

Minat Penggunaan Aplikasi Flip ditinjau dari Kemudahan, Manfaat, Fitur layanan, dan Kepercayaan pada Reseller Beteng Trade Center

Gita Andini Saputri¹⁾Siti Maryam²⁾ Fithri Setya Marwati³⁾

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta
gitaandoni@gmail.com ¹⁾ stmuniba17@gmail.com ²⁾ fsm.fithri@yahoo.com ³⁾

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, service features and trust on interest in using the Flip Application. The population in this study were 105 Beteng Trade Center resellers who had used Flip. The results show that Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, have no effect on interest in using the Flip Application, while service features and trust have a positive and significant influence on interest in using the Flip Application.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, service features, trust, interest in use.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, manfaat, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Aplikasi Flip. Populasi dalam penelitian ini adalah 105 reseller Beteng Trade Center yang pernah menggunakan Flip. Hasil menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat, tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Aplikasi Flip, sedangkan fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Flip.

Kata kunci: *kemudahan, manfaat, fitur layanan, kepercayaan, minat penggunaan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada zaman globalisasi di Indonesia menyebabkan persaingan semakin meningkat di dalam dunia bisnis. Adanya perkembangan teknologi terus melakukan pembaruan, terutama dalam teknologi keuangan untuk memenuhi beragam kebutuhan masyarakat atau konsumen yang berbeda, dan menyediakan berbagai jenis kemudahan akses pelayanan keuangan dan penanganan transaksi, misalnya pemanfaatan metode pembayaran secara digital, alat pembayaran atau uang elektronik (*e-money*) dapat dimanfaatkan di berbagai bidang kehidupan termasuk dalam lingkup bisnis..

Flip merupakan perusahaan *financial technology* yang menawarkan layanan pengiriman uang antar bank, baik domestik dan internasional, serta *top up* dompet digital. *Owner* Flip adalah Raffi Putra Arriyan flip didirikan pada tahun 2015, dimana Gopay, OVO, dan DANA belum tersedia di pasaran. Pada tahun 2016, Flip memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia sebagai layanan transfer antar bank dan merupakan

penyedia layanan pertama yang menawarkan gratis biaya administrasi untuk transfer antar bank. (id.Wikipedia.org).

Flip sudah memiliki lisensi dari Bank Indonesia sejak tahun 2016 lalu. Menjadi satu-satunya Aplikasi terbaik sampai saat ini sebab bisa memberikan *free admin* untuk segala macam transaksi ini. Berikut merupakan beberapa kelebihan dari aplikasi Flip: 1) Free Transfer Biaya Seluruh Bank di Indonesia. fitur andalan dari aplikasi Flip adalah ketika pengguna melakukan pengiriman uang ke seluruh bank di Indonesia tidak akan ada biaya administrasi. Ini menjadikan Flip memiliki banyak penggemar. Review para pemakai jika aplikasi Flip ini jauh lebih unggul ketika dibandingkan dengan aplikasi *mobile bank* saat ini. Karena selalu membatasi jumlah frekuensi transfer gratis selama per bulan. Hal ini tentu tidak akan membuat nyaman. 2) Waktu Transfer Instan. Walau Flip ini bukanlah aplikasi bank tapi tetap saja proses transfernya berlangsung secara instan. Uang yang dikirim tersebut ketika melalui aplikasi ini bisa langsung masuk. Tentu hal ini akan jauh berbeda saat pertama kali perusahaan membuatnya, jika dahulu Flip itu akan menunggu antrean, karena banyaknya pengguna jadi waktu yang dibutuhkan juga cukup lama. Yaitu sekitar 10 sampai 20 menit, dan saat ini proses transaksi itu bisa berjalan dengan cepat. 3) Punya Tampilan Mudah dan Nyaman Dipakai. Banyak *review* mengungkapkan apabila aplikasi Flip ini sangat memuaskan karena mudah dipahami atau terkesan tidak ribet, karena para pemakainya kebanyakan anak milenial. Perusahaan pun berusaha untuk membuat tampilannya mudah dipahami. Aplikasi Flip jika digunakan oleh orang tua, dijamin juga mudah untuk memahaminya karena punya *user friendly*. Flip memang tidak diperuntukkan untuk anak muda saja. Cocok untuk pebisnis yang mempunyai mobilitas tinggi dalam proses pengiriman uang.

Reseller Beteng Trade Center contohnya, mereka yang bekerja dalam bidang *online shop*, yang mana membutuhkan sebuah sistem aplikasi yang memudahkan dalam bertransaksi antar toko maupun dengan *customer* mereka, karena tidak bisa dipungkiri bahwa toko-toko yang ada di Beteng Trade Center memiliki bank yang berbeda-beda.

