variabel. Dalam Multivariat terdapat dua jenis analisis yaitu interdependensi dan dependensi. Dependensi adalah teknik analisis yang membahas besaran variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan interdependensi adalah teknik analisis yang dimana variabel tidak dibedakan menjadi bebas dan terikat, serta memiliki kesamaan derajat (Sarwono,2013).

Penelitian ini menggunakan interdependensi, yang dimana analisis faktor merupakan bagian dalam jenis teknik analisis interdependensi. Analisis faktor menurut Hair et al (2014), analisis faktor merupakan teknik interdependensi dimana tidak ada pembagian variabel menjadi variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan utama yakni mendefinisikan struktur yang terletak di antara variabel-variabel dalam analisis.

Adapun analisis faktor menurut Santoso (2012) menyatakan bahwa tujuan dari analisis faktor adalah mengelompokkan sejumlah variabel ke dalam satu atau dua faktor. Analisis faktor memiliki pendekatan, berupa EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

Menurut Retnawati (2006) EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) sama-sama digunakan untuk mereduksi variabel. Perbedaan EFA dan CFA adalah analisis faktor bersifat mengeskplor data secara empiris dan tidak memiliki teori untuk menyusun model hipotesis. Sedangkan CFA adalah menguji ulang model analisis faktor yang dibangun berdasarkan teori yang ada atau penelitian sebelumnya (Retnawati, 2006).

Analisis faktor yang ditentukan Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode CFA untuk mengetahui apakah faktor- faktor yang digunakan berdasarkan penelitian Mentari dan Bendesa (2017) dan Teoh et al (2013) dapat menjadi faktor untuk objek penelitian ini.

2.5.2 Pendekatan CFA

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang dikemukakan oleh Hair et al (2014:600) yang menyatakan bahwa CFA digunakan untuk memberikan tes konfirmasi dari teori pengukuran yang telah peneliti tentukan, teori pengukuran menentukan bagaimana variabel diukur secara logis dan sistematis, teori pengukuran menentukan serangkaian hubungan yang menunjukkan bagaimana variabel terukur mewakili konstruk laten yang tidak diukur secara langsung. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan variabel laten dan variabel indikator dalam penelitian CFA (Sari, 2017). Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, dan memerlukan variabel indikator untuk mengukur variabel laten tersebut, sedangkan variabel indikator adalah variabel yang dapat diukur secara langsung (Ghozali, 2005).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan CFA dengan variabel laten atau enam faktor yang didasarkan pada penelitian Mentari dan Bendesa (2017) dan Teoh et al (2013).

3. Hasil Penelitian

3.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini didasarkan kepada pengguna uang elektronik sebanyak 410 sampel. Berikut karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, rata-rata penghasilan, pekerjaan saat ini, tempat tinggal kota saat ini.

| No | Karakteristik | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------|------------------|------------|
| 1 | Laki-Laki | 203 | 49,5% |
| 2 | Perempuan | 207 | 50,5% |
| | Jumlah | 410 | 100% |

| No | Usia Responden | Jumlah Responden | Persentase |
|----|----------------|------------------|------------|
| 2 | 21-25 Tahun | 192 | 46,8% |
| 3 | 26-30 Tahun | 40 | 9,8% |
| 4 | >31 Tahun | 114 | 27,8% |
| | Jumlah | 410 | 100% |

| No | Pendidikan Terakhir Responden | Jumlah Responden | Persentase |
|----|-------------------------------|------------------|------------|
| 2 | SMP Sederajat | 18 | 4,4% |
| 3 | SMA/SMK Sederajat | 168 | 41% |
| 4 | Diploma | 61 | 14,9% |
| 5 | Sarjana | 111 | 26,8% |
| 6 | Magister | 50 | 12,2% |
| 7 | Doktor | 2 | 0,5% |
| | Jumlah | 410 | 100% |

| No | Rata-Rata Penghasilan Responden | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------------------------|------------------|------------|
| 2 | Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 | 127 | 31% |
| 3 | Rp.3.000.000-Rp. 5.000.000 | 48 | 11,7% |
| 4 | >Rp.5.000.000 | 157 | 37,6% |
| | Jumlah | 410 | 100% |

| No | Pekerjaan Saat Ini | Jumlah Responden | Persentase |
|----|--------------------|------------------|------------|
| 2 | Pegawai | 151 | 36,8% |
| 3 | Wirausaha | 30 | 7,3% |
| 4 | Guru/ Dosen | 7 | 1,7% |
| 5 | TNI/Polisi | 1 | 0,2% |
| 6 | Lain-Lain | 10 | 2,5% |
| | Jumlah | 410 | 100% |

