

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FITUR LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY

Aulia Puspa Giriani¹

aulia.17080304006@mhs.unesa.ac.id

Susanti²

susanti@unesa.ac.id

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya^{1,2}
Jl. Ketintang, Ketintang Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur

Abstract

Informasi Artikel *The research was conducted to determine and analyze the effect of financial literacy, service features, and ease of use on the use of e-money. This type of research is a quantitative research. The technique used to obtain the research sample was random sampling technique, amounting to 110 active student respondents in the Accounting Education Study Program, State University of Surabaya. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, previously carried out by instrument tests and classical assumption tests. Followed by hypothesis testing using SPSS 25 software. The results of this study state that financial literacy has a negative and insignificant effect on the use of e-money, while partially service features and ease of use have a positive and significant effect on the use of e-money. Meanwhile, simultaneously states that financial literacy, service features, and ease of use have a significant influence on the use of e-money.*

Tanggal Masuk: *The research was conducted to determine and analyze the effect of financial literacy, service features, and ease of use on the use of e-money. This type of research is a quantitative research. The technique used to obtain the research sample was random sampling technique, amounting to 110 active student respondents in the Accounting Education Study Program, State University of Surabaya. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, previously carried out by instrument tests and classical assumption tests. Followed by hypothesis testing using SPSS 25 software. The results of this study state that financial literacy has a negative and insignificant effect on the use of e-money, while partially service features and ease of use have a positive and significant effect on the use of e-money. Meanwhile, simultaneously states that financial literacy, service features, and ease of use have a significant influence on the use of e-money.*
30 April 2021

Tanggal Revisi: *The research was conducted to determine and analyze the effect of financial literacy, service features, and ease of use on the use of e-money. This type of research is a quantitative research. The technique used to obtain the research sample was random sampling technique, amounting to 110 active student respondents in the Accounting Education Study Program, State University of Surabaya. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, previously carried out by instrument tests and classical assumption tests. Followed by hypothesis testing using SPSS 25 software. The results of this study state that financial literacy has a negative and insignificant effect on the use of e-money, while partially service features and ease of use have a positive and significant effect on the use of e-money. Meanwhile, simultaneously states that financial literacy, service features, and ease of use have a significant influence on the use of e-money.*
26 Mei 2021

Tanggal Diterima: *The research was conducted to determine and analyze the effect of financial literacy, service features, and ease of use on the use of e-money. This type of research is a quantitative research. The technique used to obtain the research sample was random sampling technique, amounting to 110 active student respondents in the Accounting Education Study Program, State University of Surabaya. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, previously carried out by instrument tests and classical assumption tests. Followed by hypothesis testing using SPSS 25 software. The results of this study state that financial literacy has a negative and insignificant effect on the use of e-money, while partially service features and ease of use have a positive and significant effect on the use of e-money. Meanwhile, simultaneously states that financial literacy, service features, and ease of use have a significant influence on the use of e-money.*
11 Juni 2021

Publikasi On line:
3 Juli 2021

Key Words: Financial Literacy, Features, Ease, E-Money

Abstrak

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan e-money. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian yaitu teknik random sampling yang berjumlah 110 responden mahasiswa aktif Prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda, yang sebelumnya dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan e-money, sementara secara parsial fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money. Sedangkan secara simultan menyatakan bahwa literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penggunaan e-money.

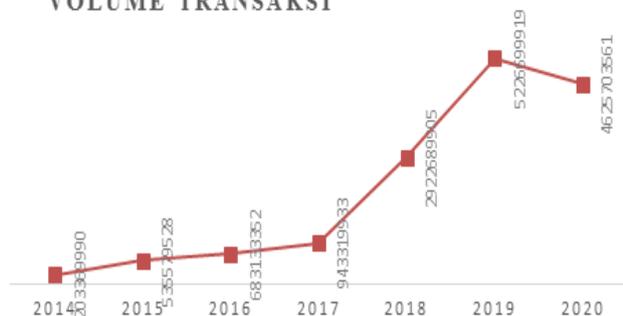
Kata kunci : Literasi Keuangan, Fitur, Kemudahan, E-money

