

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap pengaruh kemudahan, kemanfaatan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kota Padang, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Meskipun responden merasa aplikasi mudah digunakan, hal tersebut tidak serta-merta mendorong keputusan penggunaan secara langsung.
2. Kemanfaatan juga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan belum cukup kuat untuk menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Strategi promosi seperti cashback, diskon, dan hadiah terbukti mendorong keputusan pengguna untuk memanfaatkan layanan uang elektronik.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kepercayaan terhadap keamanan sistem, kredibilitas penyedia

layanan, dan keandalan transaksi memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan.

5. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Artinya, semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut.
6. Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin kuat pula kepercayaan pengguna.
7. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Promosi yang konsisten dan transparan mampu membentuk persepsi positif yang memperkuat rasa percaya pengguna.
8. Kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara kemudahan dan keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan saja belum cukup mendorong keputusan, bahkan secara tidak langsung melalui kepercayaan.
9. Kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara kemanfaatan dan keputusan penggunaan. Artinya, manfaat yang dirasakan tidak cukup kuat membentuk kepercayaan yang berdampak pada keputusan penggunaan.
10. Kepercayaan mampu memediasi hubungan antara promosi dan keputusan penggunaan. Ini membuktikan bahwa promosi yang berhasil membangun kepercayaan, pada akhirnya berdampak positif pada keputusan penggunaan uang elektronik.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan objek penelitian hanya difokuskan pada generasi Z yang hanya di Kota Padang dimana hanya satu dari banyak kota di Sumatera Barat.

C. Saran

1. Bagi penyedia layanan uang elektronik

Penyedia layanan diharapkan fokus meningkatkan strategi promosi yang menarik, konsisten, dan memberikan manfaat nyata seperti cashback, diskon, atau program loyalitas. Selain itu, aspek kepercayaan harus dibangun melalui peningkatan sistem keamanan, perlindungan data pribadi, serta pelayanan yang transparan dan profesional. Meskipun kemudahan dan kemanfaatan belum terbukti signifikan dalam memengaruhi keputusan secara langsung, fitur-fitur yang mudah diakses dan memberikan nilai guna tetap perlu dikembangkan sebagai fondasi pengalaman pengguna yang baik.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Terdapat sejumlah saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Jumlah responden sebaiknya diperbesar agar hasil yang diperoleh lebih representatif serta mampu menggambarkan kondisi yang lebih luas. Objek penelitian juga dapat diperluas, tidak hanya berfokus pada generasi Z di Kota Padang, melainkan melibatkan kelompok usia yang berbeda maupun wilayah lain di Sumatera Barat bahkan pada skala nasional, sehingga memungkinkan adanya perbandingan antar kelompok dan daerah. Selain itu, penambahan variabel seperti literasi keuangan, keamanan sistem, ataupun faktor sosial budaya dapat memperkaya model penelitian sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan uang elektronik. Dengan pengembangan tersebut, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan menjadi lebih akurat, menyeluruh, serta bermanfaat baik dalam konteks akademis maupun praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- (Zainab & Burhany, 2020). “Pengaruh Kemanfaatan, Risiko, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Pengguna Uang Elektronik.” *Akuntansi* 20, no. 01 (2025): 75–88.
- Abdul-Halim, Nurul Ain, Ali Vafaei-Zadeh, Haniruzila Hanifah, Ai Ping Teoh, and Khaled Nawaser. “Understanding the Determinants of E-Wallet Continuance Usage Intention in Malaysia.” *Quality and Quantity* 56, no. 5 (2022): 3413–39. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>.
- Adellia Bella Yuda Slankiza, and Titin Hargyatni. “The Influence of Perceived Security, Ease of Use, Promotion, and Trust on the Intention to Use Digital Payments in Karanganyar’s Conventional Stores.” *Manajemen* 5, no. 1 (2025): 311–18. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.966>.
- Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI),” no. 9 (2012).
- Almaida, Zennia. “Perlindungan Hukum Preventif Dan Represif Bagi Pengguna Uang Elektronik Dalam Melakukan Transaksi Tol Nontunai” 9 (2021): 218–26.
- Budiyanto, Teguh, Christoffel Kojo, and Hendra N. “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 4 (2016): 488–500.
- Chawla, Udit, Rajesh Mohnot, Harsh Vikram Singh, and Arindam Banerjee. “The Mediating Effect of Perceived Trust in the Adoption of Cutting-Edge Financial Technology among Digital Natives in the Post-COVID-19 Era.” *Economies* 11, no. 12 (2023). <https://doi.org/10.3390/economies11120286>.
- Desita, Widya, and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet).” *Jurnal Akuntansi Profesi* 13, no. 1 (2022): 115–24.
- Dian Parera, Linawati, Amalia Rahmawatus Syafaah, Putri Leni Asyari. “Tren Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Era Digital: Implikasi Dan Perspekti Dalam Islam” 7 (2024): 224–34.
- Dwi Rorin Mauludin Insana, Ria Susanti Johan. “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI” 7, no. 2 (2020): 209–24.

