

## ANALISIS NIAT PENGGUNAAN TAPCASH E-MONEY MAHASISWA BISNIS DIGITAL UNJ

Alexander Jerico<sup>1\*</sup>, Dinda Mandatain<sup>2</sup>, Fini Pandewidinata<sup>3</sup>,  
Kikana Yusuf<sup>4</sup>, Rio Danuarta Sihombing<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Program Studi Bisnis Digital, Universitas Negeri Jakarta,  
Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur, Indonesia

<sup>1</sup>[alexanderjerico311@gmail.com](mailto:alexanderjerico311@gmail.com), <sup>2</sup>[dindamandatain@gmail.com](mailto:dindamandatain@gmail.com), <sup>3</sup>[finiidinata@gmail.com](mailto:finiidinata@gmail.com),  
<sup>4</sup>[kikanaysf@gmail.com](mailto:kikanaysf@gmail.com), <sup>5</sup>[riodanuartash@gmail.com](mailto:riodanuartash@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat penggunaan TapCash e-money di kalangan mahasiswa Bisnis Digital Universitas Negeri Jakarta. Dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM), penelitian ini mengeksplorasi pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan pengetahuan terhadap sikap dan niat pengguna. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden menggunakan metode random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap, sedangkan sikap terhadap penggunaan berperan sebagai mediator utama dalam membentuk niat penggunaan. Selain itu, pengetahuan tentang TapCash juga berkontribusi positif terhadap niat melalui sikap pengguna. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya edukasi dan peningkatan fitur untuk meningkatkan adopsi TapCash.

**Kata Kunci:** e-money; persepsi manfaat; kemudahan penggunaan; niat pengguna; teknologi.

### Abstract

*This study aims to analyze the intention to use TapCash e-money among Digital Business students at Universitas Negeri Jakarta. Utilizing the Technology Acceptance Model (TAM), this research examines the influence of perceived usefulness, ease of use, and knowledge on user attitudes and intentions. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents using random sampling methods. The findings reveal that perceived usefulness significantly impacts attitudes, while attitudes serve as a primary mediator in shaping usage intentions. Additionally, knowledge about TapCash positively contributes to*

### Article History

Received: December 2024  
Reviewed: December 2024  
Published: December 2024

Plagiarism Checker No 234  
Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365  
Copyright : Author  
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*intentions through user attitudes. The study implies the importance of education and feature enhancements to improve TapCash adoption.*

**Keywords:** *e-money; perceived usefulness; ease of use; user intention; technology.*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi keuangan (financial technology atau fintech) telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Salah satu inovasi signifikan dalam fintech adalah uang elektronik (e-money), yang menawarkan solusi pembayaran cepat, aman, dan praktis. Di Indonesia, penggunaan e-money terus meningkat seiring dengan berkembangnya tren cashless society. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, adopsi uang elektronik tumbuh sebesar 38% per tahun, dengan pengguna mencatatkan lebih dari 40% transaksi non-tunai pada tahun 2023 [1].

TapCash, sebagai salah satu produk unggulan dari Bank Negara Indonesia (BNI), hadir sebagai solusi pembayaran berbasis e-money yang dirancang untuk kebutuhan transaksi harian, seperti transportasi publik, belanja, dan pembayaran lainnya. Namun, meskipun potensi penggunaannya besar, tingkat adopsi TapCash di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Bisnis Digital Universitas Negeri Jakarta, masih belum sepenuhnya optimal. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan pengetahuan memainkan peran penting dalam memengaruhi niat adopsi teknologi keuangan seperti TapCash [2], [3]. Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis (1989), telah digunakan secara luas untuk memahami perilaku adopsi teknologi. Model ini mengidentifikasi persepsi manfaat (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) sebagai determinan utama dari niat pengguna (behavioral intention) untuk menggunakan teknologi baru [4]. Penelitian ini menggunakan pendekatan TAM untuk mengeksplorasi pengaruh faktor-faktor tersebut, serta pengetahuan tentang TapCash, terhadap niat mahasiswa Bisnis Digital untuk menggunakan produk ini.