Perkembangan pertumbuhan pengguna Flip dan kelebihan yang ditawarkan, khususnya di tahun 2023 ini menjadi sebuah kejadian yang menarik perhatian penulis, penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Minat Penggunaan Aplikasi Flip Ditinjau Dari Kemudahan, Manfaat, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Pada *Reseller* Beteng Trade Center”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode. penelitian deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini merupakan analisis linier berganda. Sampel yang diambil sebanyak 105 responden yang diambil menggunakan *purposive sampling*.

PEMBAHASAN

1. Perincian Sampel

Tabel 1. Perincian Sampel

Kriteria	Jumlah
Jumlah Sampel	105
Laki -laki	22
Perempuan	83
Umur (tahun)	
≤ 20	5
21 - 30	50
31 - 40	42
41 - 50	8

Terdapat 105 sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Sampel tersebut akan digunakan untuk menganalisis dan menguji hipotesis penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas

Uji One-Sample Kolmogorov- Smirnov	
N	105
Sig.	0,077

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Tabel 2 menunjukkan nilai sig sebesar $0.077 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

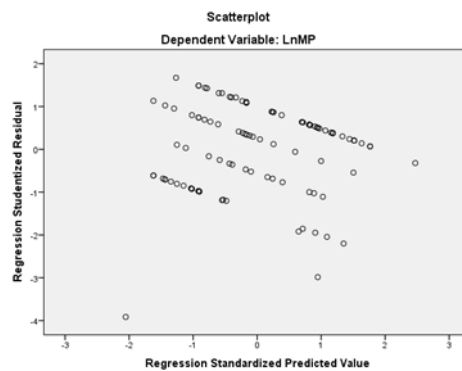
Pengujian Heterokedastisitas. dilakukan guna mengetahui apabila terjadi gejala heterokedastisitas dalam data penelitian. Yaitu dengan melihat nilai sig. > 0.0500.

Tabel 3. Hasil Uji. Heterokedastisitas

Indikator	Nilai Sig.	Keterangan
Kemudahan	0,294	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
Manfaat	0,812	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
Fitur layanan	0,437	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
Kepercayaan	0,782	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Hasil tabel 3 menunjukkan variabel kemudahan 0,294, manfaat 0,812, fitur layanan 0,437, dan kepercayaan 0,782 dimana semua variabel menunjukkan nilai >0,05. Artinya penelitian ini tidak terjadi heterokedasitas.



Gambar 1. Scatterplot

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dipakai untuk melihat adakah hubungan antar variabel independen. Multikolinieritas dilihat pada hasil *tolerance* dan juga nilai *VIF*.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Indikator	Tolerance	VIF
Kemudahan	0,759	1,317
Manfaat	0,892	1,121
Fitur layanan	0,811	1,233
Kepercayaan	0,882	1,134

Pengujian multikolinieritas menghasilkan jumlah nilai *tolerance* kemudahan 0,759, variabel manfaat 0,892, variabel fitur layanan 0,811 dan kepercayaan 0,882 seluruh variabel menunjukkan hasil > 0,1. Nilai VIF semua variabel menunjukkan < 10. Sehingga penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas.

3. Analisis Regresi

Uji Regresi berganda dilakukan dengan analisis program IBM SPSS *Statistic* 22.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Model	Unstandardized B
1	(Constant)	1,375
	kemudahan	-,007
	Manfaat	,006
	Fitur layanan	,272
	Kepercayaan	,027

Sumberr: Hasil Olah Data, 2023

Hasil *output* persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$MP = 1.375 + KEM * (- 0.007) + MA * 0.006 + FL * 0.272 + KEP * 0.027$$

Hasil interpretasi persamaan di atas adalah:

- 1) Nilai konstan 1.375, artinya apabila seluruh variabel dimisalkan =0. Nilai minat penggunaan akan bertambah 1.375.
- 2) Nilai regresi kemudahan penggunaan -0,007 (negatif). Artinya setiap kenaikan satu satuan kemudahan dapat terjadi penurunan minat penggunaan sebanyak 0.007.
- 3) Nilai regresi dari variabel manfaat adalah 0,006. Artinya apabila kenaikan satu satuan manfaat maka dapat meningkatkan minat penggunaan sebanyak 0,006.
- 4) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel fitur layanan, maka akan menyebabkan kenaikan Minat Penggunaan 0.272

- 5) Nilai regresi dari kepercayaan (*trust*), adalah 0,027 (positif). Artinya setiap kenaikan kepercayaan dapat meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0.027.