- Eka Puji Lestari, Firdaus Firdaus, Nurhayati Nurhayati, Irmaya Yulianti, Tengku Muhammad Ikhfan, and Endah Ratnasari. "The Effect Of Perceived Of Usefulness And Perceived Ease Of Use On Online Purchasing Behavior With E-Wallet User Satisfaction As Intervening." *International Journal of Economics, Management and Accounting* 1, no. 2 (2024): 01–15. <https://doi.org/10.61132/ijema.v1i2.16>.
- Endriyanto, Rizal, and Rachma Indrarini. "Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus Di Surabaya)." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>.
- Fachri Irjantor dan Prof.Dr.Drs.Ec.Slamet Riyadi,Mp, Mm. "Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Wallet Dimediasi Kepercayaan Pengguna Aplikasi E-Wallet Linkaja Di Jakarta" 5 (n.d.): 395–412.
- Fahr, Annette. *Structural Equation. The International Encyclopedia of Communication*, 2008. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs108>.
- Genady, Dien Ilham. *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat. Skripsi Tidak Diterbitkan*, 2018.
- Ghozali. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square PLS*. Semarang, 2006.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. "Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris." *Semarang: Badan Penerbit UNDIP* 4, no. 1 (2015).
- Hair, Joseph F, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. "When to Use and How to Report the Result of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. <https://doi.org/doi:10.1108/eb-11-2018-0203>.
- Hanggono, Aditya Arie. "Analisis Atas Praktek Tam (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram" 26, no. 1 (n.d.): 1–9.
- Hartono,J and Abdilah W, *Partial Least Square – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis (Yogyakarta: C.V Andi Offsct, 2015).*, n.d.
- Hendarsyah, Decky. "Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (2016): 1–15. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>.

- Herawati, Mesi, and Muhamad Mukhsin. "Pengaruh Perceived Of Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Risk terhadap Continuance Intention pada Penggunaan Digital Payment di Provinsi Bengkulu." *BISNIS Dan MANAJEMEN* 13 (2023): 155–65. <http://ejournal.utmj.ac.id/index.php/ekobis>.
- Hermawati, Agustin. "Pengaruh Penanganan Keluhan , Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)" 1, no. 1 (2023): 14–28.
- Himawati, Ditiya, Program Studi, Manajemen Fakultas, Ekonomi Universitas, Program Studi, Manajemen Fakultas, Ekonomi Universitas, et al. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan Di Jabodetabek" 04 (2021): 424–36.
- Hinati, Hibatillah. *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta*, 2019.
- Ika Puji Saputri, Vely Randyantini, Bagus Nurcahyo. "Peran Citra Merek Pada Pengalaman Menggunakan Uang Elektronik" 2, no. 2 (2022): 82–93.
- Imam Ghazali and Hengki Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Untuk Penelitian Empiris)*. Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2015.
- Indonesia Bank. "Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik," 2018.
- Indonesia, Di, Dewan Syariah, Nasional Majelis, Ulama Indonesia, and Kata Kunci. "Uang Elektronik, Uang Digital (Cryptocurrency) Dan Fatwa Dsn-Mui No.116 Tentang Uang Elektronik Mulvi Aulia 1 Abstrak" 4, no. 1 (2020): 15–32.
- Jamiah, Nurul, Hari Purwanto, and Metik Asmike. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet GoPay Di Kota Madiun)." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. September (2022): 1–19.
- Khan, Waseem Ahmad, and Zain Ul Abideen. "Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet: The Mediating Role of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust." *Future Business Journal* 9, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>.
- Kiew, Jiet Ping, Evelyn Ting Ling Toh, Ek Tee Ngian, and Sally Hui Ching Law. "Perceived Trust, Convenience and Promotion For the Adoption of e-Wallet." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12, no. 9 (2022): 374–85. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i9/14591>.

- Laloan, Wicky, Rudy Wenas, and Sjendry Loindong. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Apengguna E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 02 (2023): 375–86. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>.
- Lalu Agustino, Ujianto, Imawati Yousida. "Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin." *Kindai* 17, no. 3 (2021): 401–22. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>.
- Latief, Fitriani, and Dirwan Dirwan. "Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen* 3, no. 1 (2020): 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>.
- Lestari, Sinta Petri. "Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Produk." *Jurnal Interaksi* 4, no. 2 (2015): 139–47.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Maisaroh, Danuri & Siti. *Metodologi Penelitian*, 2019.
- Marcella, Icha, Putri Amalia Haris, Putri Zahra Fawzia, and Ricardo Rafael Laurencius. "Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan : Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review Manajemen Pemasaran)" 3, No. 1 (2022): 286–300.
- marisa eka safira, Susanti. "Pengaruh Literasi Keuangan , Promosi Uang Elektronik , Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik" 4, no. 2 (2020): 97–112. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n2.p97-112>.
- Mawadah, Zahrotul, and Darwanto Darwanto. "Determinants of Interest in the Use of Islamic Digital Wallets." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 1 (2023): 97. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v11i1.19028>.
- Mayang Larasati, Hesti Mayasari, & Berri Brilliant Albar. "Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Pt. Ero Prima Wisata," 2015, 45–59.
- Melati, Siti Rodiah dan Inaya Sari. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak" 1, no. 2 (2020): 66–80.

