



Pengaruh kepercayaan dan kemudahan akses terhadap minat penggunaan e-money: Studi kasus Gen Z di Kota Klaten

The influence of trust and ease of access on interest in using e-money: A case study of Gen Z in Klaten City

Laras Qotrunada Rahma Dianti*, Aditya Liliyan

STIE Surakarta, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Penggunaan uang elektronik (e-money) semakin meningkat di Klaten, Jawa Tengah, terutama di kalangan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara parsial terhadap minat penggunaan e-money oleh generasi Z di wilayah tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling berupa purposive sampling. Kriteria responden adalah berusia 18-23 tahun dan telah menggunakan e-money minimal dua kali. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden, diukur dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda pada aplikasi SPSS versi 25. Sebelum analisis, data diuji validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan e-money. Dengan demikian, kedua faktor tersebut merupakan elemen penting yang mendorong minat generasi Z di Klaten untuk terus menggunakan e-money.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Minat penggunaan e-money.

Abstract

With the increasing use of electronic money (e-money) in Klaten, Central Java, this trend is particularly driven by factors influencing Generation Z in the region. This study aims to examine the partial effects of trust and perceived ease of use on the intention to use e-money among Generation Z in Klaten, Central Java. The research employed a quantitative approach with non-probability sampling using purposive sampling technique. Respondents were selected based on criteria of being aged 18-23 years and having used e-money at least twice. Primary data were collected through questionnaires from 100 e-money users, measured using a Likert scale, and analyzed via multiple linear regression using SPSS version 25. Prior to analysis, the data underwent instrument testing (validity and reliability) and classical assumption tests. The results indicate that trust and perceived ease of use have significant partial effects on the intention to use e-money. Therefore, both factors are crucial in driving Generation Z's interest in adopting and continuing to use e-money in Klaten.

Keywords: Trust, Convenience, Interest in using e-money.

Histori Artikel:

Diterima 21 November 2025, Direvisi 22 November 2025, Disetujui 27 Desember 2025, Dipublikasi 30 Desember 2025.

***Penulis Korespondensi:**

larasqotrunada10@gmail.com

DOI:

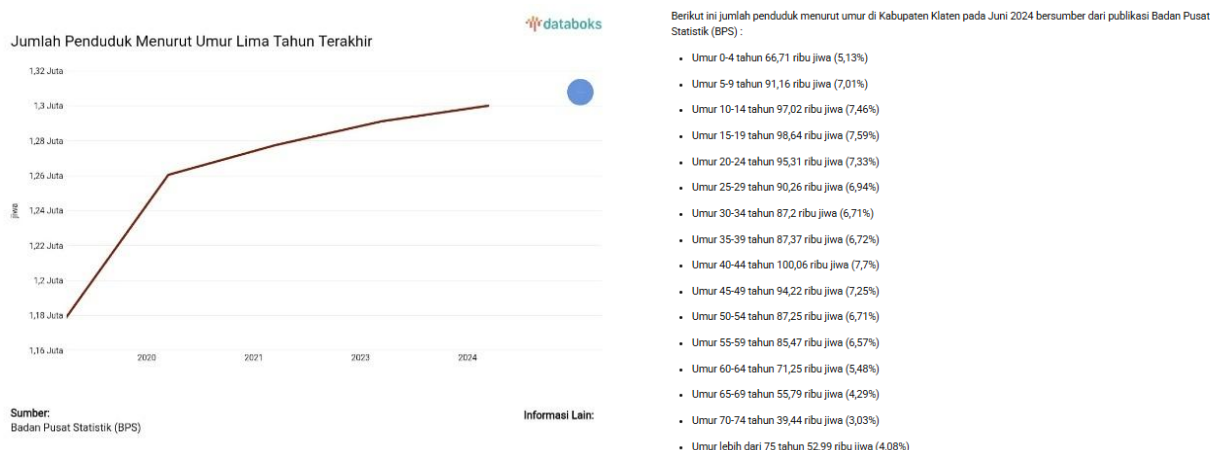
<https://doi.org/10.60036/jbm.965>

PENDAHULUAN

Semenjak beberapa tahun terakhir ini, setiap tahunnya terdapat peningkatan yang signifikan dari sektor teknologi di Indonesia (Desita & Dewi, 2022). Adanya teknologi yang memanfaatkan jaringan internet membawa dampak positif yang jauh lebih efisien dan efektif dari penggunaannya (Fatonah & Hendratmoko, 2020). Terutama di bidang teknologi keuangan yang inovatif, yang dikenal dengan *Fintech*, yaitu integrasi antara teknologi dengan pelayanan keuangan modern. Adanya *fintech* terciptanya pergeseran pola transaksi masyarakat yang dari tunai, akhirnya beralih ke sistem pembayaran yang lebih modern. misalnya penggunaan e-money (Wardani & Susanti, 2024).