PENDAHULUAN

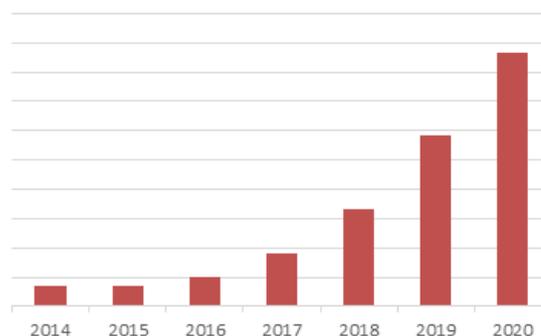
Pada era globalisasi perkembangan teknologi informasi yang terjadi semakin canggih dan berkembang dengan pesat diberbagai negara. Perkembangan sistem teknologi tersebut dapat menunjang aktivitas seseorang semakin mudah dengan menggunakan teknologi yang telah tersedia. Namun pada awal bulan maret tahun 2020 muncul virus COVID-19 yang berasal dari Kota Wuhan, negara China. Hal ini menyebabkan beberapa dampak yang dirasakan diantaranya ialah pertumbuhan perekonomian menurun serta tingkat kesejahteraan juga ikut menurun. Masyarakat Indonesia dimulai dari kalangan dewasa hingga anak-anak tidak dapat melakukan aktivitas seperti biasanya. Hampir seluruh aktivitas dilakukan menggunakan media digital secara online untuk memutus penyebaran virus COVID-19 ini. Seperti melakukan pekerjaan dari rumah secara online menggunakan media digital, melakukan pembelajaran dari rumah secara online melalui media digital menggunakan aplikasi

zoom, google meet, google classroom, serta melakukan berbagai transaksi pembayaran via online menggunakan uang digital. Peristiwa ini menyebabkan penggunaan teknologi digital mengalami kenaikan secara pesat seperti melakukan transaksi pembayaran secara online menggunakan *financial technology* berupa uang elektronik (*e-money*) (Krismawintari et al., 2020). Keberadaan *fintech* ini menyebabkan masyarakat melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang non tunai. Dimana sebelumnya telah didukung dengan adanya gerakan yang dikeluarkan oleh Agus D.W. Martowardjojo selaku Gubernur Bank Indonesia, membuat gebrakan baru berupa “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)” bertempat di Jakarta pada tanggal 14 Agustus 2014. Gerakan ini dicanangkan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat pada penggunaan instrumen keuangan non tunai (*Cashless*) terutama pada saat melakukan transaksi pembayaran atas kegiatan ekonominya di berbagai layanan keuangan yang telah tersedia. Pemerintah mengharapkan Indonesia dapat mewujudkan *cashless society* dengan baik. Selain itu BI (Bank Indonesia) juga membuat dan mengeluarkan kebijakan baru pada bidang ekonomi yaitu sistem pembayaran melalui *electronic money* yang berguna dalam menghadapi perkembangan teknologi, perekonomian yang kompetitif, serta sistem keuangan yang semakin modern dengan disahkannya Peraturan Bank Indonesia (PBI No. 20/6/PBI/2018). *Electronic money* merupakan uang berbentuk non tunai yang digunakan untuk transaksi pembayaran secara digital menggunakan server serta *chip*. Menurut Durgun & Caner, (2015) *e-money* sama seperti uang tunai, akan tetapi nilai uang diubah ke dalam format elektronik. *E-money* dibuat agar dapat memberikan rasa aman, nyaman dan mudah dalam bertransaksi secara digital (Kumari & Khanna, 2017). *E-money* juga memberikan beberapa fasilitas serta fitur-fitur sehingga dapat mempermudah dan mempercepat dalam penggunaannya. Dibuktikan dengan adanya gambar volume transaksi dan jumlah *electronic money* yang diterbitkan oleh Statistik Sistem Pembayaran (SSP) Bank Indonesia sebagai berikut :

VOLUME TRANSAKSI



Sumber: (SSP), 2009). (data diolah)
Gambar 1. Volume transaksi *e-money*



Sumber: (SSP), 2009). (data diolah)
Gambar 2. Jumlah *e-money* yang beredar

Dapat dilihat pada diagram 1 dan 2 tersebut bahwa volume transaksi menggunakan *e-money* di Indonesia mulai dari tahun 2014 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan namun terjadi penurunan pada tahun 2020. Sementara untuk jumlah *e-money* yang beredar di masyarakat dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2020 semakin meningkat. Munculnya *e-money* dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat salah satunya yaitu mahasiswa. Dimana seorang mahasiswa harus mempunyai sifat terbuka terhadap teknologi baru yang telah berkembang seperti *fintech* ini. Menurut Susanti, (2014) mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang memberikan pengaruh cukup besar dalam hal perekonomian karena setelah menempuh pendidikan di perguruan tinggi, mereka kelak akan memasuki dunia kerja. Sehingga mahasiswa dituntut untuk mandiri dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya secara pribadi. Sedangkan menurut Nababan & Sadalia, (2012) masalah keuangan yang dimiliki mahasiswa cukup kompleks hal ini karena sebagian besar mahasiswa bersifat konsumtif namun belum memiliki pendapatan tetap serta cadangan dana yang dimiliki terbatas. Oleh karena itu, seseorang harus mengerti dan memahami terkait cara mengelola keuangan dengan baik agar tidak terjadi permasalahan keuangan. Sehingga memiliki perencanaan keuangan di masa mendatang dan dapat