- Memon, Aftab Hameed, and Ismail Abdul Rahman. "SEM-PLS Analysis of Inhibiting Factors of Cost Performance for Large Construction Projects in Malaysia: Perspective of Clients and Consultants." *The Scientific World Journal* 2014 (2014). <https://doi.org/10.1155/2014/165158>.
- Meyrilliana, Purba, and & Arifin Kasman Samsir. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* XII, no. 1 (2020): 151–70.
- Mosa, Raafat Awad. "The Impact of Advertising Credibility on Purchase Intentions: An Empirical Study among Iraqi Facebook Users." *European Journal of Business and Management Research* 6, no. 5 (2021): 228–34. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.1123>.
- Muhammad Arifiyanto, Nur Kholidah. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server" 7, no. 3 (2020): 697–706.
- Nainggolan, Lasnida Permata Sari Intan, Muhamad Al-Faruq Abdullah, and Didin Hikmah Perkasa. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang)." *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi* 1, no. 3 (2023): 1–16.
- Ningsih, Afrina Nurulda, and Nur Rahmah Andayani. "Effects of Perceived Ease of Use, Security, Perceived Usefulness, and Trust on the Use of E-Wallet 'DANA' on ZXY Polytechnic Students." *Journal of Applied Business Administration* 8, no. 2 (2024): 385–97. <https://doi.org/10.30871/jaba.v8i2.7590>.
- Novian, Lita, and Sulivyo Lov. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang." *Jurnal Cafetaria* 2, no. 2 (2021): 15–27. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>.
- Nur 'ain, Afifah, and Linda Nur Susila. "The Effect Of Service Quality And Product Quality On Loyalty Electronic Money In Sukoharjo With Satisfaction and Trust As Intervening Variables." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 6, no. 2 (2021): 46–55.
- Nurazizah, Runi. "Pengaruh Promosi Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Loyalitas Donatur Pada Yayasan Pendidikan Mentari Ilmu Karawang" 3, no. 3 (2023).
- Oktaviani, Sonia, Almira Devita Putri, and Maidiana Astuti Handayani. "Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada)" 2, no. 1 (2022): 37–45.

- Olivia, Michelle, and Nony Kezia Marchyta. "The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction." *Jurnal Teknik Industri* 24, no. 1 (2022): 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1>.
- Picaully, Maria Regina. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia" 18, No. November (2018): 31–40.
- Primandari, I Dewa Ayu Agung Yunita, and Ni Wayan Sri Suprapti. "Role of Trust Mediates the Effect of Perceived Ease of Use of Use and Perceived Risk on Intention to Re-Use QRIS Payment Methods." *International Journal of Business, Economics & Management* 5, no. 3 (2022): 201–10. <https://doi.org/10.21744/ijbem.v5n3.1942>.
- Putri, Karina Magdani Andjanianto, and I Nyoman Rasmen Adi. "Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Perilaku Konsumen, Dan Minat Penggunaan E-Wallet." *Jurnal Manajemen Bisnis* 19, no. 1 (2022): 1–21. <https://doi.org/10.38043/jmb.v19i1.4598>.
- Putri, Rami Syah, and Indra Safri. "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru." *Jurnal Valuta* 1, no. 2502–1419 (2015): 1–25.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023." *CV. Lentera Ilmu Madani*, no. Juli (2023): 146.
- Rahmad, Andri Daisy, Endang Siti Astuti, and Riyadi. "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking." *Administrasi Bisnis* 43, no. 1 (2017): 36–43.
- Rahmalia, Fauziah, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Promosi Dan Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Masyarakat Muslim Di Indonesia" 8 (2025): 358–74.
- Rahmawati, Anggun, and Murtanto. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 1 (2023): 1247–56. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>.
- Rahmawati, Laili Nur, and A'rasy Fahrullah. "Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital QRIS Pada Generasi Z Bojonegoro." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam Volume Volume 7 Nomor 2, Tahun 2024* 7, no. 2 (2024): 1–12.
- Rahmawati, Putri, and Muhadjir Anwar. "Trust Mediates the Effect of Perceived Benefits and Perceived Convenience on the Interest in Reusing Electronic Money." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 2, no. 3 (2023): 855–70. <https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4889>.