Studi ini berfokus pada mahasiswa sebagai kelompok yang mewakili generasi digital, dengan pendekatan yang lebih terintegrasi dalam menganalisis hubungan antara pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan niat penggunaan. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan TAM yang diperluas dengan penekanan pada peran pengetahuan sebagai prediktor utama dalam model, serta fokus pada populasi mahasiswa Bisnis Digital sebagai objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan TapCash, mengidentifikasi peran sikap sebagai mediator, dan memberikan rekomendasi strategis bagi penyedia layanan e-money dalam meningkatkan adopsi produk di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam literatur adopsi teknologi keuangan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Creswell (2005), tinjauan pustaka merupakan ringkasan tertulis dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang memaparkan teori serta informasi yang telah dikumpulkan, baik dari sumber masa lalu maupun saat ini, yang relevan dengan topik dan dokumen yang diperlukan untuk proposal penelitian. Penulis mengumpulkan berbagai tinjauan pustaka dalam penelitian ini untuk mendukung dasar teori yang digunakan dalam penulisan penelitian.

### 2.1 Uang Elektronik (E-money)

E-money tidak melibatkan uang tunai fisik dengan pihak ketiga, menurut definisi (Kreltshheim, 1999). Ini adalah empat studi empiris utama yang sebagian besar berkonsentrasi pada sistem uang elektronik. Konsep nilai tersimpan atau prabayar produk adalah salah satu sistem terpenting yang diberikan pada e-money (Geva dan Kianieff, 2002; Allen dan Overy, 2005). Namun, Kreltshheim (1999) menekankan bahwa karena e-money, juga dikenal sebagai "e-cash", tidak memerlukan partisipasi pihak ketiga dalam transaksi. Merlonghi (2010) juga menyatakan bahwa karena mengubah transaksi keuangan tradisional, e-money menjadi hal baru inovasi.

Menurut Peraturan BI nomor 11/12/PBI/2009, uang elektronik dianggap sebagai alat pembayaran yang memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) Diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetorkan oleh pemegang kepada penerbit.
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik di media seperti chip atau server.
- 3) Digunakan untuk membayar toko yang tidak menerbitkan uang elektronik.
- 4) Peraturan perundang-undangan perbankan tidak menyetorkan uang elektronik yang disetorkan oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit.

### 2.2 TAM Model

Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah teori sistem informasi yang menjelaskan dan memprediksi perilaku pengguna teknologi saat menerima teknologi dan menggunakannya dalam pekerjaan mereka. Manfaat penggunaan TAM termasuk menyediakan kerangka kerja untuk menyelidiki dampak variabel eksternal terhadap niat seseorang untuk menerima teknologi informasi. Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan perilaku pengguna akhir di berbagai teknologi komputasi dan populasi pengguna (Davis et al., 1989). Diharapkan bahwa TAM dapat memberikan penjelasan sederhana tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et al., 1989).

#### 2.2.1 Persepsi Manfaat (Perception of Usefulness)

Pada tahun 1989, Davis mendefinisikan "persepsi kegunaan" sebagai keyakinan seseorang terhadap manfaat yang diperoleh setelah menggunakan teknologi atau sistem tertentu, yang akan berdampak positif pada kinerja mereka dalam kegiatan atau pekerjaan mereka. Menurut Adamson dan Shine (2003), persepsi kegunaan adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Sebagaimana dijelaskan oleh Jogiyanto (2007), kegunaan akan mempengaruhi kemudahan, tetapi tidak sebaliknya. Pengguna sistem atau teknologi akan menggunakannya jika bermanfaat, mudah digunakan, dan sebagainya.

Menurut Rahmatsyah (2011), persepsi kegunaan didefinisikan sebagai kemungkinan subjektif pengguna potensial yang menggunakan aplikasi tertentu untuk membantu kinerja pekerjaan mereka. Karena tidak menggunakan produk dengan teknologi baru, kinerja yang disederhanakan ini dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan secara fisik dan non-fisik. Hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan lebih memuaskan.

