

Pengaruh *Perceived Risk*, *Ease of Use*, dan *Comfortability* terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Digital e-money (Studi Kasus Transjakarta)

Akbar Imam Muzaki¹, Gatot Nazir Ahmad², Diena Noviarini³

Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta ^{1,2,3}

*Email Korespodensi: muzakimamcollage@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 25-07-2025
Disetujui 07-08-2025
Diterbitkan 09-08-2025

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Perceived Risk, Ease of Use, and Comfortability on the Intention to Use E-Money, both partially and simultaneously. This is a quantitative research study. The population consists of students from the Faculty of Economics at Universitas Negeri Jakarta, aged 17–50 years, with a sample size of 120 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, and data collection was carried out using questionnaires. The results show that: (1) Perceived Risk has a negative and significant effect on the Intention to Use E-Money, with a t-value (6.608) > t-table (1.981) and a significance level of $0.000 < 0.05$; (2) Ease of Use has a positive and significant effect on the Intention to Use E-Money, with a t-value (3.979) > t-table (1.981) and a significance level of $0.000 < 0.05$; (3) Comfortability has a positive and significant effect on the Intention to Use E-Money, with a t-value (5.585) > t-table (1.981) and a significance level of $0.000 < 0.05$; and (4) Perceived Risk, Ease of Use, and Comfortability simultaneously have a significant effect on the Intention to Use E-Money, with an F-value (121.133) > F-table (2.69) and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.773, indicating that 77.3% of the variation in the intention to use e-money can be explained by the three independent variables in this model.

Keywords: *Perceived Risk, Ease of Use, Comfortability, Intention to Use, E-Money*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Risk*, *Ease of Use*, dan *Comfortability* terhadap Minat Penggunaan E-Money secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta berusia 17-50 tahun dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money

dengan nilai thitung (6,608) > ttabel (1,981) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, (2) Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money dengan nilai thitung (3,979) > ttabel (1,981) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, (3) Comfortability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money dengan nilai thitung (5,585) > ttabel (1,981) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan (4) Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money dengan nilai Fhitung (121,133) > Ftabel (2,69) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variasi minat penggunaan e-money dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model ini.

Kata Kunci: Perceived Risk, Ease of Use, Comfortability, Minat Penggunaan, E-Money

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Akbar Imam Muzaki, Gatot Nazir Ahmad, & Diena Noviarini. (2025). Pengaruh Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Digital e-money (Studi Kasus Transjakarta). Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 2875-2891. <https://doi.org/10.63822/m54dy208>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai sektor, termasuk transportasi umum. Selama ini, transaksi pembayaran umumnya dilakukan secara konvensional dengan menggunakan uang tunai. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, metode pembayaran tidak lagi terbatas pada transaksi tunai, melainkan telah berkembang ke arah penggunaan alat pembayaran non-tunai seperti uang elektronik. Salah satu inovasi yang diterapkan adalah sistem pembayaran digital berbasis Uang Elektronik (*e-money*), seperti yang digunakan oleh PT. Transjakarta. Sistem ini dirancang untuk memudahkan proses pembayaran, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna. Menurut [Hendra et al. \(2020\)](#) salah satu manfaat penggunaan uang elektronik adalah berkaitan dengan kecepatan. Artinya pengguna uang elektronik tidak perlu untuk menyiapkan uang pas dalam bertransaksi.

Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi internal dan eksternal produk. Sisi internal tergantung pengetahuan, kapasitas, sumber daya dan teknologi yang digunakan di perusahaan, sedangkan sisi eksternal adalah kebutuhan konsumen dan harapan pemilik terhadap produk perusahaan [Prasetya dan Putra \(2020\)](#). Saat ini uang elektronik sudah banyak digunakan di Jakarta. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik mencapai 21,67 miliar kali pada tahun 2024, meningkat 6,19% dibandingkan tahun sebelumnya. Artinya minat menggunakan uang elektronik sudah berkembang dengan pesat. Hal ini tercermin dari segala aspek yang sudah berjalan menggunakan uang elektronik seperti pembayaran parkir di Mall, Universitas, Pertokoan, segala sektor angkutan umum seperti LRT (Lintas Raya Terpadu), MRT (Moda Raya Terpadu), KRL (Kereta Rel Listrik), hingga berbelanja di *Minimarket* maupun *Supermarket*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan kinerja PT. Transjakarta tahun 2024, Transjakarta telah melayani 371,4 juta pelanggan, dengan rata-rata lebih dari 1 juta pelanggan per hari. Angka ini menunjukkan peningkatan hampir dua kali lipat dibandingkan dua tahun sebelumnya, dengan cakupan populasi yang terlayani mencapai 91,7%. Komitmen terhadap kualitas layanan pun dijaga konsisten yang dibuktikan skor Indeks Kepuasan Pelanggan mencapai 4,40 serta *Net Promoter Score* (NPS) sebesar 70,1%. Hal ini membuktikan bahwa Transjakarta menjadi aspek yang penting bagi masyarakat dalam pilihan moda transportasi umum di Jakarta.