Dalam kerangka peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009, peraturan yang berkaitan pada pedoman sistem pembayaran menggunakan e-money dikembangkan. Uang elektronik yakni bentuk *payment* dengan penyimpanan elektronik baik di chip atau server (Putri, 2024). Ada beberapa fasilitas pembayaran seperti Mandiri e-money, BCA Flazz, BNI TapCash, BRI Brizzi, LinkAja, GoPay, OVO, ShopeePay, Dana (Kusuma & Susilowati, 2024)

Setiap tahunnya, transaksi pembayaran dengan e-money meningkat seiring dengan peningkatan jumlah pengguna dari generasi Z yang lebih memilih cara pembayaran secara digital. Ini berakibat pada kecepatan dan efisiensi dalam pembayaran. Secara umum, kelompok demografi yang lahir antara tahun 1997-2012, disebut sebagai generasi Z (Ardana, 2023). Sebagaimana disebutkan oleh (Lutfia et al., 2024), 92,6% generasi Z setuju bahwa e-money dapat memberikan rasa aman dan kemudahan dalam bertransaksi.



Gambar 1. Data BPS 2024
Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, demografi di Kabupaten Klaten pada tahun 2022, total populasi yaitu 1,28 juta jiwa dan terus bertambah di tahun 2024 yaitu 1,3 juta jiwa jumlah penduduk usia 18–25 tahun di Klaten mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah penduduk usia 15–19 tahun mencapai 98,64 ribu jiwa (7,59%), dan usia 20–24 tahun sebanyak 95,31 ribu jiwa (7,33%). Jika digabungkan, kelompok usia 15–24 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z mencapai sekitar 14,92% dari total penduduk Kabupaten Klaten (BPS, 2024).

Fenomena perilaku generasi Z di Klaten mengalami peningkatan secara berkala dalam behavior sinkron dengan adopsi teknologi digital atau yang biasa disebut dengan Teknologi Acceptance Model (TAM). Teknologi Acceptance Model (TAM) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kelebihan dan utilitas teknologi baru. Model Penerimaan Teknologi (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis et al pada tahun 1989. Dalam studi mereka, Davis et al. (Arisa, 2023) mengemukakan gagasan bahwa model TAM didasarkan pada dua konsep utama:

kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakannya.

Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi salah satu kelompok usia dengan peran besar dalam perekonomian daerah, terutama dalam pola konsumsi dan transaksi digital. Gaya hidup cashless dapat terlihat dari meningkatnya penggunaan uang elektronik dalam berbagai transaksi baik online maupun offline (Rahmatika et al., 2024). Generasi Z sebagai generasi digital memiliki kecenderungan tinggi untuk berbelanja online dan sering kali melakukan transaksi impulsif yang tidak sesuai dengan kebutuhan (Faliha Utama et al., 2024).

Masyarakat Kota Klaten sangat menunjang potensi layanan keuangan. Karena mereka dipacu untuk beralih dari uang tunai ke uang elektronik. Dengan uang elektronik, masyarakat sudah terbiasa bertransaksi. Diantaranya, dalam pembayaran di cafe atau kios UMKM yang sudah berlisensi uang elektronik dan belanja. Ini ditunjang dengan pelaku teknologi digital yang terus berinovasi di kota Klaten.

Peralihan ini didasari dengan adanya kepercayaan konsumen, karena kepercayaan konsumen yaitu variabel yang sangat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan e-money di situs atau aplikasi digital yang terdeteksi perangkat untuk melakukan pembayaran digital. Pergeseran ini didukung dengan adanya kepercayaan konsumen karena kepercayaan konsumen menjadi hal penting yang menyebabkan peningkatan minat pengguna dalam memakai e-money pada situs atau aplikasi tertentu yang menyediakan layanan pembayaran digital.

Tingkat kepercayaan ini salah satunya dipengaruhi oleh aspek kemudahan, kemudahan dapat memberikan suatu kepercayaan pada penggunanya, apabila seseorang merasa mudah saat menggunakan suatu sistem pada teknologi maka seseorang pasti menggunakannya begitupun saat seseorang merasa kesulitan saat menggunakan suatu sistem maka seseorang tidak memanfaatkan suatu teknologi. Dari uraian latar belakang maka tujuan penelitian yakni guna mengetahui terkait Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Akses terhadap Minat Penggunaan E-Money (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021).

Research gap dalam penelitian ini terletak pada variasi hasil studi yang menunjukkan perbedaan pengaruh variabel terhadap minat dan loyalitas pengguna e-money di kalangan generasi Z di berbagai lokasi. Walaupun terdapat kesepakatan bahwa kepercayaan dan kemudahan berperan penting, beberapa penelitian, seperti oleh Kusuma & Susilowati (2024) dan Putri (2024), menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, sementara penelitian lain seperti Wardani & Susanti (2024) menunjukkan pengaruh positif signifikan. Selain itu, penelitian Zuhro et al. (2021) menyoroti pengalaman pengguna yang tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang, menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diujikan mungkin memiliki efek yang berbeda tergantung pada konteksnya. Hal ini menciptakan kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi hubungan kompleks antara kepercayaan, kemudahan, dan faktor-faktor lain seperti lingkungan sosial dan motivasi hedonis dalam konteks e-money, khususnya di daerah yang belum banyak diteliti, seperti Klaten.