menggunakan layanan keuangan dengan benar tanpa adanya sikap skeptisme terhadap layanan keuangan. Sebagai mahasiswa yang duduk di bangku perkuliahan telah mendapat beberapa mata kuliah yang terkait dengan pengetahuan keuangan terutama bagi mahasiswa ekonomi. Dengan memperoleh lebih banyak pengetahuan tentang keuangan maka akan membentuk perilaku keuangan menjadi lebih sehat salah satunya dapat mengontrol penggunaan *e-money*. Beberapa layanan *e-money* baik server maupun *chip* yang populer diminati oleh mahasiswa ialah Go-Pay, ShopeePay, OVO, Grab-Pay, Doku Wallet, BCA Flazz, DANA, T-Cash, Brizzi BRI. Hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti melalui pra kuesioner online kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2017 dan 2018, diketahui sebanyak 53% dari jumlah mahasiswa telah memiliki dan menggunakan *electronic money*. Hal ini menunjukkan antusias mahasiswa terhadap penggunaan *e-money* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan mendapatkan respon yang cukup baik. Peluang *e-money* dalam melakukan transaksi secara non tunai saat ini cukup besar terlebih adanya dampak dari pandemi dimana segala aktivitas dilakukan secara online. Sehingga sangat dibutuhkan oleh masyarakat salah satunya mahasiswa. Selain itu dapat memberikan beberapa manfaat seperti kemudahan penggunaan tanpa harus membawa *cash payment* dalam jumlah besar, keberagaman berbagai layanan yang diberikan, fleksibel, dan berbagai macam inovasi produk yang ditawarkan sehingga masyarakat dapat tertarik untuk menggunakannya terutama pada kalangan anak muda seperti mahasiswa yang menginginkan segala sesuatu secara instan. *E-money* juga berfungsi untuk meminimalisir adanya beberapa permasalahan yang mungkin terjadi seperti peredaran uang palsu, memicu terjadinya pencurian dan perampokan. Menurut Fatonah & Hendratmoko, (2020) dan Apriliana, (2020) berdasarkan permasalahan diatas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam penggunaan *e-money* yaitu: literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan. Faktor pertama, Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang cara mengelola keuangan dengan baik. Selain itu literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan yang berpengaruh terhadap sikap serta perilaku seseorang. Hal ini bertujuan untuk pengambilan keputusan secara tepat dan melakukan pengelolaan keuangan dengan benar untuk mencapai kesejahteraan (OJK, 2017). Apabila seseorang memiliki kemampuan keuangan yang cukup untuk mendiskusikan masalah keuangannya serta membuat prioritas keuangan, maka dapat mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan keuangan pada masa mendatang dengan tepat. Diantaranya dapat menggunakan *e-money* sesuai kebutuhan, meningkatkan kesejahteraan, memiliki perencanaan keuangan pada masa mendatang, serta terhindar dari berbagai masalah keuangan yang mungkin terjadi. Dapat dilihat dari hasil penelitian Firdauzi, (2016) mengatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *electronic money*. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Nirmala et al., (2015) mengatakan literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku penggunaan *cashless society*. Faktor selanjutnya ialah fitur layanan yang diberikan oleh penerbit keuangan non tunai. Fitur layanan merupakan karakteristik suatu produk yang berguna untuk menambah nilai guna dan nilai fungsi produk tersebut. Fitur yang diberikan antara lain beragam layanan serta akses informasi berupa jasa maupun produk lainnya diantaranya pembayaran BPJS, pembayaran tagihan telepon, pembelian pulsa, pembayaran tagihan listrik, adanya layanan belanja online, layanan penggunaan *e-tol*, adanya layanan pembelian makanan secara online, serta beragam promosi dan *cashback* yang diberikan agar dapat menarik minat konsumen dalam penggunaan uang elektronik. Dengan berbagai fitur layanan yang diberikan diharapkan konsumen dapat merasa puas dan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Hasil penelitian Wibowo et al., (2015) menyatakan fitur layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat seseorang menggunakan produk *e-money*. Namun berbeda dengan hasil dari penelitian Kurnianingsih & Maharani, (2020) dan Umaningsih & Wardani, (2020) bahwa hasil uji regresi menyatakan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat seseorang menggunakan *e-money*. Selain literasi keuangan dan fitur layanan, terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi yaitu kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan individu dalam memilih dan menggunakan sistem tertentu dengan harapan akan terbebas dari kesalahan dan risiko yang mungkin terjadi. Semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap suatu produk yaitu *e-money* maka semakin banyak pengguna *e-money* yang tertarik untuk menggunakan. Menurut Davis et. al, (1989) dalam Utami & Kusumawati, (2017) mengatakan *perceived usefulness* merupakan tingkatan yang diperoleh dari pengguna jika menggunakan teknologi, sehingga akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Macam-macam kemudahan penggunaan yang diberikan antara lain: kemudahan dalam bertransaksi secara cepat dan efisien, kemudahan *top-up* saldo, kemudahan belanja online karena *e-money* telah tersedia diberbagai merchants (Usman, 2017). Hal ini memicu timbulnya peningkatan penggunaan *e-money* sehingga akses layanan keuangan tersebar secara merata yang dapat meningkatkan perekonomian. Hasil penelitian

