

Analisis Faktor Pengaruh Teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behavior* terhadap Minat Pengguna Produk *E-Money (Go-Pay)*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Angkatan 2015-2016 Universitas Islam Bandung)

Analysis Of The Factor The Effect Of The Theory *Technology Acceptance Model* And *Theory Of Planned Behavior* On The Interests Of *E-Money (Go-Pay)* Product Users
(Case Study on Students of the Faculty of Sharia, Islamic Economics Law Study Program, Class of 2015-2016, Bandung Islamic University)

¹Andien Egia Destianti, ²Asep Ramdan Hidayat, ³Popon Srisusilawati

^{1,2,3} Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

email: ¹andienegia@gmail.com,

²asepramdanhidayat36764@gmail.com, ³po2nss@gmail.com

Abstract. The interest in using *E-Money (Go-Pay)* can be used using two theories, namely *Technology Acceptance Model* and *Theory of Planned Behavior* which express interest in using technology that is supported by social factors, perceived behavioral control, perceived usefulness and perceived ease of use. The fact is that students use *E-Money (Go-Pay)* only because of the discount factor offered. Therefore, researchers are interested in formulating problems related to perceived ease of use (X1), perceived usefulness (X2), subjective norms (X3), perception behavioral control (X4) on behavioral intentions using (Y). Aiming to determine the effect of interest in users of *E-Money (Go-Pay)* products with their dominant factors, namely perceptions of ease of use (X1), perceived usefulness (X2), subjective norms (X3), perceived behavioral control (X4) on behavioral intentions using (Y). This research is quantitative, namely the analysis of statistical test data in the form of multiple linear regression with sample random sampling. The sources used are primary data, namely questionnaires and secondary data, namely literature sources that support this research. The results showed that the F count showed 26.607 with a significant level of 0,000 meaning that overall there is an influence between TAM and TPB theory factors on the interest in using *E-Money (Go-Pay)* products.

Keywords: *Technology Acceptance Model*, *Theory Planned Behavioral*, *E-Money*, *Go-Pay*

Abstrak. Minat penggunaan *E-Money (Go-Pay)* mampu diukur menggunakan integrasi dua teori, yaitu *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan minat penggunaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh faktor sosial, persepsi kontrol perilaku, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Faktanya alasan mahasiswa menggunakan *E-Money (Go-Pay)* hanya karena faktor diskon yang ditawarkan. Maka peneliti tertarik untuk membuat rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh *perceived ease of use (X₁)*, *perceived usefulness (X₂)*, *subjective norm (X₃)*, *perceived behavioral control (X₄)* terhadap *behavioral intention using (Y)*. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat pengguna produk *E-Money (Go-Pay)* dengan faktor dominannya yaitu *perceived ease of use (X₁)*, *perceived usefulness (X₂)*, *subjective norm (X₃)*, *perceived behavioral control (X₄)* terhadap *behavioral intention using (Y)*. Penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu analisis data uji statistik berupa regresi linier berganda dengan sampel *random sampling*. Sumber yang digunakan adalah data primer yaitu kuisioner dan data sekunder yaitu berbagai sumber literatur yang mendukung penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan F hitung berpengaruh sebesar 26,607 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 artinya secara keseluruhan terdapat pengaruh antara faktor teori TAM dan TPB terhadap minat penggunaan produk *E-Money (Go-Pay)*.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model*, *Theory Planned Behavioral*, *E-Money*, *Go-Pay*

A. Pendahuluan

Pada zaman sekarang, perkembangan teknologi berkembang sangat pesat terutama teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktifitas manusia menjadi lebih mudah dan efisien baik dalam bidang ekonomi maupun sosial. *The National Digital Research Centre (NDRC)* menyatakan bahwa *financial technology* adalah suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi model.¹

E-money merupakan salah satu produk Fitech yang merupakan alat pembayaran di Indonesia. *E-Money* diatur dalam Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah. *E-Money* memiliki dua jenis yaitu: *card-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam media *integrated circuit (IC)* yang tertanam dalam kartu dan *software-based product (server based dan app based)* dimana nilai elektronik disimpan dalam bentuk *software* yang terdapat pada *personal computer*.²