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya terletak pada fokus variabel yang diuji dan konteks tempat serta orang yang lebih spesifik. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Wardani & Susanti (2024), Zuhro et al. (2021), dan Kusuma & Susilowati (2024), mengeksplorasi bagaimana kemudahan transaksi, kepercayaan, dan faktor lainnya mempengaruhi loyalitas dan minat penggunaan e-money di berbagai lokasi. Sementara itu, penelitian ini lebih menekankan pengaruh kombinasi kepercayaan dan kemudahan terhadap minat penggunaan e-money khususnya di kalangan generasi Z di Klaten.

Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor lokal yang mungkin belum diperhatikan sebelumnya. Dengan cara ini, penelitian ini bertujuan memberikan

pemahaman yang lebih baik tentang apa yang mempengaruhi penggunaan e-money di generasi Z di Klaten, terutama di tengah perkembangan teknologi finansial yang cepat. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini bisa mengisi kekosongan dalam literatur yang ada dan memberikan saran praktis bagi penyedia layanan e-money untuk meningkatkan minat dan loyalitas pengguna.

LANDASAN TEORI

Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) adalah teori sistem informasi yang dirancang khusus untuk menggambarkan penerimaan dan penggunaan sistem informasi. TAM, yang pertama kali diperkenalkan Davis dkk., 1989, merupakan perluasan dari Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action/TRA) dan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB). TAM memiliki dua struktur teoretis: kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, yang merupakan hal mendasar dalam penerimaan sistem informasi. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat memengaruhi niat perilaku seseorang. Minat seseorang dalam menggunakan teknologi akan tumbuh seiring dengan manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. TAM dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor perilaku utama dalam penggunaan teknologi informasi. Lebih spesifiknya, TAM menjelaskan penerimaan teknologi informasi dan aspek-aspek yang dapat memengaruhinya (Davis dkk., 1989).

Struktur teoretis pertama, kegunaan yang dirasakan, mendefinisikan bahwa jika seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kualitas kinerja mereka dalam suatu organisasi. Struktur teoretis kedua, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, mendefinisikan bahwa jika seseorang percaya pada suatu sistem tertentu, maka sistem tersebut akan lebih mudah digunakan. Persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan dapat memengaruhi sikap seseorang terhadap teknologi yang digunakan. Peningkatan persepsi kemudahan penggunaan juga akan memengaruhi peningkatan persepsi kegunaan karena kemudahan penggunaan suatu sistem. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi kinerja karena pengguna tidak membutuhkan waktu lama untuk mempelajarinya (Davis et al., 1989; Rahmah et al., 2020).

E-money

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Bank Indonesia, *e-money* atau uang elektronik adalah sarana pembayaran yang bersifat digital. Saldo uang yang disimpan pada perangkat elektronik, dimana sebelumnya harus diisi (di-top up) sebelum dapat digunakan untuk pembayaran. Saldo yang tersimpan pada perangkat elektronik, *e-money*, akan berkurang setiap kali digunakan untuk pembayaran. Produk yang digunakan untuk menyimpan *e-money* dapat berupa chip atau server (Adinda & Mardhiyah, 2022).

Generasi Z

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Nainggolan et al. (2022) yang dikutip oleh (Ruyani et al., 2024). Generasi Z adalah kelompok perkembangan teknologi yang lahir pada 1997-2012, yang di pendamping dengan teknologi untuk mendistribusikan informasi pada berbagai lokasi. Bagi kelompok ini, teknologi adalah sebuah inovasi yang harus ada dalam setiap aktivitas sehari-hari. Dampak internet sangat besar, salah satunya adalah dalam aktivitas berbelanja yang dapat dilakukan secara online atau dengan transaksi melalui perangkat smartphone.

Kepercayaan

Lau dan Lee 1999 yang dikutip pada (Wasana & Telagawathi, 2023). menyatakan, *The trust* (Kepercayaan) merupakan suatu keyakinan seorang individu terhadap individu lain, dengan

memposisikan suatu resiko kerugian. Serta *trust factor is of considerable importance* (faktor kepercayaan sangat penting) menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk bertransaksi. Kepercayaan konsumen pada suatu sistem yang digunakan dalam bertransaksi adalah kepercayaan pada sistem. Sehingga konsumen merasa aman dan nyaman tanpa ada rasa khawatir terhadap resiko pembobolan data yang disengaja, dan disalahgunakan untuk kepentingan yang tidak etis. Ini dapat memberikan kepercayaan yang sangat besar dan memberikan *good experience* dan loyalitas kepada konsumen (Zuhro et al., 2021).