Menurut [Izza et al. \(2023\)](#) dalam jurnal *Musyari*, penggunaan e-money memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam transaksi sehari-hari yang kemudian dapat memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Namun, penulis juga menekankan pentingnya kewaspadaan terhadap ketergantungan terhadap teknologi dan isu keamanan digital. Dalam studi oleh [Zarasky dan Septiani \(2022\)](#), ditemukan bahwa faktor-faktor seperti persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money Flazz BCA di Kota Tangerang. Sementara itu, studi oleh [Romadhon \(2019\)](#) Penggunaan uang elektronik (*e-money*) memiliki dampak positif dan negatif pada perilaku konsumen. Penggunaan uang elektronik memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi.

Berdasarkan Survei Kepuasan Pelanggan Transjakarta 2024 yang dilakukan oleh BPTJ (Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek) – Publikasi Q2 2024, melaporkan mengalami masalah terkait sistem pembayaran digital, seperti gagal tap, error transaksi, kebijakan saldo hangus, saldo terpotong dua kali dan vending machine yang error. Persentase ini menunjukkan bahwa masalah tersebut bukanlah hal yang sepele, melainkan perlu mendapat perhatian serius dari pihak penyelenggara. Selain itu, survei tersebut juga

mengungkapkan bahwa pengguna merasa kurang nyaman menggunakan e-money karena kekhawatiran akan risiko keamanan dan kesalahan sistem.

Persepsi risiko (*perceived risk*) menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Menurut [Hidayat \(2022\)](#) Persepsi risiko merupakan cara pandang seseorang dalam menilai segala kemungkinan yang akan terjadi dalam melakukan pembayaran digital. Pengguna cenderung merasa was-was ketika mereka mengalami masalah seperti saldo terpotong dua kali atau kesulitan mengisi ulang saldo. Menurut Williamson & Weyman mendefinisikan persepsi risiko sebagai hasil dari banyak faktor yang menjadi dasar dari perbedaan pengambilan keputusan terhadap kemungkinan kerugian. Semakin tinggi persepsi risiko maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital. Hal ini didukung oleh studi ([Badriatin et al., 2022](#)) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi. Dalam hal ini, penggunaan sistem pembayaran digital e-money memiliki persepsi risiko bagi pengguna Transjakarta, terutama dalam bagian keuangan.

Di sisi lain, Kemudahan Penggunaan (*ease of use*) dalam [Ashghar \(2020\)](#) menguraikan bahwa konsumen dapat merasa mudah dalam menggunakan teknologi diukur dari berbagai aspek seperti salah satunya kemudahan untuk melakukan installment. Kemudahan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan teknologi dapat diukur dari berbagai aspek. Salah satu aspek penting adalah kemudahan dalam melakukan installment, di mana sistem pembayaran yang ditawarkan memberikan fleksibilitas bagi pengguna. Selain itu, aspek lain yang tak kalah penting adalah kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Artinya, teknologi yang dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami akan mendorong konsumen untuk lebih cepat beradaptasi dan merasa nyaman dalam penggunaannya. Menurut [Suryani et al., \(2021\)](#). Keputusan seseorang untuk menerima suatu sistem teknologi tertentu dapat diindikasikan melalui tingkat kepuasan yang dirasakan dalam penggunaan sistem tersebut. Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari teknologi yang bersangkutan.