Yogananda & Dirgantara, (2017) mengatakan bahwa semakin baik persepsi kemudahan penggunaan seseorang terhadap penggunaan *electronic money* maka minat dalam menggunakan produk tersebut akan semakin meningkat. Namun hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Nasution & Sutisna, (2015), Kurnianingsih & Maharani, (2020) dan Ahmad & Pambudi, (2014) menyatakan kemudahan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik (*e-money*). Berdasarkan pembahasan diatas dapat menjadi dasar dalam melakukan penelitian karena terdapat beberapa perbedaan dari hasil penelitian terdahulu serta adanya peluang dan inovasi perkembangan *e-money* yang terus mengalami peningkatan, maka dilakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *E-Money*" pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Penulis memilih Mahasiswa Pendidikan Akuntansi sebagai responden penelitian karena sebagai mahasiswa akuntansi telah mendapatkan pengetahuan keuangan yang cukup sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dalam penggunaan *e-money*. Selain itu pada usia tersebut dapat dikatakan manusia paling aktif menggunakan teknologi informasi sehingga dapat lebih mudah memahami penggunaan *e-money*. Dan menghasilkan tujuan penelitian: Untuk memahami serta menganalisis pengaruh dari literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *e-money*, secara parsial maupun secara simultan.

TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

Electronic Money (e-money)

Uang elektronik diartikan sebagai alat pembayaran yang diterbitkan secara non tunai menggunakan media berupa *server* atau *chip* atas nilai uang yang telah disetorkan kepada penerbit *e-money* (Peraturan BI No 11/12/PBI/2009 pada 13 April 2009 tentang *E-Money*) (Hukum & Hukum, 2009). Tujuan dari *e-money* ialah sebagai alat pembayaran non tunai yang dilakukan dengan mudah, cepat dan nyaman. *E-Money* memiliki 4 indikator yakni: menggunakan uang elektronik merupakan ide yang bagus, cukup menyenangkan, membuat transaksi aman dan nyaman, membuat mudah mengatur keuangan (Olatokun & Owoeye, 2012).

Sikap Penggunaan

Menurut Schiffman & Kanuk, 2010 dalam Ferinaldy et al., (2019). Sikap merupakan perbuatan berdasarkan keyakinan serta pendirian dari dalam diri individu dalam merespon objek dengan rasa suka atau tidak suka. Menurut Rithmaya, (2016) menyatakan bahwa sikap terdiri dari 3 bagian, yaitu afektif, kognisi, serta kebiasaan dimana hal ini didukung oleh pengetahuan serta tanggapan individu terhadap sesuatu.

Literasi Keuangan

Menurut Firdauzi, (2016) kemampuan *finansial* merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan dan memecahkan masalah, yang diperoleh dari upah maupun uang saku pada situasi ekonomi yang mempengaruhi pemilihan produk dalam pengambilan keputusan pembelian produk tertentu. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam hal membaca, menganalisis, mengelola, serta melakukan penentuan sebuah keputusan terkait kondisi keuangan seseorang yang mempengaruhi tingkat kesejahteraannya (Nirmala et al., 2015).

Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan penerapan promosi suatu produk untuk menarik minat konsumen, apabila fitur layanan yang diberikan terjamin dan bervariasi maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut (Sakti et al., 2010). Menurut Kotler dalam Abrilia & Sudarwanto, (2020) fitur ialah sarana yang diberikan untuk menunjukkan perbedaan dengan produk lain, sedangkan layanan merupakan kegiatan yang memiliki sifat tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan dari para pesaingnya. Menurut Wibowo et al.,(2015) menjelaskan bahwa indikator dari fitur layanan antara lain: Kemudahan akses informasi terkait jasa dan produk, keberagaman fitur layanan serta inovasi produk, keberagaman layanan transaksi keuangan.

Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis et., al. dalam Kanchanatane et al., (2014) bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkatan kepercayaan dari konsumen terhadap penggunaan teknologi tanpa membutuhkan suatu usaha yang cukup besar dan bebas dari masalah, hal ini berarti teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Menurut Sun dan

Zhang, 2011 dalam Wibowo et al., (2015) indikator kemudahan penggunaan terdiri dari 4 macam yaitu: *ease to learn, clear and understandable, ease to use, become skillfull*.

Hipotesis Penelitian

Literasi keuangan harus dimiliki seseorang karena jika seseorang memiliki pemahaman terkait cara mengelola keuangan dengan benar, maka akan mempunyai tujuan keuangan di masa mendatang. Apabila seseorang dapat mengelola keuangannya maka akan terbebas dari masalah keuangan. Masalah keuangan yang dimaksud seperti tagihan hutang menumpuk, tidak dapat membedakan kebutuhan dan keinginan, tidak memiliki tabungan. Hasil dari penelitian Awalina, (2019) mengatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *electronic money*. Penjelasan tersebut menjadi landasan hipotesis berikut ini:

H1: Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Fitur layanan dari sebuah produk *e-money* adalah salah satu faktor yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Jika fitur dan akses informasi yang diberikan beraneka ragam maka dapat menambah nilai fungsi dan nilai guna produk sehingga penggunaan *e-money* meningkat di semua kalangan terutama saat pandemi seperti saat ini. Dimana fitur layanan yang diberikan diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen dalam penggunaannya. Hasil penelitian Fatonah & Hendratmoko, (2020) mengatakan fitur layanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik di Jawa Tengah. Diperkuat oleh penelitian Wibowo et al., (2015) menyatakan fitur layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat seseorang menggunakan produk *e-money*. Dari penjelasan tersebut menjadi landasan hipotesis kedua yaitu:

H2: Fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Kemudahan penggunaan merupakan aspek penting yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *e-money*. Hal ini dikarenakan semakin mudah produk yang digunakan maka seseorang akan cenderung senang dan mudah dalam menggunakan *e-money* tersebut. Selain itu kemudahan penggunaan *electronic money* dapat meningkatkan kualitas kinerja dan terbebas dari risiko yang mungkin terjadi. Hasil penelitian Utami & Kusumawati, (2017) dan Priambodo & Prabawani, (2016) menyatakan kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *electronic money*. Berdasarkan penjelasan tersebut menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*

Literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi penggunaan *e-money*. Dimana jika seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang cukup maka dapat menggunakan *e-money* dengan cepat dan mudah sesuai fitur layanan yang diberikan oleh penerbit. Sehingga menghasilkan hipotesis:

H4: Literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Berdasarkan jenis data dan sumbernya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena mengarah pada perhitungan berupa angka-angka serta analisis data (Sugiyono, 2018). Sumber data terdiri dari data primer diperoleh menggunakan kuesioner untuk responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel, serta buku literatur. Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa aktif Prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus r tabel Sugiyono, (2018) maka sampel penelitian ini berjumlah 110 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan yaitu pengguna *e-money*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan februari 2021. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dan tes melalui *google form*, dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1.
Kis-kisi Instrumen Penelitian Kuesioner

No.	Variabel Penelitian	Indikator	No Soal
1.	Fitur Layanan (X2) Wibowo et al., (2015)	a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan berbagai jasa b. Keberagaman layanan keuangan c. Keberagaman fitur dan inovasi produk	1-9
2.	Kemudahan Penggunaan (X3) Sun dan Zhang (2011)	a. Jelas dan mudah dipahami pengguna b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system c. Sistem mudah digunakan d. Sistem dapat dioperasikan dengan mudah sesuai kebutuhan pengguna	10-21
3.	Penggunaan E-Money (Y) Olatokun & Owoeye (2012)	a. Menggunakan uang elektronik merupakan ide yang bagus b. Cukup Menyenangkan c. Membuat transaksi aman dan nyaman d. Membuat mudah dalam mengatur keuangan	22-35

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 2.
Kisi-kisi Instrumen Penelitian TES

Variabel Penelitian	Indikator	No Butir Soal	Jumlah Soal
Literasi Keuangan (X1) Chen dan Volpe (1998)	Pengetahuan seseorang mengenai keuangan pribadi	1,2,3	3 butir
	Pengetahuan seseorang mengenai tabungan dan pinjaman	4,5,6,7,8	5 butir
	Pengetahuan seseorang mengenai asuransi	9	1 butir
	Pengetahuan seseorang mengenai investasi	10,11,12	3 butir