Indikator dari (Verhagen 2007) yang dikutip dari (Wijaya, 2024) Indikator kepercayaan yaitu antara lain:

1. Orang dapat bergantung pada mereka
2. Mereka memiliki reputasi baik
3. Mereka menyediakan keamanan transaksional

Kemudahan Akses

Menurut (Jogiyanto&Willy, 2009) yang dikutip oleh (Jaya Ramadaey Bangsa, 2023). menjelaskan bahwa Sudah jelas bahwa seorang individu akan merasakan kemudahan berupa efisiensi waktu serta hasil kerja pada suatu tugas ketika individu tersebut mempunyai kemampuan untuk mengerjakan tugas tersebut. Hal ini sejalan dengan pengertian kemudahan adalah jika suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan dengan lebih cepat serta lebih efisien daripada waktu normal pada tugas tersebut, akan lebih mudah jika seseorang mempunyai kemampuan untuk menyelesaikannya.

Kemudahan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan menurut (Venkatesh, 2000) dalam (Inayah, 2020) adalah dengan ketersediaan waktu yang efisien daripada waktu yang seharusnya untuk menyelesaikan tugas tersebut:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah untuk menjadi mahir/terampil
3. Jelas dan mudah dipahami
4. Mudah untuk digunakan
5. Fleksibel
6. Dapat dikontrol

Minat

Motivasi seseorang dapat juga dilihat dari aktivitas yang dilakukannya sesuai dengan minat dan perasaan dari individu tersebut. Jika seseorang memiliki minat yang besar, maka motivasi yang dimiliki juga besar pula (Putri, 2024).

Indikator yang dimaksud menurut Juhri dan Dewi (2017) yang dikutip oleh (Adinda & Mardhiyah, 2022) menyatakan bahwa indikator minat, yaitu :

1. Adanya perilaku seorang calon pembeli dan pengguna suatu produk
2. Adanya perilaku seorang calon pembeli dan pengguna suatu produk, serta merekomendasikannya kepada orang lain
3. Adanya minat yang positif untuk mendapatkan suatu informasi yang menunjang perilaku seseorang untuk mencari informasi.

METODE

Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini berjudul Pengaruh kepercayaan dan kemudahan akses yang dirasakan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar kepercayaan dan kemudahan akses mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Penelitian ini memanfaatkan 2 sumber data yang berbeda, data primer, dan data

sekunder. Data primer diambil melalui kuesioner online, sementara data sekunder diperoleh dari jurnal penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah anggota Generasi Z yang tinggal di Klaten dan merupakan pengguna aktif uang elektronik. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sampel berusia 18-23 tahun dan pernah menggunakan e-money minimal 2x. Populasi target dalam studi ini adalah individu Gen Z yang tinggal di Klaten. Menurut Sugiyono (2019: 131), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Populasi

E : Kelonggaran, ketidaktelitian dikarenakan kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir dengan e = 10%

Maka diperoleh:

$$n = \frac{1,300,000}{1 + 1,300,000 \cdot (0.10)^2}$$

$$n = \frac{1,300,000}{1 + 1,300,000 \cdot 0.01}$$

$$n = \frac{1,300,000}{13,001} \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner secara online menggunakan Google Form yang disebar di bulan Oktober 2025. Penelitian ini menggunakan dua variabel, di mana masing-masing variabel bersifat independen dan dependen. Peneliti menggunakan dua dimensi skala Likert, yaitu 5 (Sangat Setuju) hingga 1 (Sangat Tidak Setuju). Data dari kuesioner ini kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS v. 25.0. Pengolahan data dilakukan dengan uji validitas, dan reliabilitas. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda sampai uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian tersebut dilakukan dengan uji t (t-test), dan uji koefisien determinasi, yakni R², guna mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional adalah definisi konkrit atau spesifik dari konsep atau konstruk yang akan diukur (Sugiyono, 2019, hal. 68). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu satu variabel dependen dan dua variabel independen sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Dependen Variabel) Variabel terikat (Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2019, hal. 69). Variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan pengguna.

2. Variabel Bebas (Independen) Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019, hal. 69). Variabel bebas yang digunakan yaitu e-quality service dan kemudahan penggunaan.

Untuk lebih jelasnya, dibawah ini disajikan tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Kepercayaan (X1)	(Wasana & Telagawathi, 2023). Kepercayaan atau <i>Trust</i> merupakan suatu kepercayaan seseorang terhadap pihak lain dengan resiko yang akan di dapat.	1. Dapat diandalkan 2. Memiliki raputasi yang baik 3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi	Verhagen, 2007 yang dikutip (Wijaya, 2024)
Kemudahan (X2)	<i>Percived ease of use</i> sebagai keyakinan seseorang akan dengan mudah menggunakan teknologi dimana pengguna user percaya bahwa sistem yang digunakan dengan mudah dan terbebas dari suatu masalah (Putri Aisyah Maharani, 2019)	1. Mudah dipelajari (easy of learn) 2. Mudah untuk menjadi mahir/ terampil (easy to become skillful) 3. Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable) 4. Mudah untuk digunakan (easy to use) 5. Fleksibel (flexible) 6. Dapat dikontrol (controllable)	Davis (1989) yang dikutip (Inayah, 2020)
Minat (Y)	Minat merupakan keinginan seseorang pada suatu hal baik terhadap aktivitas sesuai dengan perasaan individu sebagai motivasi. Seseorang dengan minat tinggi maka motivasi yang dimiliki semakin besar untuk memenuhi keinginannya (S. M. Putri, 2024).	1. Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk. 2. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3. Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif.	Juhri dan Dewi (2017) yang dikutip (Adinda & Mardhiyah, 2022)

