

**Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Sistem Pembayaran
Shopeepay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Di Surakarta)**

*Perceptions Of Usefulness, Convenience, And Risk Of The Shopeepay System (Case
Studies Of Accounting Students In Surakarta)*

Yunike Saputro¹, Rina Ani Sapariyah²
Universitas Dharma AUB Surakarta
e-mail : yunikesaputro56@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai signifikansi pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta. Populasi pada penelitian ini mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta. Metode pengumpulan sampel merupakan *purposive sampling*, sehingga sampel yang memenuhi kriteria 93 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko memiliki pengaruh sebesar 77,2% terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, dan sisanya sebesar 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence about the significance of the effect of perceived usefulness, convenience, and risk on the Shopeepay Payment System on accounting students in Surakarta City. The population in this study were accounting students in Surakarta City. The sample collection method is purposive sampling, so that the sample that meets the criteria is 93 respondents. The data used is primary data obtained through distributing questionnaires to respondents. The analysis techniques used in this study are instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

The results of this study prove that perceived usefulness, convenience, and risk have a positive and significant influence on the Shopeepay Payment System. The R^2 test results show that perceived usefulness, convenience, and risk have an influence of 77.2% on the Shopeepay Payment System, and the remaining 22.8% is influenced by other variables not mentioned in this study.

Keywords : Perceived Usefulness, Perceived Convenience, Perceived Risk, Shopeepay Payment System.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi pada era digital ini berkembang dengan sangat cepat dan menjadi semakin kompleks. *Smartphone* atau telepon genggam saat ini menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Masyarakat menggunakan *smartphone* untuk mencari informasi dan juga sebagai alat komunikasi. Peningkatan penggunaan *smartphone* melahirkan berbagai inovasi, salah satunya adalah *financial technology (fintech)*. *Financial technology* merupakan pemanfaatan teknologi yang berkaitan dengan keuangan sehingga dapat menghasilkan produk serta

member pelayanan dalam melakukan pembayaran. Masyarakat menggunakan alat pembayaran digital dalam melakukan transaksi *online* maupun *offline* karena dianggap praktis, aman, dan efisien disbanding penggunaan uang tunai (Mawardani & Dwijayanti, 2021).

Meluasnya penggunaan mata uang elektronik sebagai metode pembayaran yang baru dan bermanfaat memiliki potensi untuk memfasilitasi perdagangan yang efisien di berbagai sektor, mulai dari jalan tol dan angkutan massal hingga pasar mikro, *pujasera* atau tempat parkir. Uang Elektronik (*E-money*) terdiri dari tiga komponen: diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah di setor kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Bank Indonesia, 2020).

Kemudahan penggunaan *e-money* untuk transaksi sehari-hari termasuk melakukan pembelian, pembayaran tol, dan pembelian tiket transit, belakangan popularitasnya meningkat. *E-money*, atau uang elektronik, adalah sistem pembayaran digital di mana nilai moneter disimpan dalam bentuk digital di berbagai perangkat elektronik. Uang elektronik mengakibatkan mereka yang sebelumnya tidak pernah memiliki akses ke sistem keuangan kini dapat melakukannya (Rifka, 2021).

Shopee merupakan aplikasi untuk belanja dan jualan *online* yang dapat digunakan melalui *smartphone*. Aplikasi *shopee* mempunyai semua yang kita butuhkan seperti pakaian, aksesoris, makanan, dan lain sebagainya. Penjual yang hendak memasarkan barangnya melalui *Shopee*, mendapatkan fasilitas serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistic yang terintegrasi (Riyadi, 2022).

Shopeepay adalah layanan pembayaran digital yang dapat digunakan untuk melakukan pembelian di dalam toko dan melalui *web* dari *merchant* yang berpartisipasi, serta mendapatkan pengembalian uang menggunakan aplikasi seluler *Shopee* (Sulfina et al., 2022).

Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi pemakaian sistem pembayaran *Shopeepay*, diantaranya Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko yang mengacu pada penelitian Shafira (2017) dan Brahanta & Wardhani (2021). Persepsi Kebermanfaatan memiliki pengaruh terhadap penggunaan Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Suatu aplikasi yang memiliki banyak manfaat akan digunakan terus menerus oleh suatu individu. Maka suatu individu akan menggunakan layanan *Shopeepay* bila dirasa bermanfaat. Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh terhadap penggunaan Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Suatu aplikasi bila mudah dipahami dalam penggunaannya akan menarik minat pemakaian dari individu. Maka suatu individu akan menggunakan layanan *Shopeepay* bila dirasa aplikasi

tersebut mudah dipahami dan digunakan. Persepsi Risiko memiliki pengaruh terhadap penggunaan Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Suatu aplikasi bila memiliki risiko yang besar maka individu cenderung enggan menggunakannya. Maka suatu individu akan menggunakan layanan *Shopeepay* bila dirasa minim risiko.

Tujuan dari penelitian ini, mengingat konteks dan pernyataan masalah sebelumnya, adalah untuk menganalisis dampak manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, dan risiko yang dirasakan pada sistem pembayaran *Shopeepay* .

Beberapa penelitian sebelumnya mendapatkan hasil yang berbeda-beda, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui apakah Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko memiliki pengaruh yang signifikan Terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

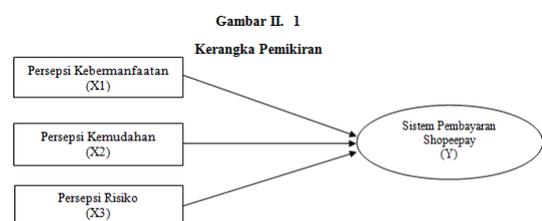
Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

H₂ : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

H₃ : Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

Kerangka Penelitian



Sumber : Shafira (2017), Mawardani & Dwijayanti (2021),
Brahanta & Wardhani (2021)

Metode

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta dengan menyebarkan kuisioner melalui google form dengan beberapa mahasiswa akuntansi di kampus UNDA AUB, UNS, UMS dan USB. Responden pada penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu (Shafira, 2017). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Hasil Penelitian

1. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil olah data semua variabel dinyatakan valid karena r hitungnya lebih besar dari pada r table.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil olah data semua variabel dinyatakan reliable karena Cronbach's Alpha lebih dari 0,7.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel IV. 9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N				93
Normal Parameters	a,b	Mean		.0000000
		Std. Deviation		1,25734438
Most Extreme Differences		Absolute		.072
		Positive		.072
		Negative		-.052
Kolmogorov-Smirnov Z				.697
Asymp. Sig. (2-tailed)				.717

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Sumber : data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil uji *kolmogorov-Smirnov* pada table diatas menjelaskan bahwa semua nilai variable mempunyai nilai signifikan sebesar 0,717 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka semua variabel dinyatakan terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel IV. 10

Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,905	1,523		1,908	,060		
	Persepsi Kebermanfaatan	,170	,071	,178	2,380	,019	,440	2,272
	Persepsi Kemudahan	,498	,079	,553	6,289	,000	,320	3,126
	Persepsi Resiko	,230	,078	,229	2,970	,004	,415	2,409

a. Dependent Variable: Sistem Pembayaran Shopee Payment

Hasil uji melalui VIF (*Variance Inflation Factor*) pada table diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, jadi dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel IV. 11

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.883 ^a	.780	.772	1,278	1,920

a. Predictors: (Constant), Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Sistem Pembayaran Shopee Payment

Hasil uji autokorelasi pada table diatas menunjukkan bahwa nilai DW (*Durbin-Waston*) pada penelitian ini berada diantara -2 sampai +2 yaitu 1,920 sehingga bisa diartikan bahwa tidak terdapat autokolerasi antar variabel.