Sumber: Data diolah, 2021

Skala pengukuran kuesioner menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5 yakni sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju (Sugiyono, 2018). *Google form* ini didesain menjadi 2 bagian, dimana pada *google form* bagian I berisi data diri responden, sedangkan bagian II berisi pernyataan dan pertanyaan untuk mengukur masing-masing variabel. Penelitian ini menggunakan alat uji statistik berupa *software SPSS 25*. Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian instrument adalah uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yaitu uji t, uji *goodness of fit* (Uji F), uji R². Hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Gozali dalam (Atriani et al., 2020) analisis regresi linier berganda memiliki persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + (b_1X_1) + (b_2X_2) + (b_3X_3) + e$$

Menghasilkan persamaan regresi setelah pengolahan data berikut ini:

$$Y = 9,757 + (-0,273X_1) + (0,361X_2) + (0,725X_3) + 3,306$$

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini sampel berjumlah 110 responden diperoleh dari mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2017, 2018, dan 2019 Universitas Negeri Surabaya. Setelah jumlah sampel terpenuhi kemudian melakukan pengolahan data menggunakan *software SPSS 25* sehingga menghasilkan analisis data diantaranya sebagai berikut:

Data statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian telah dijelaskan mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasinya ditunjukkan pada tabel 1 berikut:

Tabel 3.
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Literasi Keuangan (X1)	110	2	12	8,19	2,447
Fitur Layanan (X2)	110	27	45	39,41	5,150
Kemudahan Penggunaan (X3)	110	36	60	52,11	6,913
Penggunaan e-money (Y)	110	39	70	59,54	7,867

Sumber: Data diolah, 2021

Instrumen dikatakan valid apabila dapat digunakan dan mendapatkan data yang valid. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner untuk uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 30 responden. Uji validitas setiap indikator pada suatu variabel baik pernyataan maupun pertanyaan menghasilkan nilai yang valid. Dengan dasar pengukuran nilai r hitung $> r$ tabel serta nilai signifikansinya $< 0,05$ dapat dinyatakan valid.

Selanjutnya menurut Wiratna Sujarweni, 2014 dalam (Hardi, 2021) untuk uji reliabilitas sebuah kuesioner dapat dikatakan kuesioner tersebut reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Dan Instrumen yang reliabel berarti apabila diujikan berulang kali untuk mengukur suatu objek maka data yang dihasilkan akan sama dan konsisten. Pada penelitian ini uji reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ pada setiap variabel. Dapat disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0,868
Fitur Layanan (X2)	0,925
Kemudahan Penggunaan (X3)	0,943
Penggunaan e- Money (Y)	0,954

Sumber: Data diolah, 2021

Pada uji Normalitas data dapat dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Tabel 3 berikut ini memperlihatkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi senilai $0,083 > 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan data berdistribusi normal.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas Data

Uji	Unstandardized
Kolmogorov-Smirnov Z	0,119
Asymp. Sig.(2tailed)	0,083

Sumber: Data diolah, 2021

Selanjutnya pada tabel 4 menjelaskan model penelitian tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi karena *tolerance value* setiap variabel bebas $> 0,10$, $VIF < 10,00$. Dan pada tabel 4 berikut terlihat data signifikansi semua variabel bebas $> 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Uji		Uji Heteroskedastisitas Sig.
	Multikolinieritas		
	Tolerance	VIF	
Literasi Keuangan (X1)	0,960	1,042	0,098
Fitur Layanan (X2)	0,193	5,188	0,285
Kemudahan Penggunaan (X3)	0,195	5,130	0,238

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 7.
Hasil Uji Hipotesis

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	T hitung	Sig.
Konstanta	9,757		
Literasi Keuangan (X1)	-0,273	-1,672	0,098
Fitur Layanan (X2)	0,361	2,060	0,042
Kemudahan Penggunaan (X3)	0,725	5,595	0,000

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 5 menampilkan hasil uji hipotesis melalui persamaan linier berganda. Dengan tingkat signifikansi yang dijadikan patokan sebesar $\alpha = 5\%$. Seluruh hipotesis mulai dari H1, H2, H3, dan H4 didukung oleh data yang telah diujikan pada *software SPSS 25*. Pada variabel 1 yaitu literasi keuangan nilai t hitung $< t$ tabel sebesar $-1,672 < 1,985$ dan memiliki nilai signifikansi $0,098 > 0,05$. Hal ini dinyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Sedangkan pada variabel 2 fitur layanan nilai t hitung $> t$ tabel yakni sebesar $2,060 > 1,985$ dan memiliki nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Artinya fitur layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Kemudian pada variabel 3 kemudahan penggunaan t hitung $> t$ tabel sebesar $5,595 > 1,985$ serta memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dinyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Tabel 8.
Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	50,10	3	16,37	96,4	0,000 ^b
Residual	19,25	106	17,1		
Total	67,36	109			