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 50,5%. Responden berusia 21-25 tahun memiliki jumlah 46,8%. Responden SMA Sederajat berjumlah 41%. Responden dengan penghasilan Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 berjumlah 31%. Pengguna uang elektronik yang berstatus pelajar atau mahasiswa berjumlah 51,5%. Berdasarkan data yang didapatkan dari 410 responden, diketahui bahwa 47,8% responden yang mendominasi berasal dari kota Bandung.

3.2 Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil pengujian, bahwa dari enam faktor atau delapan belas indikator yang digunakan dalam penelitian ini, ternyata tereduksi menjadi tiga faktor saja. Faktor tersebut adalah faktor kenyamanan penggunaan & *fit price*, faktor resiko rendah, faktor rekomendasi. Berikut faktor-faktor dari hasil penelitian ini serta kontribusi pada setiap faktor.

| Jumlah Faktor yang Terbentuk | | |
|------------------------------|--|------------|
| Faktor | Nama Faktor | Kontribusi |
| Faktor 1 | Kenyamanan Penggunaan & <i>Fit Price</i> | 39.69% |
| Faktor 2 | Resiko Rendah | 11.67% |
| Faktor 3 | Rekomendasi | 8.76% |

4. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan Berdasarkan Faktor yang Membentuk

Kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan olah data dengan menggunakan teknik analisis faktor, ditemukan bahwa dari enam faktor yang digunakan dalam penelitian ini ternyata faktor-faktor yang membentuk masyarakat dalam menggunakan uang elektronik hanya tiga yaitu faktor kenyamanan penggunaan & *fit price*, faktor resiko rendah, dan faktor rekomendasi.

Faktor baru tersebut telah mengalami penambahan indikator yang berasal dari faktor sebelumnya yang lain, kecuali faktor rekomendasi yang tidak mendapatkan penambahan indikator dari faktor lain sebelumnya. Hal ini dikarenakan indikator dalam faktor rekomendasi tidak berkorelasi dengan indikator-indikator lainnya, sehingga tiga

indikator pada faktor rekomendasi tidak memiliki penambahan indikator dari faktor lain sebelumnya. Namun faktor tersebut tetap menjadi pembentuk masyarakat dalam menggunakan uang elektronik.

4.2 Kesimpulan Berdasarkan Faktor yang Dominan

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa setiap faktor mendapatkan penambahan indikator dari faktor-faktor sebelumnya. Dari tiga faktor yang ada, diketahui bahwa indikator yang paling dominan dalam masyarakat menggunakan uang elektronik adalah “Uang elektronik mudah digunakan” dalam faktor 1, “Saldo uang elektronik lebih aman dibawa dibandingkan uang tunai” pada faktor 2, dan “Menggunakan uang elektronik karena rekomendasi orang lain” pada faktor 3. Hal tersebut didasarkan kepada nilai loading faktor dari indikator yang paling tinggi pada setiap faktor.

Namun secara keseluruhan, faktor yang paling dominan yang melandasi masyarakat menggunakan uang elektronik adalah faktor kenyamanan penggunaan & *fit price*. Hal tersebut didasarkan kepada nilai faktor internal yang memiliki kontribusi paling tinggi dibandingkan faktor lain. Faktor kenyamanan penggunaan & *fit price* sendiri memiliki nilai kontribusi sebesar 39,69%.

5. Saran

5.1 Saran untuk Perusahaan Penerbit Uang elektronik

Untuk perusahaan penerbit uang elektronik, agar dapat membuat ekosistem pemasaran sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam hal ini adalah membuat kegiatan pemasaran mengenai uang elektronik yang terfokus. Pemasaran terfokus juga dapat diketahui berdasarkan faktor pada penelitian ini, sehingga perusahaan penerbit uang elektronik selain melakukan kegiatan pemasaran, dapat juga memberikan edukasi baik kepada yang sudah menggunakan uang elektronik dan belum menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan pada faktor penelitian ini yaitu faktor kenyamanan penggunaan & *fit price*, resiko rendah, dan rekomendasi. Sehingga baik pengguna atau *non*-pengguna uang elektronik dapat mengetahui secara jelas apa fungsi dan kegunaan uang elektronik dengan baik.