Sumber: Dibuat Peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 100 orang responden yang melalui penyebaran kuesioner selama satu bulan. Pemaparan berikut ini meliputi lima kriteria responden yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan domisili.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	40	40%
2.	Perempuan	60	60%
Total		100%	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Pada tabel 2, diketahui bahwa responden sebagian besar adalah perempuan yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 60%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 40 orang atau 40%. Maka dari itu, responden terbanyak adalah Perempuan.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase %
1.	17-21 Tahun	63	63%
2.	22-26 Tahun	34	34%
3.	27-28 Tahun	3	3%
Total		100%	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Pada tabel 3, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 17-21 tahun, dengan jumlah 63 orang atau 63% dari total responden. Ini menandakan bahwa generasi muda yang masih dalam fase awal dewasa mendominasi penelitian ini, mencerminkan minat yang tinggi terhadap penggunaan teknologi keuangan. Sementara itu, kelompok usia 22-26 tahun terdiri dari 34 orang atau 34%, yang tetap signifikan tetapi lebih kecil dibandingkan dengan kelompok usia lebih muda. Hanya 3 responden berusia 27-28 tahun, yang mewakili 3% dari total, menunjukkan partisipasi yang sangat terbatas dari kelompok usia lebih tua. Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi Z di Klaten, khususnya yang berusia lebih muda, cenderung lebih terbuka dan terlibat dalam penggunaan e-money, sehingga memberikan wawasan penting bagi strategi pemasaran dan pengembangan produk yang ditujukan untuk segmen usia ini.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase %
1.	Pelajar/Mahasiswa	71	63%
2.	Karyawan Swasta	16	34%
3.	Wiraswasta	13	3%
Total		100%	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Pada Table 4, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa, dengan jumlah 71 orang atau 71% dari total responden. Ini menegaskan bahwa kelompok ini mendominasi partisipasi dalam penelitian, mencerminkan kesadaran dan ketertarikan yang tinggi terhadap teknologi finansial di kalangan generasi muda. Di sisi lain, responden yang berprofesi sebagai karyawan swasta berjumlah 16 orang atau 16%, menunjukkan bahwa meskipun ada keterlibatan dari kelompok pekerja, proporsinya jauh lebih kecil. Sementara itu, hanya 13 orang atau 13% yang merupakan wiraswasta, menandakan partisipasi yang sangat terbatas dari kalangan ini. Temuan ini menunjukkan bahwa pelajar dan mahasiswa sebagai pengguna potensial e-money adalah target utama yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan e-money di kalangan generasi Z.

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase %
1.	< Rp 1.000.000	55	55%
2.	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	29	29%
3.	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	16	16%
Total		100%	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Pada table 5, menunjukkan bahwa mayoritas responden, sebanyak 55 orang atau 55%, memiliki pendapatan kurang dari Rp 1.000.000. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori pendapatan rendah, yang mungkin mempengaruhi kemampuan dan minat mereka dalam menggunakan e-money. Sementara itu, 29 responden atau 29% memiliki pendapatan di rentang Rp 1.000.000 hingga Rp 3.000.000, dan hanya 16 responden atau 16% yang memiliki pendapatan antara Rp 3.000.000 hingga Rp 5.000.000. Dengan demikian, temuan ini menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pengguna dengan pendapatan rendah dalam pengembangan strategi pemasaran e-money, serta menggugah perlunya edukasi mengenai keunggulan e-money yang dapat membantu pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Jumlah	Presentase %
1.	Kecamatan Bayat	2	2%
2.	Kecamatan Cawas	2	2%
3.	Kecamatan Ceper	2	2%
4.	Kecamatan Delanggu	17	17%
5.	Kecamatan Jatinom	1	1%
6.	Kecamatan Jogonalan	2	2%
7.	Kecamatan Juwiring	6	6%
8.	Kecamatan Karangnom	4	4%
9.	Kecamatan Kemalang	1	1%
10.	Kecamatan Klaten Selatan	3	3%
11.	Kecamatan Klaten Tengah	4	4%
12.	Kecamatan Klaten Utara	2	2%
13.	Kecamatan Ngawen	1	1%
14.	Kecamatan Pedan	1	1%
15.	Kecamatan Polanharjo	38	38%
16.	Kecamatan Trucuk	1	1%
17.	Kecamatan Tulung	2	2%
18.	Kecamatan Wonosari	11	11%
Total		100%	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Pada table 6, mengungkapkan bahwa Kecamatan Polanharjo memiliki jumlah responden terbanyak, yaitu 38 orang atau 38%, menunjukkan dominasi yang signifikan dalam partisipasi penelitian. Hal ini bisa menunjukkan bahwa area tersebut memiliki populasi yang lebih tinggi atau lebih banyak pengguna e-money. Selanjutnya, Kecamatan Wonosari berada di urutan kedua dengan 11 responden atau 11%, mencerminkan keterlibatan yang cukup baik dari daerah tersebut, meskipun tidak sebesar Polanharjo. Di tempat ketiga, Kecamatan Delanggu memiliki 17 responden atau 17%, yang juga menunjukkan partisipasi yang relatif signifikan. Temuan ini penting karena mendemonstrasikan bahwa domisili responden berpengaruh pada partisipasi mereka dalam penelitian ini, dan hal ini dapat digunakan untuk memahami pola penggunaan e-money berdasarkan lokasi geografis. Strategi pemasaran dan pengembangan produk e-money perlu mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan spesifik di masing-masing kecamatan, terutama di area dengan jumlah pengguna yang tinggi untuk mengoptimalkan adopsi dan penggunaan teknologi finansial.