Kenyamanan (*comfortability*) juga menjadi faktor penting yang menentukan apakah pengguna akan terus menggunakan sistem tersebut atau beralih ke metode pembayaran lain. Kenyamanan merupakan kondisi perasaan subjektif yang sangat bergantung pada individu yang sedang mengalami situasi tertentu [Sirait et al., \(2023\)](#). Dalam konteks penggunaan teknologi, kenyamanan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa senang dan puas saat menjalankan aktivitas dengan menggunakan teknologi tersebut ([Mahkota & Suyadi, 2014](#)). Jika sistem pembayaran digital dianggap rumit atau tidak nyaman, pengguna mungkin akan memilih untuk tidak menggunakannya lagi. Persepsi kemudahan dan keamanan ini mengukur masyarakat dalam mengadopsi suatu sistem baru yakni sistem pembayaran digital *e-money*

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Risiko (*Perceived Risk*), Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*), dan Kenyamanan (*Comfortability*) terhadap minat penggunaan sistem pembayaran digital (e-money) pada bus PT. Transjakarta. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada PT. Transjakarta untuk meningkatkan kualitas sistem pembayaran digital mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan minat pengguna dalam menggunakan layanan tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia secara daring dan luring dengan menggunakan kuesioner Google Form yang disebarakan kepada individu berusia antara 17 hingga 50 tahun yang berdomisili di JABODETABEK. Rentang usia tersebut dipilih untuk mewakili berbagai lapisan masyarakat yang memiliki potensi sebagai pengguna aktif sistem pembayaran digital.

Proses penelitian dilaksanakan secara bertahap dari bulan Maret hingga awal Mei 2025. Pengumpulan data primer dilakukan pada awal bulan Mei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Masih di bulan yang sama, peneliti langsung memulai proses analisis data yang mencakup pengujian hipotesis, analisis deskriptif, serta interpretasi hasil untuk mendukung penyusunan laporan penelitian secara menyeluruh.

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel berdasarkan data numerik yang dianalisis secara statistik. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dalam bentuk Google Form, yang disebarakan kepada responden secara daring dan luring.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pengguna bus Transjakarta di kota administrasi DKI Jakarta. Alasan dari pemilihan populasi ini didasari oleh akses akan data responden yang lebih mudah dan sesuai dengan topik penelitian yang berhubungan dengan bus Transjakarta, mengetahui bahwa penduduk di Jakarta diasumsikan menggunakan transportasi umum tersebut.

Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini guna mendapatkan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Purposif sampling dilakukan kepada pengguna bus Transjakarta. Berikut kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian:

1. Rentang usia 17-50 tahun
2. Berdomisili di JABODETABEK
3. Familiar dengan Uang Elektronik (*e-money*)
4. Pernah menggunakan Transjakarta

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan Pembayaran Digital (*e-money*)

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi untuk Persepsi Risik

β_2 = Koefisien regresi untuk Kemudahan
 β_3 = Koefisien regresi untuk Kenyamanan
 e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu Minat Penggunaan E-Money. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui kontribusi masing-masing faktor seperti Persepsi Risiko (X_1), Kemudahan (X_2), dan Kenyamanan (X_3) dalam mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital (Y).

Model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dengan keterangan:

- Y : Minat Penggunaan Pembayaran Digital (e-money)
- α : Konstanta (nilai Y saat seluruh $X = 0$)
- β_1 : Koefisien regresi untuk variabel Perceived Risk
- β_2 : Koefisien regresi untuk variabel Ease of Use
- β_3 : Koefisien regresi untuk variabel Comfortability
- e : Error term (residual)

Melalui analisis ini, dapat dilihat seberapa signifikan dan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam mempengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran digital di kalangan responden. Berikut merupakan hasil dari uji regresi linear berganda:

Tabel 1 Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.402	.599		2.341	.021			
	Perceived Risk	.186	.028	.420	6.608	<.001	.527	1.896	
	Ease of Use	.166	.042	.245	3.979	<.001	.561	1.781	
	Comfortability	.340	.061	.353	5.585	<.001	.532	1.880	

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan output SPSS pada tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,402 + 0,186X_1 + 0,166X_2 + 0,340X_3$$

Keterangan:

- **Y** = Minat Penggunaan E-Money
- **X₁** = Perceived Risk
- **X₂** = Ease of Use
- **X₃** = Comfortability
- 1,402 = konstanta
- 0,186; 0,166; 0,340 = koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Perceived Risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money, dengan nilai koefisien sebesar 0,186 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan pengguna sebagai *positif* (dalam arti risiko rendah), maka semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakan e-money.
- Ease of Use juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money, dengan koefisien 0,166 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah sistem e-money digunakan, maka semakin tinggi minat penggunaannya.
- Comfortability menunjukkan pengaruh paling kuat terhadap minat penggunaan e-money dengan koefisien 0,340 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, kenyamanan penggunaan memiliki pengaruh signifikan dan dominan terhadap meningkatnya minat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar proporsi variansi dari variabel dependen (Minat Penggunaan Pembayaran Digital) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, yaitu Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability.