4. Uji Hipotesa

a. Uji F

Tabel 6
Hasil Uji F

	F_{tabel}	F_{hitung}	Sig.
F	2.46	7.065	0.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari hasil uji F menggunakan program SPSS statistic 22 besarnya nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu sebesar $7,065 > 2,46$ dengan tingkat signifikan $0,0000 < 0$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel kemudahan (X_1), kepercayaan. (X_2), fitur layanan (X_3), dan kepercayaan (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi Flip pada *reseller* Beteng Trade Center.

b. Uji t

Tabel 7. Hasil uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Kemudahan penggunaan	-1,374	1,983	0,173
Manfaat	0,844	1,983	0,401
Fitur layanan	2,179	1,983	0,032
Kepercayaan	3,790	1,983	0,000

Sumber: hasil olah data 2023

1. Pada variabel kemudahan menghasilkan $t_{hitung} (-1,374) < t_{tabel} (1,983)$ dan signifikan $0,173 > 0,05$, artinya secara statistik kemudahan tidak mempengaruhi minat penggunaan atau H_1 ditolak.
2. Pada variabel manfaat nilai $t_{hitung} (0,844) < t_{tabel} (1,983)$ dan signifikan $0,401 > 0,05$, sehingga manfaat tidak mempengaruhi minat penggunaan.
3. Pada variabel fitur layanan nilai $t_{hitung} (2,179) > t_{tabel} (1,983)$ dan nilai signifikan $0,032 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

4. Pada variabel kepercayaan nilai $t_{hitung} (3,790) > t_{tsbrl} (1,983)$ dan nilai signifikan $0,0000 < 0,050$, sehingga H_a diterima yang artinya kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,469	0,220	0,189	0,11873

Sumber: Hasil Olah Data, 2023.

Output SPSS pada tabel di atas, menghasilkan nilai R Square yaitu 0.220 atau sebesar 22%. Sedangkan sisanya 78% lainnya dijelaskan melalui faktor-faktor lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan hasil adopsi dari model (.TRA)) yang disampaikan Ajzen dan Fishbein (1980), mereka mengungkapkan bahwa respons dan persepsi seseorang terhadap sesuatu dapat menentukan sikap dan tindakan yang akan diambil oleh seseorang di masa depan. Reaksi dan pandangan individu tersebut tentunya akan memengaruhi sikap serta penilaian mereka terhadap adopsi teknologi terbaru. Kebermanfaatan dan kemudahan adalah faktor yang dapat dipelajari menggunakan model (TAM).

b. Minat

(Davis, 1989) Minat adalah perilaku seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012) minat yaitu sesuatu yang ada setelah melihat rangsangan dari produk yang dipandanginya.

c. Minat Penggunaan

Minat penggunaan merupakan rasa tertarik pada hal atau keinginan tertentu tanpa ada seseorang yang menyuruh untuk membuatnya tertarik. Dengan kata lain apabila seseorang berminat pada suatu aktivitas maka orang tersebut akan memperhatikan dengan rasa senang tanpa ada paksaan dari pihak luar karena rasa suka tersebut muncul dari dalam diri orang tersebut (Slameto, 2010). Ketertarikan

penggunaan. adalah bentuk dari hasrat. untuk memanfaatkan sesuatu atau penggunaan kembali terhadap objek yang diperhatikan oleh penggunaan tersebut (Rusmin, 2017). Minat penggunaan adalah suatu dorongan atau kemauan seseorang untuk menggunakan atau melakukan sesuatu.

d. Kemudahan Penggunaan

Menurut Tuhepaly (2021) kemudahan merupakan suatu indikator kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi yang dengan lancar dipergunakan dan mudah dipahami.

Kemudahan menggunakan suatu sistem yaitu sejauh mana seseorang mempercayai sistem saat menggunakannya akan membantu menyelesaikan tugas dengan cepat dan efisien.

e. Manfaat

Manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah produk atau sistem dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas. Menurut Sumadi (2022) mengatakan, bahwa pada dasarnya manusia menggunakan sesuatu karena manfaat yang dapat diambil dari sesuatu tersebut.

f. Fitur Layanan

Fitur merupakan elemen utama yang adai pada produk atau layanan yang ditawarkan dalam suatu layanan dan paket produk. Dalam hal ini fitur dianggap sebagai spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen Firman et al., n.d.(2020). Fitur yaitu hal yang akan dipertimbangkan seseorang saat membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyesuaikan fungsi produk yang disediakan.

g. Kepercayaan

Definisi kepercayaan ialah sebuah kondisi psikologis seseorang ketika menjalankan sebuah aktivitas dimana hal ini berkaitan dengan kesediaan seseorang untuk bergantung kepada orang lain (Sugara & Dewantara, 2017). Kepercayaan konsumen juga berkaitan dengan keyakinan yang dimiliki konsumen bahwa individu tertentu dapat dipercaya, memiliki integritas, dan dirasa orang tersebut akan memenuhi tanggung jawabnya dalam sebuah transaksi bisnis (Khotimah & Febriansyah, 2018).