- Ramadhan, Rivaldi. "Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Bank Aceh Syariah Dan Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Kota Sabang." *Вестник Росздравнадзора* 4, no. 1 (2017): 9–15.
- Rismalia, Rismalia, and Sugiyanto Sugiyanto. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul." *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi* 1, no. 3 (2022): 561–88. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>.
- Rizki Aprilia Dwi Susanti, Dewi Fardahlia dan Poppy Indrihastuti. "Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana" 4, no. 1 (2021): 57–71.
- Rizky, M, and Rachmat Rizky. "Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2018): 90–106.
- Romadon, Ahmad Sahri, and Risma Nurhapsari. "Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Pada Bni 46 Kc Karangayu Semarang Dengan Minat Nasabah Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi" 18, no. 4 (2020).
- Rukhmana, Trisna. "Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier." *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 2, no. 2 (2021): 28–33.
- Saad, Bani. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Manfaat, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan E-Payment Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2021.
- Saifi, Muhammad, Fitri Imandari, and Endang Siti. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning," 2016.
- Salmah, Rosilia. "Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 798–805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>.
- Sari, Afrida, and David Humala Sitorus. "Jurnal Mirai Management Pengaruh Payment System, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Shopee Di Kota Batam." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 374–92.
- Sarwono, Jonathan. "Mengenal PLS-SEM," 2012, 3–15.
- Siregar, Syofyan. *Statistic Parametrik*. jakarta: Kencana Prenada Media Grup, n.d.
- Stukalina, Yulia. "Marketing in Higher Education: Promoting Educational Services and Programmes," no. May (2019). <https://doi.org/10.3846/cibmee.2019.062>.

- Subhaktiyasa, Putu Gede. "Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif" 9 (2024): 2721–31.
- Sudaryono. "Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* Vol. 17, N (2011): 391–403.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. 23rd ed. bandung: alfabeta, 2016.
- Sun, Cong, Jinxi Ji, and Xing Meng. "Transparency as a Trust Catalyst: How Self-Disclosure Strategies Reshape Consumer Perceptions of Unhealthy Food Brands on Digital Platforms." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 20, no. 2 (2025): 1–29. <https://doi.org/10.3390/jtaer20020133>.
- "Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 16/11/DKSP Tanggal 22 Juli 2014 Perihal Penyelenggaraan Uang Elektronik (Electronic Money)," no. 18 (2016).
- Syariah, Dewan, and Nasionat Mui. "Fatwa DSN-MUI No. 107 Tentang Uang Elektronik Syariah," no. 19 (n.d.).
- Umah, Umi Nadirotul, and Siswahyudianto. "Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018." *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 329–39.
- Urumsah, Dekar, Estri Ari Respati, Noor Endah Cahyawati, and Primanita Setiyono. "Factors Influencing The Adoption Of Financial Technology And Net Benefit In Indonesian Banking." *Proceedings of the International Conferences on Interfaces and Human Computer Interaction 2023, IHCI 2023; Computer Graphics, Visualization, Computer Vision and Image Processing 2023, CGVCVIP 2023; and Game and Entertainment Technologies 2023, GET 2023*, no. November (2023): 71–79. https://doi.org/10.33965/mccsis2023_2023041009.
- Usman, Rachmadi. "Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran." *Yuridika* 32, no. 1 (2017): 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>.
- Widiar, Greta, Agung Yuniarinto, and Ida Yulianti. "Perceived Ease of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust." *Interdisciplinary Social Studies* 2, no. 4 (2023): 1829–44. <https://doi.org/10.55324/iss.v2i4.397>.
- Widiyanti, Wiwik. "Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok" 7, no. 1 (2020): 54–63.

- Wijaya, Hendra, and Sekolah. “Takyīf Fiqh Pembayaran Jasa Transportasi Online Menggunakan Uang Elektronik (Go-Pay Dan Ovo)” 4, no. 2 (2018): 187–203.
- Winarno. *Metodelogi Penelitian Dalam Pendiidkan Jasmani*. Malang: Universitas Negari Malang (Um Press), 2011.
- Winarso, Ulfa Fionita Sakka dan Beni Suhendra. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi” 11, no. 2 (2022).
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif” 3, no. 2 (2021): 96–102.
- Yulianadewi, Ina. *The Influence of Discount and Cashback Promotion Strategies on E-Wallet Customer Loyalty*. Vol. 2024. Atlantis Press International BV, 2025. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-758-8_233.
- Zena Amanda, Fadira, and Perengki Susanto. “The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment and Perceived Security on Intention to Use e-Wallet on SME Customers.” *Journal of Small and Medium Enterprises* 1, no. 2 (2022): 36–48. <https://doi.org/10.24036/jsme.xxxxxxxx>.