Persepsi kegunaan dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan dalam pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa menggunakan sistem atau teknologi tertentu akan memberikan manfaat bagi dirinya, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa menggunakannya akan memberikan dampak negatif bagi dirinya, maka ia tidak akan menggunakannya.

### **2.2.2 Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use)**

"Tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha" adalah definisi dari kemudahan penggunaan yang dianggap mudah (Davis 1989). Kemudahan ini akan mengurangi waktu, tenaga, dan pemikiran yang dihabiskan untuk mempelajari dan menggunakan sistem informasi. Bekerja dengan sistem informasi lebih mudah daripada bekerja secara manual tanpa sistem. Kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Jogiyanto (2007: 144) sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu tidak akan membutuhkan usaha.

Yang mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan menghasilkan hasil yang lebih baik daripada hasil yang lebih buruk. Hasil studi TAM menunjukkan bahwa efikasi diri, persepsi pengendalian internal, keterampilan komputer, dan persepsi kenyamanan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan sistem informasi (Venkatesh 2000 dalam Lu et al. 2003). Namun, menurut hasil Agarwal dan Prasad (1997) dalam Lu et al. (2003), persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi kepuasan pengguna akhir sistem informasi (Adamson dan Shine 2003).

### **2.3 Keputusan Penggunaan Uang Elektronik**

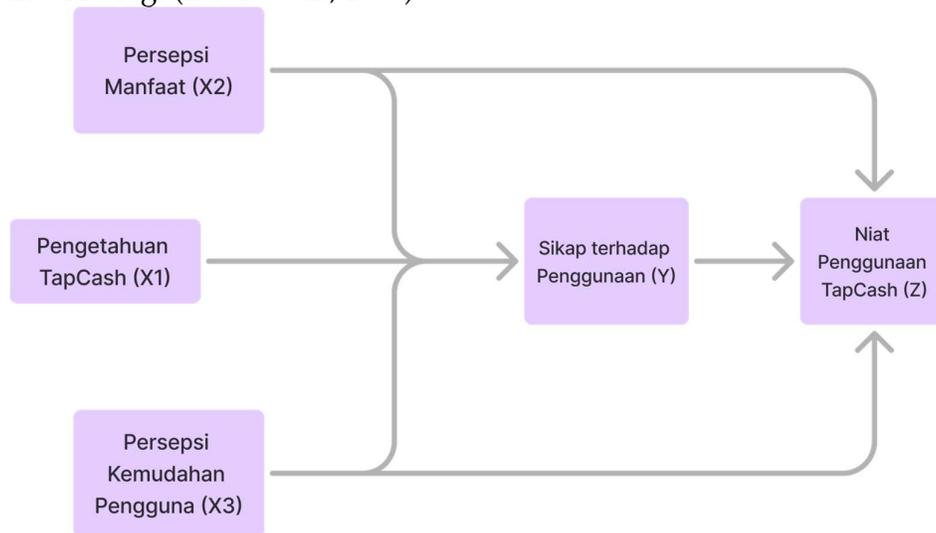
Keputusan penggunaan adalah proses di mana konsumen menilai dan memilih berbagai alternatif berdasarkan kepentingan tertentu sebelum memutuskan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Alma (2018) mengungkapkan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan adalah kemudahan penggunaan, keamanan, dampak perilaku konsumen, minat beli, dan kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Wibowo dan Priansa (2018: 300), metrik keputusan berikut digunakan: Sugiarti et al. (2024) MSEJ kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi opsi, keputusan penggunaan, dan tingkah laku setelah penggunaan