Uji Instrumen

Uji validitas

Validitas mengacu pada sebuah ketelitian dari instrumen pengukuran (Azwar, 2016) dalam (M Rakha Naufal Irfano, n.d.) yang mengacu pada pengukuran yang tepat dan seksama. Uji validitas dalam suatu penelitian dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, sesuai dengan kriteria yang ada. Maka hasil uji validitas dapat dilihat dari kriteria yang ada:

Tabel 7. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Nomor Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1. 1	.889	0,196	Valid
	X1. 2	.889	0,196	Valid
	X1. 3	.811	0,196	Valid
Kemudahan (X2)	X2. 1	.868	0,196	Valid
	X2. 2	.798	0,196	Valid
	X2. 3	.757	0,196	Valid
	X2. 4	.821	0,196	Valid
	X2. 5	.754	0,196	Valid
	X2. 6	.818	0,196	Valid
Minat (Y)	Y. 1	.808	0,196	Valid
	Y. 2	.813	0,196	Valid
	Y. 3	.845	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Indikator penelitian yang ada sudah valid. Hal itu dapat dibuktikan melalui r hitung pada setiap pernyataan yang ada yang lebih dari r tabel yang diperoleh 0.196. untuk r tabel adalah untuk n yang berjumlah 2 dikurangi, dalam perhitungan n , dan merujuk pada r tabel, maka diperoleh 0.196.

Uji Reliabilitas

Ghozali, 2011 dalam kutipan (Desita & Dewi, 2022). mengemukakan bahwa “Uji reliabilitas merupakan teknik menguji kualitas suatu data”. Kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach alpha $>$ 0.6.

Tabel 8. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X1)	.826	Reliabel
Kemudahan (X2)	.888	Reliabel
Minat (Y)	.759	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Dapat diketahui bahwasanya semua variabel reliabel. Semua variabel berhak diterima karena memiliki nilai Cronbach alpha lebih dari 0.6.

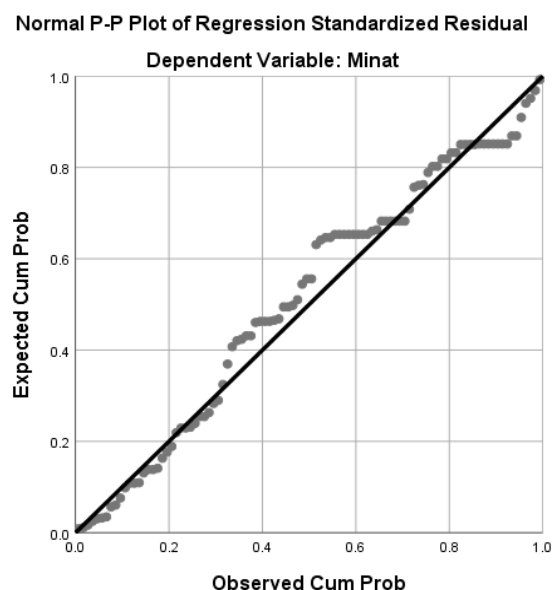
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila menggunakan analisis grafik, umumnya normalitas dideteksi dengan melihat tabel histogram. Akan tetapi jika hanya melihat tabel histogram saja dapat menyesuaikan, khususnya untuk jumlah sampel yang sedikit. Metode

yang terpercaya adalah dengan melihat *normal probability plot* dengan cara membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Menurut Ghozali (2018) dasar dalam menggunakan *normal probability* adalah sebagai berikut : (a) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, (b) jika data menyebar jauh dari dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dapat dilihat melalui grafik *normal p-plot* seperti berikut ini.



Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas
Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan pada Gambar 1 grafik normal p-plot menunjukkan bahwa pola data (titik) menyebar di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Pola (titik) telah mengikuti garis diagonal antara o (nol) dengan pertemuan sumbu Y (Expected Cum Prob) dan sumbu X (Observed Cum Prob) hal tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian telah berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier secara signifikan antar variabel independen dan dependen dalam model regresi (Rohmasari, 2023).

