

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI ADOPSI
DIGITAL PAYMENT PADA UMKM DI INDONESIA: PERAN
*PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, SOCIAL
INFLUENCE, DAN PERCEIVED RISK* DENGAN *FINANCIAL LITERACY*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Manajemen dari Program Studi S2 Manajemen

Disusun Oleh:

Abdu Dzikri Robby

204012310068



S2 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025