## 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Identitas Penelitian	Variabel	Metode
1	Khatimah, H., & Halim, F. (2013). The intention to use e-money transaction in Indonesia: Conceptual framework.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perceived Usefulness</li> <li>2. Perceived Ease of Use</li> <li>3. Perceived Risks</li> <li>4. Intention to use E-Money Transaction Security</li> </ol>	Kuantitatif
2	Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2021). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. <i>Journal of Islamic Marketing</i> , 12(6), 1180-1196.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perceived Ease of Use (PEU)</li> <li>2. Intention to Use E-Money (INT)</li> <li>3. Perceived Usefulness (PU)</li> <li>4. Subjective Norm (SN) Knowledge about Riba (KR)</li> </ol>	Kuantitatif
3	Sugiarti, R., Suherman, E., & Khalida, L. R. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan BNI Tapcash Di Penggemar NCTZEN Pada Grup Facebook. <i>Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)</i> , 5(2), 6073-6086.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perceived Usefulness</li> <li>2. Perceived Ease of Use</li> <li>3. Intention to use</li> </ol>	Kuantitatif
4	Rahim, R. M. (2018). STUDY OF STUDENTS' INTENTION TO USE ELECTRONIC MONEY BASED ON TAM. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB</i> , 7(2).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perceived Usefulness</li> <li>2. Perceived Ease of Use</li> <li>3. Perceived Risks</li> <li>4. Self-Efficacy</li> <li>5. Intention to use E-Money</li> </ol>	Kuantitatif

## 2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi, khususnya dalam konteks penggunaan TapCash sebagai salah satu bentuk uang elektronik (e-money). Model Penerimaan Teknologi (TAM) akan digunakan sebagai dasar utama dalam menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi teknologi ini. Model ini mengidentifikasi dua variabel utama, yaitu persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), yang berpengaruh langsung terhadap niat pengguna untuk menggunakan teknologi (Davis et al., 1989).



## 2.6 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pengetahuan TapCash (X1) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y).

H2: Sikap terhadap Penggunaan (Y) berpengaruh positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z).

H3: Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y).

H4: Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh langsung positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z).

H5: Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y).

H6: Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh langsung positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z).

H7: Sikap terhadap Penggunaan (Y) memediasi pengaruh Pengetahuan TapCash (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z).

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober 2024 di Universitas Negeri Jakarta dengan fokus pada mahasiswa Program Studi Bisnis Digital sebagai responden utama. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa program studi tersebut, dan sampel diambil menggunakan metode random sampling. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 8%, menghasilkan 100 responden dari total populasi sebanyak 500 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui studi dokumen dan angket (kuisisioner). Studi dokumen melibatkan pengumpulan informasi terkait penggunaan TapCash e-money, literatur sebelumnya, serta data perilaku konsumen terhadap e-money di Indonesia. Sementara itu, angket dirancang untuk mengukur niat penggunaan TapCash dengan pertanyaan yang mencakup persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan faktor lainnya, menggunakan skala Likert.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SmartPLS 4 dengan pengujian outer model dan inner model. Uji outer model memastikan kelayakan pengukuran melalui validitas dan reliabilitas. Convergent validity dinilai berdasarkan standardized loading factor dengan batas minimum 0,70, meskipun nilai di atas 0,50 masih dapat diterima. Discriminant validity diuji melalui perbandingan nilai loading indikator terhadap konstruknya dengan nilai cross loading, sementara composite reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan nilai minimum 0,70. Setelah validitas dan reliabilitas terpenuhi, evaluasi inner model dilakukan meliputi R-Square ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, F-Square ( $F^2$ ) untuk menilai kekuatan efek variabel independen, serta analisis direct dan indirect effect untuk mengevaluasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Pengaruh dinyatakan signifikan jika P-Value < 0,05.

#### Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator	No Item
1	Pengetahuan tentang TapCash (X1)	Pemahaman cara kerja TapCash	KT1, KT2
		Pemahaman pengisian dan pengecekan saldo	KT3, KT5
		Keuntungan dibanding uang tunai	KT4
2	Persepsi Kegunaan (X2)	Manfaat TapCash dalam transaksi	PU1, PU4
		Produktivitas dalam transaksi	PU2, PU3
3	Persepsi Kemudahan (X3)	Kemudahan penggunaan	PEU1, PEU4
		Kemudahan informasi	PEU2, PEU3, PEU5
4	Sikap terhadap TapCash (Y)	Sikap positif terhadap penggunaan TapCash	ATT1, ATT3
		Persepsi umum	ATT2, ATT4
5	Niat Menggunakan TapCash (Z)	Niat menggunakan TapCash	INT1, INT2, INT3

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1 Deskriptif Responden

Deskripsi responden ini adalah proses mendeskripsikan para responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan jumlah tanggapan untuk setiap variabel. Pada penelitian didapat sebanyak 100 responden yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner.

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner rusak/tidak lengkap	-
Jumlah Responden	100

##### 4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan tabel jumlah responden pada 4.1, dapat dilihat sebanyak 42 responden adalah laki-laki dan 58 responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan. Berdasarkan penelitian, gambaran tabel mengenai jenis kelamin responden sebagai berikut:

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Jumlah	100	100%

##### 4.1.2 Usia Responden

Dalam penelitian ini, usia responden dikelompokkan menjadi 3 bagian. Berdasarkan pengelompokan usia, didapatkan rentang usia 18-20 yang mendominasi responden. Sedangkan untuk usia yang paling sedikit ada pada rentang usia >24. Berdasarkan hasil penelitian, gambaran mengenai umur responden sebagai berikut

Usia	Jumlah	Persentase
18-20	77	77%
21-23	23	23%
>24	-	
Jumlah	100	100%

### 4.1.3 Semester Responden

Karakteristik semester pada pendidikan yang dijalankan responden yang paling berniat untuk menggunakan TapCash adalah mahasiswa bisnis digital yang sedang menempuh semster 5 keatas. Sedangkan paling sedikit mahasiswa yang sedang menempuh semester 1. Sesuai dengan data tersebut, gambaran mengenai program studi responden sebagai berikut:

Semester	Jumlah	Persentase
Semester 1	17	17%
Semester 3	30	30%%
Semester >5	53	53%
Jumlah	100	100%

### 4.1.4 Tanggapan responden Terhadap Pengetahuan Tentang TapCash

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Pengetahuan Tentang TapCash dapat dilihat dalam tabel berikut:

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Rerata
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Pemahaman tentang cara kerja TapCash	-	-	-	-	8	24	54	216	38	190	4.26
	-	-	-	-	8	24	43	172	49	245	4.41
Pemahaman tentang pengisian dan pengecekan saldo TapCash	-	-	-	-	7	21	34	136	59	295	4.52
	-	-	-	-	7	21	43	172	50	250	4.43
Keuntungan menggunakan TapCash dibanding uang tunai	-	-	-	-	8	24	41	164	51	255	4.39
<b>Nilai rerata variabel Pengetahuan tentang TapCash</b>											<b>4.402</b>

Data menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat pengetahuan yang baik tentang TapCash dengan rata-rata nilai 4,402. Indikator pemahaman tentang pengisian dan pengecekan saldo TapCash menerima skor tertinggi dengan rata-rata 4,52, menunjukkan bahwa responden sangat memahami proses ini. Indikator keuntungan menggunakan TapCash dibandingkan uang tunai memiliki skor rata-rata 4,43, diikuti oleh indikator pemahaman tentang cara kerja TapCash dengan skor rata-rata 4,41. Indikator dengan skor terendah adalah pemahaman tentang cara kerja TapCash dengan nilai rata-rata

4,26. Meskipun demikian, skor ini tetap menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik terhadap TapCash. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan tingkat pengetahuan responden yang tinggi mengenai penggunaan dan manfaat TapCash.