Tabel 2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.879 ^a	.773	.766	1.225	.773	121.133	3	107	<.001

a. Predictors: (Constant), Comfortability, Ease of Use, Perceived Risk

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan hasil output regresi yang ditampilkan dalam *Model Summary*, diperoleh nilai:

- R Square (R^2) sebesar 0,773
- Adjusted R Square sebesar 0,766

Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 77,3% variasi yang terjadi pada variabel Minat Penggunaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang digunakan dalam model, yaitu Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Kenyamanan.

Sementara sisanya sebesar 22,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai R^2 yang

tinggi ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik terhadap variabel dependen.

Uji F-Square (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini menunjukkan apakah konstruk-konstruk eksogen (dalam hal ini: *Perceived Risk*, *Ease of Use*, dan *Comfortability*) secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan terhadap konstruk endogen (*Minat Penggunaan Pembayaran Digital*).

Kriteria keputusan:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka model regresi dinyatakan signifikan secara simultan (Hair et al., 2022).

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.005	3	181.668	121.133	<,001 ^b
	Residual	160.473	107	1.500		
	Total	705.477	110			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Comfortability, Ease of Use, Perceived Risk

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh:

- $F_{hitung} = 121.133$
- $Sig. = 0.000 < 0.05$
- df_1 (jumlah variabel bebas) = 3
- df_2 ($n - k$) = $111 - 4 = 107$
- F_{tabel} (pada $\alpha = 0,05$; $df_1 = 3$ dan $df_2 = 107$) $\approx 2,69$

Karena nilai F_{hitung} ($121,133$) $> F_{tabel}$ ($2,69$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Risk*, *Ease Of Use*, dan *Comfortability* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Minat Penggunaan Pembayaran Digital (e-money)*.

Uji T-Statistic (Uji Signifikansi Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam konteks ini, variabel independen yang diuji adalah Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability, sedangkan variabel dependen adalah Minat Penggunaan Pembayaran Digital (e-money).

Tabel 4. Uji T-Statistic

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.402	.599	2.341	.021		
	Perceived Risk	.186	.028	.420	<.001	.527	1.896
	Ease of Use	.166	.042	.245	<.001	.561	1.781
	Comfortability	.340	.061	.353	<.001	.532	1.880

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1). Peran Perceived Risk dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money

Berdasarkan output regresi, diketahui bahwa nilai t hitung Perceived Risk sebesar 6,608. Adapun nilai t tabel pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (dua sisi) dan derajat kebebasan $df = n - k = 111 - 4 = 107$ adalah sekitar 1,983. Maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $6,608 > 1,983$, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian, Perceived Risk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

H1: Perceived Risk berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

2) Peran Ease of Use dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money

Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,979, dengan nilai t tabel = 1,983, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, dapat disimpulkan dengan demikian, Ease of Use secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

H2: Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

3) Peran Comfortability dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money

Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t hitung = 5,585 dan t tabel = 1,983. Nilai signifikansi tercatat $0,000 < 0,05$. Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Comfortability secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

H3: Comfortability berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Pengaruh Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability terhadap Minat Penggunaan E-Money*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Perceived Risk terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Digital E-Money

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Minat Penggunaan E-Money*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,186 dan nilai *t* hitung sebesar 6,608, yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,983 (pada $\alpha = 0,05$ dan $df = 107$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan bahwa hipotesis pertama dapat diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin rendah persepsi risiko pengguna dalam menggunakan e-money, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya. Persepsi risiko dalam konteks ini meliputi risiko kehilangan dana, kebocoran data pribadi, ketidakpastian teknis, serta potensi kegagalan sistem. Oleh karena itu, *minat* seseorang dalam menggunakan sistem pembayaran digital seperti e-money sangat dipengaruhi oleh tingkat keamanan dan kepercayaan yang dirasakan terhadap layanan tersebut.

Dalam konteks *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperluas, *perceived risk* menjadi salah satu faktor eksternal penting yang mempengaruhi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan akhirnya *behavioral intention* (Venkatesh et al., 2012). Penurunan risiko yang dirasakan dapat memperkuat keyakinan pengguna bahwa sistem tersebut aman dan layak untuk digunakan.