5.2 Saran untuk Pengguna Uang Elektronik

Pengguna uang elektronik seharusnya dapat lebih memahami kegunaan dan penggunaan uang elektronik secara detil, sehingga manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh teknologi uang elektronik ini dapat digunakan secara maksimal.

5.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan faktor-faktor hasil penelitian ini, karena faktor yang terbentuk tersebut sudah divalidasi dan dapat digeneralisasi untuk penelitian-penelitian lain yang sesuai atau relevan dengan objek penelitian ini.

Dapat lebih memperbanyak faktor-faktor yang digunakan. Hal tersebut dilandaskan agar mengetahui faktor-faktor yang mendasari masyarakat menggunakan uang elektronik dengan ruang lingkup yang lebih luas, sehingga dapat membantu baik perusahaan penerbit uang elektronik maupun masyarakat pengguna uang elektronik untuk lebih memahami faktor-faktor yang melandasi masyarakat dalam menggunakan uang elektronik.

Daftar Pustaka

- [1] Aiman, A., Asep, A.H., & Walim, L. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, VIII(1)
- [2] Bank Indonesia, 2014. Gerai Info Bank Indonesia. Edisi 50 Tahun 5, 10-11
- [3] Bezhovski, Z. (2016). The Future of The Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8). ISSN: 2222-1905
- [4] Davis, F.D. et al (1989). User Acceptance of Computer Technology A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8)
- [5] Guadamuz, Andreas. (2003). Electronic Money: A Viable Payment System?. *Journal of Edinburgh EH8 9YL*, (2)
- [6] Hair, Joseph F., et.al. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (International Edition). New Jersey: Pearson Education
- [7] Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- [8] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga
- [9] Mentari, C. A dan Prof. Dr. I. K. G. Bendesa, M. A. D. E. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dalam Menggunakan Uang Elektronik di Kota Denpasar, Provinsi Bali. *E-Jurnal EP UNUD*, 7(4)
- [10] Oney, E, Gizem. O.G, & Wajid, H. R. (2017). The Determinants of Electronic Payment Systems Usage from Consumer's Prespective. *Economic Research*, 30(1). ISSN: 1848-9664
- [11] Permana, H., Farida, H., & Budi, A. (2016). Hubungan Antara Efikasi Diri Dengan Kecemasan Dalam Menghadapi Ujian Pada Siswa Kelas IX di MTS Al Hikmah Brebes, 13(1)
- [12] Purnama, C. A. I. W. (2012). Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang. *Dipenogoro Journal of Management*, 1(2), 300-310
- [13] Putri, N. E., dan Dadang, I. (2014). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus: Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp), 14(2)
- [14] Retnawati, H. (2006). Analisa Jalur, Analisa Faktor Konfirmatori, dan Pemodelan Persamaan Struktural. Semarang.
- [15] Santomero, A. M., & Seater, J. J. (1996). Alternative Monies and The Demand for Media Exchange. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 28, No. 4, Part. 2: *Payment Systems Research and Public Policy Risk, Efficiency, and Innovation*, pp. 942-960
- [16] Sari, A. J., Desi, Y., & Sri, W. (2017). Analisis Faktor Konfirmatori untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prestasi Mahasiswa Program Studi Statistika FMIPA Universitas Mulawarman. *Jurnal EKSPONANSIA*, 8 (1).
- [17] Teoh, W. et al. 2013. Factors Affecting Consumer's Perception of Electronic Payment: An Empirical Analysis. *Internet Research*, 23(4), 465-485
- [18] Utami, S. U & Berlianingsih, K. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Jurnal Balance*, XIV(2)
- [19] Vlasov, A, V. (2017). The Evolution of E-Money. *European Research Studies*, 20
- [20] Yogananda, A. S & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Presepsi Resiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Dipenogoro Journal of Management*, 6(4), 1-7
- [21] Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods* (8th Edition). Mason, HO: Cengage Learning