#### 4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kegunaan

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Persepsi Kegunaan TapCash dapat dilihat dalam tabel berikut:

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Rerata
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Manfaat TapCash dalam transaksi	-	-	-	-	8	24	34	136	58	290	4.5
	-	-	-	-	6	18	39	156	55	275	4.49
Produktivitas dalam transaksi	-	-	-	-	6	18	39	156	55	275	4.49
	-	-	-	-	5	15	33	132	62	310	4.57
<b>Nilai rerata variabel Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)</b>											<b>4.513</b>

Data menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi kegunaan yang positif terhadap TapCash dengan rata-rata nilai 4,513. Indikator produktivitas dalam transaksi menerima skor tertinggi dengan rata-rata 4,57, menunjukkan bahwa responden sangat merasakan manfaat TapCash dalam meningkatkan efisiensi saat bertransaksi. Indikator manfaat TapCash dalam transaksi memperoleh skor rata-rata 4,5, diikuti oleh indikator produktivitas dalam transaksi dengan nilai rata-rata 4,49. Meskipun terdapat sedikit perbedaan dalam skor antar indikator, hasil ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa TapCash memberikan nilai tambah yang signifikan dalam kemudahan dan produktivitas transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa TapCash dipandang sangat berguna dalam mendukung kebutuhan transaksi responden.

#### 4.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Persepsi Kemudahan Penggunaan TapCash dapat dilihat dalam tabel berikut:

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Rerata
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Kemudahan menggunakan TapCash	1	1	2	4	6	18	54	216	37	185	4.24
	1	1	1	2	6	18	46	184	46	230	4.35

Kemudahan informasi	1	1	1	2	4	12	33	132	61	305	4.52
	1	1	1	2	4	12	37	148	57	285	4.48
	1	1	1	2	5	15	47	188	46	230	4.36
<b>Nilai rerata variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)</b>											<b>4.390</b>

Data menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi yang positif terhadap kemudahan penggunaan TapCash dengan rata-rata nilai 4,390. Indikator kemudahan informasi menerima skor tertinggi dengan rata-rata 4,52, menunjukkan bahwa responden sangat menghargai aksesibilitas informasi terkait TapCash. Indikator kemudahan menggunakan TapCash memperoleh skor rata-rata 4,35, diikuti oleh indikator kemudahan dalam aspek tertentu lainnya dengan nilai rata-rata 4,24. Skor ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa TapCash mudah digunakan dan informasinya mudah diakses. Temuan ini mencerminkan bahwa kemudahan penggunaan TapCash merupakan salah satu faktor penting yang mendukung persepsi positif pengguna.

#### 4.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Terhadap Penggunaan TapCash

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Sikap Terhadap Penggunaan TapCash dapat dilihat dalam tabel berikut:

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Rerata
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
	Sikap Positif terhadap Penggunaan TapCash	-	-	-	-	6	18	37	148	57	
	-	-	-	-	4	12	41	164	55	275	4.51
Persepsi umum terhadap TapCash	-	-	-	-	5	15	40	160	55	275	4.5
	-	-	-	-	7	21	41	164	52	260	4.45
<b>Nilai rerata variabel Sikap Terhadap Penggunaan TapCash</b>											<b>4.493</b>

Berdasarkan data pada tabel, responden secara umum memiliki sikap positif terhadap penggunaan TapCash dengan rata-rata nilai 4,493. Indikator "Sikap positif terhadap penggunaan TapCash" menerima skor rata-rata tertinggi sebesar 4,51, menunjukkan bahwa responden sangat mendukung penggunaan TapCash. Indikator "Persepsi umum terhadap TapCash" memiliki skor rata-rata sedikit lebih rendah, yaitu 4,45, namun tetap menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki pandangan positif terhadap TapCash. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap yang baik terhadap penggunaan TapCash.