Hasil ini diperkuat oleh beberapa penelitian sebelumnya. ASE Riyadi (2024) menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *mobile payment* di kalangan generasi Z. Kirana, et al (2023) juga mengonfirmasi bahwa semakin rendah risiko yang dirasakan, semakin tinggi minat masyarakat dalam mengadopsi layanan e-wallet.

Selain itu, Susanto P (2022) menemukan bahwa persepsi risiko memengaruhi intensi penggunaan e-money secara signifikan, terutama jika didukung oleh pengalaman positif dan kejelasan informasi yang diberikan oleh penyedia layanan. Susanto et al. (2020) juga menjelaskan bahwa *perceived risk* memiliki efek negatif terhadap kepercayaan pengguna, yang secara tidak langsung menurunkan niat penggunaan, sehingga mitigasi risiko menjadi sangat penting dalam adopsi sistem pembayaran digital.

Ease of Use terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Digital E-Money

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Minat Penggunaan E-Money*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,166 dan nilai *t* hitung sebesar 3,979, yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,983 (pada $\alpha = 0,05$ dan $df = 107$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah sebuah sistem e-money untuk digunakan termasuk dalam hal antarmuka, navigasi, proses transaksi, dan kejelasan instruksi maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk mengadopsinya. Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting karena pengguna, khususnya generasi muda dan pengguna awam teknologi, menginginkan sistem yang tidak rumit dan dapat dioperasikan secara intuitif.

Ease of Use merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini menyatakan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan individu untuk berniat menggunakannya. Selain itu, persepsi akan kemudahan juga dapat meningkatkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan menurunkan hambatan adopsi teknologi. Di Indonesia, penelitian empiris yang dilakukan oleh [Pratiwi \(2022\)](#) pada pengguna LinkAja di Semarang menemukan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan tersebut. Studi lain oleh [Sairaga & Maulana \(2023\)](#) yang meneliti penggunaan Go-Pay di Padang juga melaporkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan kembali e-wallet. Secara global, [Frontiers in Psychology \(2022\)](#) menyatakan bahwa literasi digital memperkuat persepsi kemudahan penggunaan, dan PEOU memiliki efek signifikan terhadap adopsi m-payment maupun mobile banking.

Selain itu, penelitian oleh [Wijanarko dan Sihite \(2024\)](#) pada pengguna Brimo juga mengonfirmasi bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan mobile banking, bahkan ketika variabel keamanan turut diuji. Studi lain dari [Purwanto dkk. \(2024\)](#) menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* serta *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan aplikasi digital payment.

Comfortability terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Digital E-Money

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Comfortability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money. Nilai koefisien regresi sebesar 0,340 dan nilai *t*-hitung sebesar 5,585, lebih besar dari *t*-tabel sebesar 1,983 (pada $\alpha = 0,05$ dan $df = 107$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, hipotesis ketiga diterima.

Comfortability dalam konteks ini mengacu pada kenyamanan psikologis dan emosional yang dirasakan pengguna saat menggunakan e-money, seperti kenyamanan dalam tampilan aplikasi, proses transaksi yang lancar, serta kepercayaan terhadap sistem. Semakin nyaman pengguna saat menggunakan e-money, maka semakin tinggi pula intensi mereka untuk menggunakannya dalam jangka panjang.

Menurut Venkatesh et al. (2012), kenyamanan (*comfort*) dapat digolongkan sebagai faktor afektif eksternal yang memengaruhi intensi perilaku (*behavioral intention*) melalui peningkatan persepsi kegunaan dan kemudahan. Lingkungan pengguna yang mendukung, layanan pelanggan yang responsif, serta tampilan antarmuka yang bersahabat dapat meningkatkan kenyamanan dalam penggunaan sistem. Hasil penelitian ditemukan oleh [Damayanti & Fatimah \(2022\)](#), yang menyebut bahwa kenyamanan mendorong persepsi positif terhadap layanan keuangan digital. Selain itu, [Richard dkk. \(2023\)](#) dalam *Technium Social Sciences Journal* menyimpulkan bahwa *perceived convenience* yang mencakup kenyamanan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi adopsi mobile payment dengan mediasi *perceived risk*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan memang menjadi pendorong utama adopsi teknologi keuangan digital, terutama di kalangan generasi muda..