Go-Pay merupakan salah satu produk yang dimiliki PT. GO-JEK Indonesia yang merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara *online* pada aplikasi Go-Jek dan *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Dengan kata lain, Go-Jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu

pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara *mobile*.³

Dompet elektronik termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna telah cukup mengenal berbagai macam metode pembayaran elektronik. Namun pertumbuhan transaksi Go-Pay sangat tinggi sejak pertama kali diluncurkan. Namun, hanya sedikit sekali penelitian yang sudah membahas tingkat penerimaan Go-Pay oleh pengguna di Indonesia. Mengingat perbedaan layanan sejenis di tiap negara berbeda, maka penelitian dengan konteks menawarkan produk lokal di Indonesia dianggap penting.⁴

Minat individu dalam penggunaan uang elektronik khususnya Go-Pay mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi.⁵ Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu teori gabungan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1986) dan *Theory of Planned Behavioral (TPB)* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Melalui teori gabungan TAM dan TPB, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan

¹Hadi, F. (2017). *Penerapan Financial Technology (FinTech) sebagai Inovasi Pengembangan Keuangan Digital di Indonesia*. Retrieved januari 11, 2019, from <http://temilnas16.forsebi.org/penerapan-financial-technology-fintech-sebagai-inovasi-pengembangan-keuangan-digital-di-indonesia/>

²Bank Indonesia.(2006). “*Kajian Operasional E-Money*”<http://bi.go.id>. Diakses 12 januari 2019.

³Gojekindonesia.<https://www.go-jek.com> diakses 8 januari 2019.

⁴Priyono, A. 2017. “Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay.” *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1): 88–106.

⁵Ahmad Ma’ruf. (2016). *Mintat Pengguna Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisi Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan KaliJaga.hlm. 5

penggunaan teknologi. Teori gabungan antara TAM dan TPB digunakan karena pada model TAM pengaruh dari faktor sosial dan faktor kontrol dalam perilaku tidak dimasukkan. Padahal faktor-faktor tersebut sebenarnya sudah ditemukan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi.⁶

Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi. Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan mahasiswa, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan sebelum penelitian ini dilaksanakan menemukan bahwa alasan mahasiswa Fakultas Syariah angkatan 2015-2016 prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Bandung memakai sistem pembayaran non tunai Go-Pay adalah karena alasan lebih cepat dalam penyelesaian pembayaran, efisien, dan keuntungan berupa diskon yang didapat saat digunakan di *merchant-merchant* tertentu dan tidak semua faktor dari teori ini menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan Go-Pay. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut apakah faktor-faktor yang terdapat dalam model TAM dan TPB masih menjadi alasan individu berminat untuk menggunakan produk *E-Money* atau sebaliknya. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis

Faktor Pengaruh Teori TAM Dan TPB Terhadap Minat Pengguna Poduk *E-Money* (Go-Pay)” Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2015-2016 Universitas Islam Bandung”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Analisis Faktor Pengaruh Teori *Technology Acceptance Model* Dan *Theory of Planned Behavior* Terhadap Minat Pengguna Poduk *E-Money* (Go-Pay)”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay) dikalangan mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2015-2016 Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung
2. Memahami bagaimana penerapan teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*
3. Untuk menganalisis bagaimana penerapan faktor teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* dalam meningkatkan minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay)

B. Landasan Teori

Minat

Menurut Davis et al, (1989) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.⁷ Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku

⁶Lisa Noor Ardhiani. (2015). *Analisis Faktor-faktor penerimaan Penggunaan Quiperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA 7 Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, hlm 3.

⁷Jogiyanto.(2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi. Hlm 116

tertentu.⁸ Pengukur minat untuk menggunakan Go-Pay ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.⁹

Dompet Elektronik Go-Pay

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa *Electronic Wallet* yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Go-Pay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara online pada aplikasi Go-Jek. Dengan kata lain, Go-Jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara *mobile*.¹⁰

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi pertama kali diusulkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi. TAM telah terbukti menjadi model teoritis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi

penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi.¹¹

Theory of Planned Behavioral (TPB)

Teori ini yang awalnya dinamai *Theory of Reasoned Action* (TRA), dikembangkan di tahun 1967, selanjutnya teori tersebut terus direvisi dan diperluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Mulai tahun 1980 teori tersebut digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dan untuk mengembangkan intervensi-intervensi yang lebih mengena. Pada tahun 1988, hal lain ditambahkan pada model *reasoned action* yang sudah ada tersebut dan kemudian dinamai *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein melalui penelitian-penelitian mereka dengan menggunakan TRA.¹²

C. Hasil dan Pembahasan

Uji Hipotesis

1. H_1 : Terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention using*.

Pernyataan hipotesis pertama tersebut tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,340 > 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0,141. Artinya terdapat pengaruh positif sebesar 1,41% dari variabel *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention using* namun tidak signifikan (dapat diabaikan).