Sumber: Data diolah, 2021

Berikut pada tabel 6 menunjukkan hasil pengujian *Goodness of Fit* atau uji F (kelayakan model) dengan besaran nilai F hitung $> F$ tabel. Diperoleh F hitung senilai $96,398 > 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen pada penelitian ini diantaranya literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan layak untuk menguji variabel dependen penggunaan *e-money*.

Tabel 9.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
0,855	0,723	0,724	4,131

Sumber: Data diolah, 2021

Selanjutnya untuk pengujian koefisien determinasi R^2 menunjukkan hasil senilai 0,724. Hasil tersebut berarti bahwa variabel bebas pada penelitian ini dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 72,4%. Maka sisanya sebesar 27,6% akan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hipotesis 1 menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang mengenai cara mengelola keuangan sehingga memiliki peluang untuk kehidupan yang sejahtera di masa mendatang. Akan tetapi tingginya tingkat literasi keuangan mahasiswa tidak mempengaruhi penggunaan alat pembayaran secara elektronik. Hal ini berarti pengguna *electronic money* tidak terpengaruh oleh tingginya tingkat literasi. Penggunaan *e-money* saat ini tidak memerlukan pengetahuan dan pemahaman tinggi dari setiap pemiliknya. Karena *e-money* mudah untuk dipelajari dalam penggunaannya dan sebagian besar digunakan sebagai metode pembayaran. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Nirmala et al., (2015) dan Destianata & Lutfi, (2019) mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku penggunaan *cashless society*.

Hipotesis 2 menunjukkan hasil bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Apabila fitur layanan yang diberikan lengkap diantaranya beragam layanan transaksi, berbagai macam fitur dan inovasi produk, serta beragam akses informasi maka dapat semakin meningkatkan pengguna *e-money* di kalangan mahasiswa maupun masyarakat. Fitur layanan merupakan karakteristik sebuah produk untuk menambah nilai fungsi, guna dan fungsi dasar suatu produk Ainscough dan Lucke, 2011 dalam (Ahmad & Pambudi, 2014). Seseorang akan lebih tertarik untuk menggunakan *e-money* apabila mendapatkan fitur layanan dan kemudahan akses informasi dari suatu produk yang digunakan sesuai kebutuhan yang diharapkan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Fatmah & Hendratmoko, (2020), serta pada penelitian Marchelina & Pratiwi, (2018) dan Theriady & Ginting, (2015) bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *electronic money*.

Selanjutnya pada hipotesis 3 menunjukkan hasil penelitian kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Seorang pengguna *e-money* memberikan kepercayaan dalam mengakses teknologi diharapkan bebas dari usaha yang dibutuhkan. Kemudahan penggunaan ini memiliki empat indikator yang mempengaruhi, diantaranya sistem dapat mudah dipahami secara jelas oleh pengguna, dalam berinteraksi dengan sistem tidak membutuhkan usaha banyak, mudah digunakan, sistem dapat dioperasikan dengan mudah sesuai kebutuhan pengguna.

Sesuai pendapat Rahmatika & Fajar, (2019) jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem teknologi mudah dalam penggunaannya maka orang itu akan menggunakan produk tersebut. Hal ini berarti semakin mudah penggunaan suatu produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan konsumen, maka semakin banyak mahasiswa maupun masyarakat cenderung menerima dengan baik produk *e-money*. Sehingga dapat meningkatkan dan mendukung penggunaan *e-money* sesuai program yang dicanangkan oleh pemerintah. Hasil penelitian didukung dengan penelitian Ramadhan et al., (2016), Romadloniyah & Prayitno, (2018) dan penelitian Pratiwi & Dewi, (2018) menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia.