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, serta pengujian hipotesis yang melibatkan ketiga variabel independen (Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability) terhadap variabel dependen (Minat Penggunaan E-Money), maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Perceived Risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money. Nilai koefisien regresi sebesar 0,186 dengan nilai $t_{hitung} = 6,608$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,983$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah persepsi risiko pengguna terhadap e-money, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan pembayaran digital tersebut.
2. Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money. Nilai koefisien regresi sebesar 0,166 dengan $t_{hitung} = 3,979 > t_{tabel} = 1,983$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa semakin mudah penggunaan suatu sistem pembayaran digital, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakannya.
3. Comfortability juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money. Dengan koefisien regresi 0,340, nilai t_{hitung} sebesar $5,585 > t_{tabel} = 1,983$ dan nilai signifikansi 0,000, dapat disimpulkan bahwa kenyamanan dalam bertransaksi menggunakan e-money turut meningkatkan minat pengguna.

Secara simultan, ketiga variabel independen ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money, dengan nilai $F_{hitung} = 121,133 > F_{tabel} = 2,69$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variabel Minat Penggunaan E-Money dapat dijelaskan oleh Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Implikasi

Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Perceived Risk, Ease of Use, dan Comfortability berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Money, terdapat sejumlah implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh penyedia layanan e-money, pengembang aplikasi keuangan digital, dan regulator. Pertama, dalam rangka mengurangi persepsi risiko (perceived risk), penyedia layanan perlu meningkatkan sistem keamanan perlindungan data pribadi sesuai peraturan perundang-undangan, serta mekanisme pengaduan dan pengembalian dana yang cepat dan transparan. Penguatan literasi digital masyarakat juga penting agar pengguna lebih sadar akan potensi risiko dan cara mitigasinya.

Kedua, kemudahan penggunaan (ease of use) dapat ditingkatkan dengan menciptakan antarmuka aplikasi yang sederhana, responsif, dan ramah pengguna. Penyedia layanan juga perlu memastikan bahwa aplikasi dapat berjalan dengan lancar di berbagai perangkat, menyediakan tutorial onboarding yang jelas bagi pengguna baru, serta menjaga stabilitas sistem agar tidak mengalami gangguan saat transaksi berlangsung. Ketiga, aspek kenyamanan (comfortability) dapat ditingkatkan melalui penyediaan fitur yang relevan dengan kebutuhan sehari-hari pengguna, seperti pembayaran transportasi umum, pembelian produk digital, hingga integrasi dengan e-commerce. Kenyamanan juga dapat dibangun lewat sistem reward seperti cashback dan diskon, serta tampilan aplikasi yang personal dan menyenangkan.

Selain itu, perlu dilakukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan merchant untuk melakukan kampanye bersama dalam mendorong adopsi e-money secara lebih luas, termasuk melalui pemberian insentif kepada pengguna. Implikasi-implikasi ini diharapkan mampu mendorong peningkatan minat dan intensi masyarakat dalam menggunakan e-money secara aman, mudah, dan nyaman dalam jangka panjang.

Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam pengembangan dan pengujian model penerimaan teknologi, khususnya dalam konteks sistem pembayaran digital seperti e-money. Penelitian ini memperkuat relevansi dan validitas Technology Acceptance Model (TAM) dengan menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti *Perceived Risk*, *Ease of Use*, dan *Comfortability* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* atau minat penggunaan teknologi. Secara teoritis, temuan ini mendukung perluasan TAM yang mengakomodasi variabel-variabel baru di luar *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai penentu utama penerimaan teknologi, seperti yang dikembangkan dalam model TAM2 dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