Tabel I. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
Kepercayaan (X1)	.305	3.275	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan (X2)	.305	3.275	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tidak terdapat multikolinearitas, dimana model regresi ini memenuhi syarat untuk digunakan.

Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas merupakan uji statistik yang bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varians antara nilai residual dari berbagai observasi model regresi.

Tabel 10. Hasil Pengujian Heteroskedasitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kepercayaan (X1)	.254	Tidak terjadi heteroskedasitas
Kemudahan (X2)	.434	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Hasilnya 0,05. Oleh karena di simpulkan bahwa untuk kedua variabel ini tidak ada Heteroskedastisitas berarti bahwa model regresi ini baik.

Uji Regresi Berganda

Mengukur besarnya pengaruh parsial dari variabel independen X1 yaitu kepercayaan dan X2 yaitu kemudahan terhadap penggunaan e-money.

Tabel 11. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Konstanta	1.041	.340
Kepercayaan	.389	.143
Kemudahan	.282	.140

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.041 + 0.389 (X_1) + 0.282 (X_2) + e$$

Dari tabel di atas, didapatkan nilai konstanta yang bersangkutan dengan koefisien regresi dengan cara sebagai berikut:

1. Jika konstanta 1.041, itu berarti jika variabel- variabel independennya, yaitu kepercayaan dan kemudahan, bernilai positif, berarti secara statistik ada pengaruh yang searah antara variabel- variabel independen dan variabel dependen sehingga keinginan untuk menggunakan e-money sebesar 1.041 .
2. Jika koefisien variabel kepercayaan (X1) 0.389, itu berarti ada kesimpulan yang dapat ddapatkan bahwa setiap kepercayaan seakan- akan ada penambahan 1 satuan, maka minat untuk menggunakan e-money seakan-akan ada penambahan sebesar 0.389.
3. Jika koefisien variabel kemudahan (X2) 0.282, itu berarti ada kesimpulan yang dapat dicapai bahwa setiap kepercayaan seakan-akan untuk diumpan 1 satuan, maka minat untuk menggunakan e-money seakan-akan ada penambahan 0.282 .

Uji T

Uji ini bertujuan guna mengetahui pengaruh variabel independent dan dependent secara statistik. Sebagaimana (Nur Latifah Budi, 2020) katakan, apabila $t_o > t_{ttg}$, ini mengindikasikan bahwa variabel independent berpengaruh signifikan terhadap dependent. Dan apabila $sig < 0,005$ dengan nilai alpha 5% maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 12. Hasil Pengujian T

Model	T	Sig
Konstanta	3.062	0.003
Kepercayaan (X1)	2.713	0.008
Kemudahan (X2)	2.004	0.048

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas hasil pengujian atas dua hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. H1: Dari hasil uji t pada variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan e-money diperoleh hasil dengan nilai Sig. $0.008 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. H2: Berdasarkan hasil uji t pada variabel kemudahan terhadap minat penggunaan e-money diperoleh nilai Sig. $0.048 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Kusumawardani, 2023) uji ini memiliki fungsi guna mengevaluasi seberapa besar model regresi mampu menjelaskan pada variabel dependen (Y) dengan nilai koefisien berkisar 0 dan 1.

Tabel 13. Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.639 ^a	.408	.396

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Nilai Adjusted R Square menunjukkan nilai 0,396 sehingga variasi variabel dependen oleh variabel independent yakni sebesar 39,6%.

Pembahasan

Kepercayaan (X1) dan kemudahan akses (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di kalangan generasi Z karena karakteristik unik yang dimiliki oleh kelompok usia ini. Sebagai generasi digital, mereka terbiasa dengan teknologi dan lebih memilih aplikasi serta layanan yang menawarkan kecepatan dan efisiensi dalam transaksi. Tingkat kepercayaan terhadap keamanan sistem e-money menjadi sangat penting, karena generasi Z cenderung berhati-hati dalam bertransaksi secara digital, jika mereka merasa aman, mereka lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Selain itu, pengalaman pengguna yang positif, termasuk antarmuka aplikasi yang mudah digunakan, juga berkontribusi pada peningkatan minat mereka. Pengaruh dari rekomendasi teman dan influencer serta perubahan pola konsumsi dari pembayaran tunai menjadi non-tunai semakin memperkuat hubungan antara kepercayaan, kemudahan akses, dan minat penggunaan e-money dalam kelompok generasi Z.