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa

⁸Agnes, Taurusia Yohana. 2011. *Pengaruh sikap, norma subyektif, dan persepsi control perilaku terhadap minat beli konsumen melalui online shopping*. Yogyakarta: fakultas ekonomi universitas atma jaya. Hlm.13

⁹Jogiyanto.(2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi. Hlm 77

¹⁰Go-jek Indonesia. <https://www.go-jek.com>. Diakses 24 april 2019.

¹¹Legris, P., Ingham, J., dan Collerette, P. 2003. "Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model." *Journal of Information & Management* 40: 191–204.

¹²Achmat, Zakarija. 2010. *Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?*. Jurnal Universitas Sumatra Barat, hlm. 6

konstruk persepsi manfaat merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting mempengaruhi minat (*behavioral intention*).¹³ Karena responden merasa bahwa produk *e-money* yang mereka gunakan kurang memberikan manfaat yang lebih dan masih belum bisa digunakan di beberapa merchant sehingga hal tersebut tidak mempengaruhi minat menggunakan produk *e-money*.

2. H₂: Terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel *perceived ease of used* terhadap *behavioral intention using*.

Pernyataan hipotesis kedua tersebut tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,684 > 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar $0,059$. Artinya terdapat pengaruh sebesar $0,59\%$ dari variabel *perceived ease of used* terhadap *behavioral intention using* namun tidak signifikan (dapat diabaikan).

Alasan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* (*go-pay*) karena pada produk *e-money software based product* (berbasis *software*) masih memerlukan jaringan untuk bisa melakukan transaksi, terkadang jika kita sedang bertransaksi jaringan *provider* sangat jelek, sehingga sangat menyulitkan untuk bertransaksi. Hal ini tentunya berlainan dengan pengertian persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) yang telah dijelaskan di atas yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi baru akan bebas dari usaha.

¹³Jogiyanto, P. Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008. Hlm. 114.

3. H₃ : Terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel *subjective norm* terhadap *behavioral intention using*.

Pernyataan hipotesis ketiga tersebut tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,422 > 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar $0,133$. Artinya terdapat pengaruh sebesar $13,3\%$ dari variabel *subjective norm* terhadap *behavioral intention using* namun tidak signifikan (dapat diabaikan). hal ini membuktikan bahwa hal tersebut dapat digambarkan bahwa norma subyektif responden mempengaruhi minat namun tidak secara signifikan. Semakin lemah norma subyektif responden, maka akan lemah pula dalam mempengaruhi minat responden untuk menggunakan produk *e-money*. Dapat diasumsikan bahwa responden tidak terlalu mempertimbangkan pandangan orang-orang yang ada di sekitar mengenai produk *e-money*, sehingga pengaruhnya terhadap minat menggunakan produk *e-money* tidak signifikan.

4. H₄ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *factor perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention using*.

Pernyataan hipotesis keempat tersebut terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar $0,481$. Artinya terdapat pengaruh sebesar $48,1\%$ dari variabel *perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention using*.

Semakin tinggi kontrol perilaku persepsian maka akan semakin tinggi pula minat perilaku menggunakan *e-money*. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa semakin baik pengguna mampu mengontrol perilaku maka dapat meningkatkan minat untuk menggunakan *e-money*. Kesimpulan

diatas dapat digambarkan bahwa persepsi kontrol perilaku responden mempengaruhi secara signifikan minat penggunaan produk *e-money*. Persepsi positif kontrol perilaku juga akan menaikkan minat responden dalam menggunakan produk *e-money*. Sebaliknya, jika persepsi kontrol perilaku responden negatif terhadap produk *e-money* maka akan rendah. Dapat diasumsikan bahwa minat perilaku menggunakan *e-money* dapat dipengaruhi oleh keyakinan dan kemampuan responden terhadap penggunaan produk *e-money*.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat pengguna produk *e-money* (go-pay), maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Analisis faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat pengguna secara simultan (uji F) didapatkan F hitung 26,607 > F Tabel 2,48 dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel behavioral intention using. Sedangkan secara parsial (uji t) pada variabel PU (X1) didapatkan t hitung $0,960 < t$ tabel sebesar 1,988, variabel PEOU (X2) didapatkan t hitung $0,409 < t$ tabel sebesar 1,988, variabel SN (X3) didapatkan t hitung $0,807 < t$ tabel sebesar 1,988, variabel PBC (X4) didapatkan t hitung $4,375 > t$ tabel sebesar 1,988, yang artinya pada (variabel X4) H4 diterima dan terbukti sedangkan (variabel X1, X2, X3)

H1,H2,H3 ditolak sebab nilainya kurang dari t tabel dan mengartikan pengaruhnya tidak terbukti.