d. Uji Heteroskedasitas

Tabel IV. 12
 Hasil Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,761	,973		1,810	,074
	Persepsi Kebermanfaatan	-,002	,046	-,007	-,046	,964
	Persepsi Kemudahan	-,030	,051	-,111	-,595	,553
	Persepsi Risiko	,003	,050	,012	,070	,944

a. Dependent Variable: Absusi

Sumber : data primer yang diolah 2023

Table diatas memnunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, dikarenakan nilai signifikan pada masing-masing variabel independen pada penelitian ini lebih dari 0,05.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV. 13
 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,905	1,523		1,908	,060		
	Persepsi Kebermanfaatan	,170	,071	,178	2,380	,019	,440	2,272
	Persepsi Kemudaha	,498	,079	,553	6,289	,000	,320	3,128
	Persepsi Resiko	,230	,078	,229	2,970	,004	,415	2,409

a. Dependent Variable: Sistem Pembayaran Shopee Payment

Persamaan regresi linear yang diperoleh dari analisis regresi linear bergana adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,905 + 0,170X_1 + 0,498X_2 + 0,230X_3$$

Keterangan :

- 1) $\alpha = 2,905$ nilai konstanta tersebut berartikan bahwa jika variabel independen yaitu Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko memilik pengaruh positif terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*.
- 2) $\beta_1 = 0,170X_1$ nilai koefisien beta dari variabel Persepsi Kebermanfaatan mengartikan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Jadi apabila Persepsi Kebermanfaatan meningkat, Sistem Pembayaran *Shopeepay* juga meningkat.
- 3) $\beta_2 = 0,498X_2$ nilai koefisien beta dari variabel Persepsi Kemudahan mengartikan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap sistem pembayaran *Shopeepay*. Jadi apabila Persepsi Kemudahan meningkat, Sistem Pembayaran *Shopeepay* juga meningkat.

- 4) $\beta_3 = 0,230$ X_3 nilai koefisien beta dari variabel Persepsi Risiko mengartikan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*. Jika Persepsi Risiko meningkat, maka Sistem Pembayaran *Shopeepay* juga meningkat.
- 5) Persepsi Kemudahan merupakan variabel yang paling dominan dan berpengaruh terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* dengan nilai koefisien linear berganda paling besar yaitu 0,498

b. Uji-t

Tabel IV. 14
 Hasil Analisis Uji t

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2,905	1,523		1,908	,000		
	Persepsi Kebermanfaatan	,170	,071	-,178	2,380	,019	,440	2,272
	Persepsi Kemudahan	,498	,079	,553	6,289	,000	,320	3,126
	Persepsi Risiko	,230	,078	,292	2,870	,004	,415	2,409

a. Dependent Variable: Sistem Pembayaran Shopee Payment

Berdasarkan table diatas maka hasil uji t dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Persepsi Kebermanfaatan memiliki nilai signifikan $0,019 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 1 diterima.
- 2) Persepsi Kemudahan memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka bisa diartikan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 2 diterima.
- 3) Persepsi Risiko memiliki nilai signifikan $0,04 < 0,05$ maka bisa diartikan bahwa variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 3 diterima.

c. Uji Koefisien Determinan

Tabel IV. 15
 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,883 ^a	,780	,772	1,273	1,920

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Sistem Pembayaran Shopee Payment

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinan (R^2) yang di peroleh dari hasil olah data penelitian ini adalah sebesar 0,772, sehingga dapat diartikan bahawa variabel independen yaitu Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan dan Risiko memberikan pengaruh terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* sebesar 77,2% sedangkan 22,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

1. Persepsi Kebermanfaatan

Memiliki nilai signifikan $0,019 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 1 diterima.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafira (2017) yang berpendapat bahwa Persepsi Kebermanfaatan memiliki pengaruh pada Sistem Pembayaran *Shopeepay*

Pengguna ketika bertransaksi menggunakan *Shopeepay* tentunya akan meningkatkan penggunaan Sistem Pembayaran *Shopeepay* bila dirasa memiliki manfaat yang besar.

2. Persepsi Kemudahan

memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka bisa diartikan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 2 diterima.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shafira, 2017).

Kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan adalah semua pembayaran bisa dilakukan hanya melalui handphone dengan sekali tekan tanpa perlu membawa uang tunai dan dompet, dan juga tidak direpotkan dengan uang kembalian. Sistem pembayaran melalui *Shopeepay* yang mudah dipelajari pun dapat mendorong minat pelanggan dalam meningkatkan penggunaan *Shopeepay*.

3. Persepsi Risiko

Nilai signifikan $0,04 < 0,05$ maka bisa diartikan bahwa variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran *Shopeepay*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena itu hipotesis 3 diterima.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayanti, 2021) yang berpendapat bahwa semakin rendah Persepsi Risiko bagi pengguna maka akan berakibat meningkatnya penggunaan Sistem Pembayaran *Shopeepay*.

Hal ini tentu saja membuktikan ketika risiko yang ditimbulkan dari penggunaan *Shopeepay* rendah akan berakibat pada meningkatnya penggunaan *Shopeepay*

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang bias diambil dari penelitian ini adalah :

1. Persepsi Kebermanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sistem pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta.
2. Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta.
3. Persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta.
4. Persepsi Kemudahan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya dalam penelitian ini terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta.
5. Nilai pada koefisien determinasi (R^2) yang telah di peroleh pada penelitian ini sebesar 0,772, dapat diartikan bahwa variabel independen seperti Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Sistem Pembayaran *Shopeepay* sebesar 77,2%, sedangkan 22,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 (tiga) variabel independen yaitu Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko, sehingga bisa dikembangkan lagi oleh peneliti berikutnya.
2. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pencarian data berupa kuisioner. Terdapat kemungkinan yang terjadi seperti dalam pengisian kuisioner, responden tidak bersungguh-sungguh yang bisa membuat hasilnya tidak meyakinkan atau juga menyesatkan.
3. Penelitian ini mengambil sampel hanya pada mahasiswa akuntansi di Kota Surakarta yang berkuliah di UNDHA AUB, UNS, dan UMS sehingga bisa diperluas lagi oleh peneliti berikutnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Persepsi Kebermanfaatan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, maka peneliti memberikan saran kepada pihak *Shopee* agar tetap meningkatkan manfaat dari *Shopeepay*, dengan memberikan *voucer cashback*.
2. Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, maka peneliti memberikan saran kepada pihak *Shopee* agar terus mengembangkan layanan tersebut supaya pengguna *Shopeepay* tidak beralih ke dompet digital yang lain, yang dianggap lebih mudah dalam melakukan top up, maupun transfer uang dan sebagainya.
3. Persepsi Risiko dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sistem Pembayaran *Shopeepay*, maka peneliti memberikan saran kepada pihak *Shopee* untuk terus meningkatkan rasa aman dalam penggunaan *Shopeepay*, agar pengguna tidak beralih ke dompet digital yang dirasa lebih aman dalam melindungi kerahasiaan identitas, maupun saldo yang ada di dalam dompet digital tersebut.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel selain variabel Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko, dengan menambahkan variabel Persepsi Kepercayaan, atau keamanan dan memperluas sampel penelitian.

Daftar Pustaka

- Brahanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya*. 7(2), 89–96.
- Hidayanti, N. A. A. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Shopeepay Sebagai Alat Transaksi*.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/36615/17312300.pdf?sequence=1>
- Indonesia, B. (2020). *Apa itu Uang Elektronik*. Bank Indonesia.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompet Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.

- Rifka, I. (2021). *Pengertian dan Jenis Uang Elektronik*. Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2021/12/04/121142026/pengertian-dan-jenis-uang-elektronik>
- Riyadi, H. (2022). *Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?* Nesabamedia. <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Shafira, N. A. (2017). Kata kunci : Persepsi Kebermanfaatan , Persepsi Kemudahan , Penggunaan Sistem Keywords : Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , System Use . *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Payment (Shopee Pay)*, 1–12.
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105.
<https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>