Semakin besar level kepercayaan generasi Z terhadap e-money sebagai alat pembayaran, maka kepercayaan yang dimaksud ialah bahwa transaksi e-money yang dilakukan ada keyakinan perolehan tanpa ada resiko. Penelitian ini sejalan dengan Pembuktian Peneliti (Fatonah & Hendratmoko, 2020) “yang membuktikan minat generasi millennial menggunakan e-money yang menunjukkan bahwa kepercayaan berimplikasi secara positif signifikan terhadap penggunaan e-money dikalangan generasi millennial”.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akan akses e-money seperti dalam proses pendaftaran yang sederhana, antarmuka yang mudah, dan kemudahan transaksi mendorong Gen Z untuk memilih e-money daripada uang tunai. Kemudahan akses ini adalah faktor penting mengingat Gen Z sangat menghargai kecepatan dan kenyamanan dalam transaksi keuangan

mereka. Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian (Kusuma & Susilowati, 2024) “Pengaruh kemudahan yang dirasakan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis terhadap minat menggunakan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta” yang menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan tidak signifikan.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-money di kalangan generasi Z di Klaten. Hasil analisis berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 100 responden pengguna e-money melalui kuesioner menunjukkan bahwa keduanya berkontribusi positif terhadap minat tersebut yang menunjukkan bahwa kepercayaan (koefisien 0.389) dan kemudahan akses (koefisien 0.282) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna, dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0.396 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan hampir 40% variasi dalam minat penggunaan e-money. Temuan ini memberikan bukti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kemudahan akses yang dirasakan, semakin besar minat generasi Z untuk menggunakan e-money.

Keterbatasan dalam penelitian ini yakni, tidak mempertimbangkan faktor lain seperti lingkungan sosial dan motivasi hedonis yang mungkin juga mempengaruhi minat pengguna. Implikasi dari temuan ini menekankan pentingnya penyedia layanan e-money untuk meningkatkan fitur keamanan dan kemudahan penggunaan guna menarik lebih banyak pengguna dari generasi Z, sekaligus mendorong penelitian lanjutan dengan memasukkan variabel tambahan untuk pemahaman yang lebih komprehensif.

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan untuk dijadikan sebagai bahan referensi tambahan yang relevan dan terkini bagi kampus, terutama untuk manajemen, pemasaran, atau Fintech dari perilaku konsumen dan sistem pembayaran non-tunai. Bagi penelitian akan datang juga sebaiknya mempertimbangkan variabel yang juga relevan sebagai variabel independen tambahan untuk meningkatkan model penelitian dan diharapkan dapat meningkatkan nilai koefisien determinasi, sehingga meningkatkan kemampuan model untuk menjelaskan variasi secara lebih luas dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, & Mardhiyah, A. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY DI KALANGAN GENERASI MILLENIAL. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 47–57. <https://doi.org/10.32734/jba.v1i2.11217>
- Ardana, H. T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 76–93. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.765>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Klaten, 2021. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://klatenkab.bps.go.id/id/statisticstable/3/WVcoMGEyMXBkVFUxY25KeEgHdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMyMzMzEw/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-ribu-jiwa-di-kabupaten-klaten.html?year=2021>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.

- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money Test the factors that influence the millennial generation 's interest in using e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217.
- Inayah, R. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA MASYARAKAT (Studi Kasus di Wilayah Kota Purwokerto).
- Jaya Ramadaey Bangsa, L. L. K. (2023). *The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University*. 3(1).
- Kusuma, D. I., & Susilowati, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan E-Money di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1179–1187. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i4.1095>
- Kusumawardani, E. R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Peggunaan E-Wallet Link Aja Syariah (Studi pada transaksi makanan halal di solo raya). *Skripsi*, 135.
- Lutfia, A. L., Hidayati, A., & Syofian, S. (2024). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Gopay Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 101. <https://doi.org/10.31000/jmb.v13i2.11916>
- M Rakha Naufal Irfano, M. S. (n.d.). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY DI SOLO RAYA. 1–18.
- Muhamad Nur Ichsan. (2023). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Syariah. 19(16423145). <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/49138%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/49138/19423061.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Putri, S. M. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, manfaat dan resiko terhadap minat penggunaan.
- Rohmasari, V. (2023). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Linkaja Syariah (Studi Pada Masyarakat Solo Raya).
- Rohmah, Y. M., & Tristiarini, N. (2021). Pengaruh sistem pembayaran e-money dalam era digital di tengah wabah COVID-19: Studi kasus pada masyarakat Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(01), 414-425.
- Ruyani, F., Badu, R. S., Artikel, R., Kunci, K., & Keperilakuan, A. (2024). Analisis Keputusan GEN-Z dalam Penggunaan Pembayaran E-Money terhadap Perspektif Akuntansi Keperilakuan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 3(2), 134–145.
- Susanti, R. A. D., & Dewi Fardahlia, P. I. (2021). KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN PENGARUHNIA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN E-MONEY OVO, GO-PAY, DAN DANA. 4(1), 57–71.
- Wardani, A. K., & Susanti, A. (2024). ... Transaksi, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-Wallet Dana Pada Gen-Z Di Solo Raya. *Jurnal Real Riset*, 6, 79–91. <https://doi.org/10.47647/jrr>
- Wasana, I. D. P. T., & Telagawathi, N. L. W. . (2023). Shopeepay Sebagai Metode Pembayaran Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada. 9(2), 127–135.
- Wijaya, A. A. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN GOPAY.
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Penggunaan Ulang E-Money. *Jurnal Universitas Islam Malang*, 10(2), 284–293.