Hipotesis 4 menunjukkan hasil pengujian *Goodness of Fit* atau uji F (kelayakan model) dengan besaran nilai F hitung lebih besar dari F tabel yakni senilai 96,398 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000. Sehingga dinyatakan Hipotesis 4 (H_a diterima), artinya secara simultan variabel literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap variabel penggunaan *e-money*. Hal ini berarti penggunaan *e-money* pada kondisi pandemi COVID-19 seperti saat ini memiliki pengaruh serta peluang cukup besar diantaranya dapat digunakan oleh semua kalangan khususnya mahasiswa tanpa memerlukan pengetahuan serta pemahaman tinggi tentang produk *e-money* dari setiap penggunaannya, kemudian berbagai fitur layanan transaksi yang disediakan telah mewakili kebutuhan para penggunanya, kemudahan penggunaannya dilakukan tanpa

membutuhkan usaha yang cukup banyak seperti tanpa adanya kontak fisik atau tatap muka dari masing-masing pengguna, selain itu penggunaan *e-money* juga dapat mencegah penyebaran virus COVID-19.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan memperoleh kesimpulan: Literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Sementara fitur layanan dan kemudahan penggunaan secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Sedangkan secara simultan literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

SARAN

1. Bagi peneliti
Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam penggunaan *e-money*, selain itu dapat memberikan beberapa tambahan teori pendukung, jumlah sampel diperluas, dan objek yang dituju bisa dilakukan pada objek penelitian yang lain.
2. Bagi penerbit *e-money* dan stakeholder
 - a. Bagi penerbit *e-money* (uang elektronik) hasil penelitian ini bisa dijadikan evaluasi dalam menawarkan *e-money* yang lebih canggih seiring perkembangan era globalisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan para pengguna.
 - b. Bagi pemerintah dan stakeholder perlu adanya sosialisasi *e-money* secara meluas dan meningkatkan kerjasama dengan berbagai *merchant* agar penggunaan *e-money* dapat dijangkau di seluruh wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

- (SSP), S. S. P. (2009). *Bank Indonesia (BI)*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1–11.
- Apriliana, R. M. (2020). Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Skripsi*, 1–87.
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 6(1), 54–61.
- Awalina, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam. *Skripsi*, 1–77.
- Destianata, C. R., & Lutfi, L. (2019). Pengaruh Literasi Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Pekerja Di Banyuwangi. *Journal of Business & Banking*, 6(2), 269–280. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.730>
- Durgun, O., & Caner, M. (2015). The Effects of Electronic Payments on Monetary Policies and Central Banks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 680–685. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.271>
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan *e-money*. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 209–217.
- Fernaldy, Muslikh, & Huda, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1531>
- Firdauzi, I. (2016). Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadap minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta. *Skripsi*, 1–90.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan Dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Ovo (Survey Pada Masyarakat Surabaya). *Commercium*, 03(03), 180–191.
- Hukum, T. I., & Hukum, D. (2009). *Peraturan Bank Indonesia (BI)*. 13 April. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_111209.aspx
- Kanchanatanee, K., Suwanno, N., & Jarernvongrayab, A. (2014). Effects of Attitude toward Using , Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing. *Journal of Management*

- Research, 6(3), 1–13. <https://doi.org/10.5296/jmr.v6i3.5573>
- Krismawintari, N. P. D., Komalasari, Y., Utama, I. G. B. R., Trimurti, C. P., & Junaedi, I. W. R. (2020). Decision Model of Use E-Money in Covid-19 Pandemic Situation. *Technium Social Sciences Journal*, 10, 280–290.
- Kumari, N., & Khanna, J. (2017). Cashless Payment: A Behaviourial Change To Economic Growth. *Qualitative and Quantitative Research Review*, 2(2), 82–103.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–13.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). 1–17.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis Personal Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. 1–16.
- Nasution, M. H., & Sutisna. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*, 1(1), 62–73.
- Nirmala, Miftah, M., & Murtatik, S. (2015). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. *Cybrarians Journal*, 645(37), 1–31. <https://doi.org/10.12816/0013114>
- OJK, T. penulis. (2017). Otoritas Jasa Keuangan (OJK). <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>
- Olatokun, W., & Owwoye, O. J. (2012). Influence of Individual, Organizational and System Factors on Attitude of Online Banking Users. *Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE)*, 389–403.
- Pratiwi, D. F., & Dewi, C. K. (2018). Faktor-Faktor (Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security) yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen pada E-Money di Indonesia. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 11(2), 24–37.
- 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). *Universitas Diponegoro*.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money : Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, VIII(2), 274–284.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irvianan, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis (JDEB)*, 13(2), 131–145.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT (Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen)*, 16(1), 160–177.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, III(2), 699–711.
- Sakti, M. B., Astuti, E. S., & Kertahadi. (2010). Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Minat Dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (27th ed.). Alfabeta, cv. Bandung.
- Susanti. (2014). Pengaruh Locus Of Control Internal Dan Pendapatan Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(1), 5–17.
- Theriady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking. *Media Informatika*, 14(2), 117–141.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi (JAE)*, 5(3), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134–166. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Balance Vol. XIV No. 2 | Juli 2017 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Balance*, XIV(2), 29–41.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen*, 6(1), 440–456.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–7.