KESIMPULAN

1. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Flip pada *reseller* Beteng Trade Center. Oleh karena itu, banyak atau sedikitnya kenyamanan yang diberikan aplikasi Flip tidak dapat memengaruhi setiap orang dalam menggunakan Flip.

2. Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Flip pada *reseller* Beteng Trade Center. Hal ini berarti bahwa ada atau tidaknya manfaat yang didapatkan dari aplikasi Flip tidak memberikan pengaruh pada *reseller* untuk menggunakan Flip.
3. Penelitian menghasilkan Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Flip pada *reseller* Beteng Trade Center. Hal ini berarti semakin beragam jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan aplikasi Flip semakin meningkatkan minat individu-individu untuk menggunakan Flip.
4. Kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Flip pada *reseller* Beteng Trade Center. Seseorang akan menggunakan teknologi tersebut jika tingkat keyakinannya tinggi, dan sebaliknya jika tingkat keyakinannya rendah, maka akan menurunkan minat dalam menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan layanan E-money. *Jurnal Ilmiah*.
- Agata, B. T. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi minat Mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Flip sebagai perantara tras. *ekonomi dan bisnis*, 10-27.
- Ajzen, I. A. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Clifts, New Jersey*. Prentice Hall.
- Andhika Bayu Pratama, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik.
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 90-102.
- Badaruddin, R. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.
- Cahyono, Y. T., & Afrizal Hamarta Adha. (2022). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money pada Aplikasi DANA di Masa Pandemi Covid-19.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13,319-339.
- Debby Cynthia Kumala, J. W. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, dan Security terhadap Minat Penggunaan Gopay pada Generasi X di Surabaya.
- Diana, N. (2018). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia.

- Fani Fatonah, C. H. (2020). Menguji Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat generasi Milenial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*.
- Flip.Id. (2022).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 153-155.
- Hair, e. a. (2010). *Multivariate Data Analysis*. United States: IDN Research Institute: Indonesia Milenial Report.
- Hendra Prasetya, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-money di Surabaya.
- id.Wikipedia.org. (n.d.).
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta.
- Listiani, U. Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-money pada Mahasiswa FEB UMS.
- Ningrum, E. P. (2022). Keefektifan Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan pada Minat Menggunakan E-money dalam Meminimalisir Penyebaran Covid 19 pada Masyarakat di Masa Pandemi. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*.
- Ningrum, E. P. (2022). Keefektifan Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan pada Minat Menggunakan E-money dalam Meminimalisir Penyebaran Covid-19 pada Masyarakat di Masa Pandemi. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*.
- Nuridzul, & Osly Usman. (2020). The Effect Of Trust Perception, Risk Perception, and Security Perception On the Interest In Using E-Money.
- Nurya Dina Abrilia, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur layanan terhadap Minat Menggunakan e-wallet pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1006-1007.
- Philip Kotler, K. L. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Gopay. *Jurnal Siasat Bisnis Vol.21 No. 1*.
- Rahim, H. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren Pada PT Veritra Sentosa Internasional. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 274-285.
- Rahmatika, U., & Muhammad Andryzal Fajar. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Elektronik Money: Integrasi Model TAM-TPB dengan Perceived Risk.

- Rizal Enriyanto, R. I. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-wallet Linkaja.
- Rodiah, S., & Inayati Sari Melati. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic and Entrepreneurship*, 67-68.
- Rusmin. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-money. *Skripsi*.
- Schmitt, B. (2010). Experience Marketing : Concepts, Frameworks and Consumer Insights By Bernd Schmitt Foundations and Trends in Marketing. 55-112.
- Setyowati, D. (2021). Fintech Flip Raih Rp691 Miliar dari Investor India dan Amerika.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R7*.
- Sumadi, A. H. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-money dalam Perspektif Ekonomi Syariah.
- Tuhepaly, M., & Rismawati. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan OVO. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3.
- Umaningsih, W. P., & Dewi Kusuma Wardani. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan E-money. *Jurnal Akutansi dan Ekonomi*.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. k. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akutansi dan Ekonomi*, 114.
- Yuli Tri Cahyono, A. H. (2022). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-money pada aplikasi Dana di Masa Pandemi Covid-19.
- Zakiyyah, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Go-pay.