2. Faktor dominan dari faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat penggunaan pertama yaitu faktor PBC paling dominan sebesar 48,1% dan signifikan, kedua faktor PU sebesar 14,1%, SN sebesar 13,3%, dan terakhir faktor PEOU sebesar 0,59% namun tidak signifikan. Sehingga setiap kenaikan sebesar 1 pada minat penggunaan produk *e-money* akan mengalami kenaikan yaitu, PBC (0,481) secara signifikan sedangkan PU (0,141), SN (0,133), PEOU (0,059) namun tidak signifikan.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebagai produk baru dipengaruhi secara signifikan persepsi kontrol perilaku (PBC). Kemudian disimpulkan juga bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh paling besar terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Terdapat dua pengaruh kontribusi dasar dalam pembentukan model pada penelitian ini. Pertama, sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavioral (TPB) terintegrasi dalam menjelaskan faktor-faktor yang menentukan minat adopsi atau penggunaan teknologi yaitu produk *e-money* sebagai alat pembayaran baru. Dengan kata lain penelitian ini mengintegrasikan variabel yang mengaitkan peranan orang di

sekitar dalam mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Kedua, pada model penelitian ini juga dapat dijelaskan bahwa perilaku persepsian adalah faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan produk e-money baik secara langsung maupun tidak langsung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor pengaruh teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavioral* terhadap minat penggunaan produk e-money (go-pay) dengan studi pada mahasiswa Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2015-2016 Universitas Islam Bandung ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi
 - a. Model penelitian ini dapat digunakan kembali untuk mengetahui apakah model ini masih berlaku jika diterapkan pada studi kasus yang berbeda.
 - b. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor-faktor pengaruh lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi teknologi/produk baru.
 - c. Objek penelitian ini mahasiswa yang terdapat dalam satu wilayah, oleh karenanya penelitian selanjutnya bisa memperluas objek peneliti supaya mampu merepresentasikan masyarakat secara umum.
2. Bagi Pihak yang Terkait dalam Produk E-money
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk

merancang strategi pemasaran produk e-money atas dasar perilaku konsumen.

- b. Perlu adanya sosialisasi terhadap masyarakat tentang kemudahan menggunakan e-money (gopay), manfaat yang akan dirasakan jika menggunakan e-money (go-pay), sehingga masyarakat tidak ragu untuk menggunakan produk e-money.
- c. Lebih memperluas dan memperbanyak kerjasama dengan merchant yang dapat melayani penggunaan e-money, sehingga mempermudah untuk bertransaksi dimanapun.

Daftar Pustaka

- Achmat, Zakarija. (2010) *Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?.*Jurnal Universitas Sumatra Barat.
- Agnes, Taurusia Yohana.(2011). *Pengaruh sikap, norma subyektif, dan persepsi control perilaku terhadap minat beli konsumen melalui online shopping.* Yogyakarta: fakultas ekonomi universitas atma jaya.
- Ahmad Ma'ruf. (2016). *Mintat Pengguna Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisi Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB).* Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan KaliJaga.
- Bank Indonesia.(2006). “*Kajian Operasional E-Money*”<http://bi.go.id>.
- Gojekindonesia.<https://www.go-jek.com>
- Hadi, F. (2017).*Penerapan Financial Technology (FinTech) sebagai Inovasi Pengembangan Keuangan Digital di Indonesia.*from<http://temilnas16>.

forsebi.org/penerapan-financial-technology-fintech-sebagai-inovasi-pengembangan-keuangan-digital-di-indonesia/

- Jogiyanto, P. (2008) *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Legris, P., Ingham, J., dan Collerette, P. (2003). “Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model.” *Journal of Information & Management* 40: 191–204.
- Lisa Noor Ardhiani. (2015). *Analisis Faktor-faktor penerimaan Penggunaan Quiperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA 7 Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, hlm 3.
- Priyono, A. (2017). “Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay.” *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1): 88–106.