Secara khusus, temuan mengenai pengaruh *perceived risk* memperkuat posisi risiko sebagai determinan penting dalam konteks teknologi keuangan digital yang menuntut kepercayaan tinggi dari penggunanya. Sementara itu, temuan bahwa *comfortability* berpengaruh signifikan menegaskan pentingnya faktor kenyamanan psikologis dan pengalaman pengguna (user experience) dalam mendorong intensi penggunaan, yang sebelumnya belum banyak dieksplorasi dalam penelitian TAM klasik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat model teori yang ada, tetapi juga membuka ruang bagi pengembangan kerangka teoritis baru yang lebih kontekstual terhadap layanan berbasis digital yang semakin kompleks dan beragam.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya mencakup masyarakat pengguna Transjakarta di Jakarta berusia 17–50 tahun, sehingga hasil temuan belum dapat digeneralisasi ke seluruh populasi pengguna e-money pada pengguna moda transportasi umum. Kedua, instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya, yang dapat membatasi ekspresi pendapat responden secara lebih luas dan mendalam. Ketiga, penelitian ini hanya meneliti tiga variabel independen, yaitu *Perceived Risk*, *Ease of Use*, dan *Comfortability*, padahal dalam kenyataannya terdapat banyak faktor lain yang juga dapat memengaruhi minat penggunaan e-money, seperti promosi, kepercayaan terhadap penyedia layanan, atau faktor sosial. Terakhir, karena penelitian ini bersifat cross-sectional, maka tidak dapat menangkap perubahan perilaku atau minat pengguna dalam jangka waktu yang lebih panjang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sebaiknya dijadikan acuan awal yang perlu diuji kembali dalam konteks yang lebih luas dan beragam.

Rekomendasi untuk Penelitian selanjutnya

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya. Pertama, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang

relevan seperti *trust*, *perceived usefulness*, *social influence*, atau *digital literacy*, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money. Kedua, cakupan populasi dan wilayah penelitian dapat diperluas. Jika dalam penelitian ini responden hanya terbatas pada pengguna Transjakarta, maka ke depan studi dapat mencakup masyarakat umum dari berbagai usia dan latar belakang untuk meningkatkan generalisasi hasil. Ketiga, peneliti selanjutnya dianjurkan menggunakan metode campuran (*mixed methods*), yaitu dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hal ini memungkinkan eksplorasi lebih mendalam terhadap motivasi atau persepsi pengguna yang mungkin tidak terungkap melalui kuesioner tertutup. Keempat, penggunaan desain longitudinal juga layak dipertimbangkan untuk melihat perubahan minat penggunaan e-money dari waktu ke waktu. Terakhir, penting bagi peneliti berikutnya untuk mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih luas dan terstandarisasi agar dapat menangkap kompleksitas dari variabel seperti *perceived risk* dan kenyamanan secara lebih akurat dan reliabel. Rekomendasi ini diharapkan dapat memperkaya kajian keilmuan di bidang adopsi teknologi keuangan digital, khususnya e-money.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72-84.
- Appiah, T., & Agblewornu, V. V. (2025). The interplay of perceived benefit, perceived risk, and trust in Fintech adoption: Insights from Sub-Saharan Africa. *Heliyon*.
- Arisa, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Generasi Milenial di kota Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* terhadap keinginan membeli kembali melalui e-trust dan s-satisfaction (Studi kasus pengguna Gopay pada transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40-52.
- AY, Y. O. T., Simanjuntak, A., & Akri, P. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (E-Wallet) Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(4), 487-500.
- Badriatin, T., Rinandiyana, L. R., & San Marino, W. (2022). Persepsi risiko dan sikap toleransi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Perspektif*, 20(2), 158-163.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology*. MIS Quarterly. Manajement Information System Research Center, University Of Minnesota
- Dirwan, D. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323-332.
- Dwi Sari, A. N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 1.
- Firdaus, M. M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216-230.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8 ed). Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2013, Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 21.0, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gracya, R. (2023). Analisis Penggunaan Aktual Sistem Informasi Manajemen Barang Milik Daerah Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Yapen. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1), 078-090.
- Hair, J., et al. (2009) *Multivariate Data Analysis*. 17th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Hervilia, H., Singasatia, D., & Sunandar, M. A. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401-410.
- Hidayat, R. (2021). Pengaruh motivasi, kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5(1), 16-23.
- Hidayat, T., Oktaviano, B., & Baharuddin, R. (2023). Keputusan investasi berdasarkan literasi keuangan, pengetahuan investasi dan persepsi risiko. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 441-452.
- Hukama, Y., & Giri, R. R. W. (2023). Analisis faktor-faktor yang membentuk digital skill pada penggunaan mobile banking di Kota Medan. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 39-63.
- Ikhsani, K., Widayati, C. C., & Wuryandari, N. E. R. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 66-75.
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019, July). Analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. In progress Conference (Vol. 2, No. 1, pp. 557-563).
- I'tishom, F. M., Martini, S., Novandari, W. (2020). Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 22(4), 514-528.
- Jati, J. N., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1 (2), 1-14.
- Jogiyanto. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Edisi Keenam. Cetakan kedua. Yogyakarta.BPFE.
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. (1974). Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of applied Psychology*, 59(3), 287.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 694-703.
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 82-99.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*, ed.Ketiga Belas . Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pengguna dompet digital ovo di surakarta. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19-29.
- Ma, Q. & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model: A Meta-Analysis of Empirical Findings. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 16(1), 59-72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>

- Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V. K., & Oorni, A. (2006, January). The impact of use situation and mobility on the acceptance of mobile ticketing services. In *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06)* (Vol. 2, pp. 42b-42b). IEEE.
- Mardikawati, B., Masyumi, I. A., & Nugraha, A. E. (2022). Forecasting and Trend Analysis Bus Transportation During COVID-19 in Bali Land Using Time Series Method. *UKaRsT*, 6(2), 218. <https://doi.org/10.30737/ukarst.v6i2.3323>
- Masoud, E.Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan, *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN. Available at: www.iiste.org.
- Muhaimin, M., Jumriani, J., Alviawati, E., & Angriani, P. (2023). Urgensi Kenyamanan Termal dalam Perspektif Pembelajaran. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu dan Pendidikan Geografi*, 7(1), 23-32.
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 830-838.
- Nawang Sari, S., & Iswah, S. N. (2019, November). Pengaruh teknologi informasi, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap kepuasan nasabah serta implikasinya pada minat ulang penggunaan aplikasi Jenius Bank BTPN. In *Seminar Nasional Aptikom (Semnastik) 2019* (pp. 144-151).
- Novitasari, I. (2016). Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Nurdin, N., & Basalamah, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Go-Pay Pada Generasi Milenial. *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society (KIIIES) 5.0*, 1(1), 518-531.
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2020). Analisis Technology Acceptance Model pada Pengguna Dompot Digital di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 137-146.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan e-money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151-158.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Pulungan, A. S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking (Studi Kasus Masyarakat Sihitang Kota Padangsidempuan). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Riyadi, A. S. E., Hadi, S. P., & Widayanto, W. (2024). Pengaruh Perceived Risk dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Shopeepay Generasi Milenial dan Z di Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 984-995.
- Sari, I. (2019). Pengaruh kemudahan, manfaat penggunaan teknologi, fitur layanan dan keamanan, terhadap minat menggunakan E-money, dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*.

- Sholihah, E., & Ariyani, D. (2023). Generation z cashless preferences in the post covid-19 pandemic era: Identifying the continuity of digital payment usage. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 6(2), 203-225.
- Sirait, M. S., & Wolor, C. W. (2023). PENGARUH USEFULNESS, COMFORTABLE, DAN EASE TO USE TERHADAP USE BEHAVIOUR APLIKASI ZOOM CLOUD MEETINGS PADA MAHASISWA. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 2(4), 478-484.
- Siri, M., Fitriyani, F., & Herliana, A. (2016). Analisis Minat Pengguna Aplikasi Paytren Berbasis Android Pada Pt. Veritra Sentosa Internasional Menggunakan Technology Acceptance Model. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi*, 1(1).
- Stefany, B. A., Wibowo, F. M., & Wiguna, C. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Wisata Brebes Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172-184.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono and Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(1), 11-19.
- Susanto, P., Hoque, M. E., Hashim, N. M. H. N., Shah, N. U., & Alam, M. N. A. (2022). Moderating effects of perceived risk on the determinants–outcome nexus of e-money behaviour. *International Journal of Emerging Markets*, 17(2), 530-549.
- Susanty, M., Sudarso, E., Arestha, R., Khumaira, S., & Saju, F. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEMUDAHAN DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN ONLINE SHOP MELSSSTOREC SINGKAWANG). *hectocorn*, 4(2), 89-108.
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal manajemen*, 8(2).
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Wakanno, T. P. (2022). *Pengaruh Kenyamanan Berbelanja, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret di Kota Ambon)* (Doctoral dissertation, STIE MALANGKUCECWARA).
- Wardana, A. A., Saputro, E. P., Wahyuddin, M., & Abas, N. I. (2022, June). The effect of convenience, perceived ease of use, and perceived usefulness on intention to use e-wallet. In *International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)* (pp. 386-395). Atlantis Press.
- Yolanda, A., & Widiyoko, G. (2013). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, dan norma subjektif terhadap minat menggunakan electronic commerce (e-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Zarasky, D., & Septiani, N. (2022). Analisis faktor kepuasan dan minat penggunaan e-money flazz bca di kota tangerang. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 1(1), 89-99.