### 4.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Niat Untuk Menggunakan TapCash

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Niat Untuk Menggunakan TapCash dapat dilihat dalam tabel berikut:

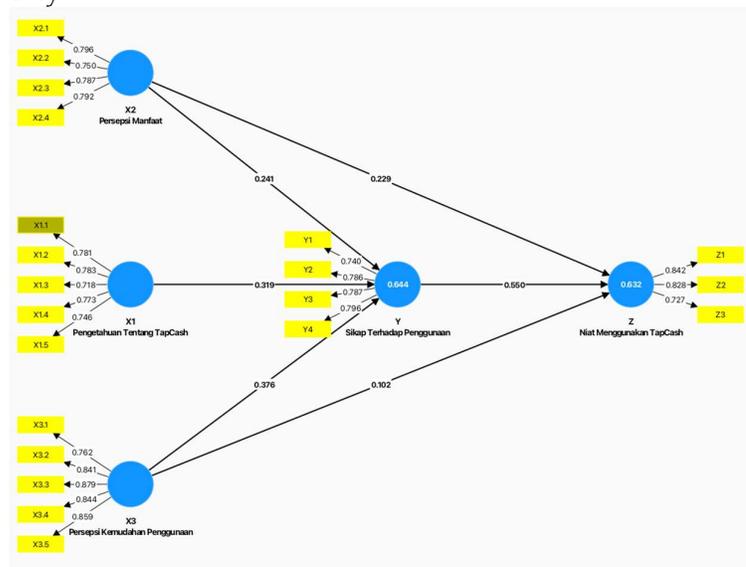
Indikator	STS		TS		N		S		SS		Rerata
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Niat menggunakan TapCash	-	-	-	-	6	18	40	160	54	270	4.48
	-	-	-	-	4	12	35	140	61	305	4.57
			1	2	5	15	49	196	45	225	4.380
<b>Nilai rerata variabel Niat untuk Menggunakan TapCash</b>											<b>4.477</b>

Berdasarkan data pada tabel, responden secara umum menunjukkan niat yang tinggi untuk menggunakan TapCash dengan rata-rata nilai 4,477. Indikator "Niat menggunakan TapCash" memiliki skor rata-rata yang bervariasi, dengan nilai tertinggi sebesar 4,57 pada salah satu aspek, menunjukkan bahwa responden sangat berminat menggunakan TapCash. Indikator lain mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,48 dan 4,38, yang tetap mencerminkan dukungan positif terhadap niat menggunakan TapCash. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki niat yang baik untuk memanfaatkan TapCash sebagai alat pembayaran.

## 4.2 Validitas dan Reabilitas

### 4.2.1 Uji Measurement Model

#### 1. Convergent Validity



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa nilai outer loading semua indikator variabel lebih besar dari 0,5 sehingga dikatakan valid.

2. Discriminant Validity Dilihat dari nilai AVE dan nilai akar AVE

	Average variance extracted (AVE)
X1_Pengetahuan Tentang TapCash	0.579
X2_Persepsi Manfaat	0.611
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.702
Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.604
Z_Niat Menggunakan TapCash	0.641

1) Nilai AVE

Average Variance Extracted (AVE) > 0,5 Berdasarkan hasil di atas dilihat bahwa nilai AVE setiap variabel lebih besar dari 0,5 sehingga discriminant validity nya terpenuhi.

	X1_Pengetahuan Tentang TapCash	X2_Persepsi Manfaat	X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan	Y_Sikap Terhadap Penggunaan	Z_Niat Menggunakan TapCash
X1_Pengetahuan Tentang TapCash	0.761				
X2_Persepsi Manfaat	0.77	0.781			
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.575	0.479	0.838		
Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.72	0.666	0.675	0.777	
Z_Niat Menggunakan TapCash	0.655	0.645	0.583	0.772	0.801

2) Nilai akar AVE (Fornell Larcker Criterion)

Nilai akar AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan akar AVE korelasinya dengan variabel lain sehingga discriminant validity nya terpenuhi.

#### 4.2.2 Uji Kolinearitas Model

Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF).

- 1) Nilai VIF > 5,00: Ada masalah kolinearitas.
- 2) Nilai VIF < 5,00: Tidak ada masalah kolinearitas.

	VIF		VIF		VIF
X1.1	1.753	X3.1	1.869	Z1	1.567
X1.2	1.689	X3.2	2.32	Z2	1.549
X1.3	1.51	X3.3	2.98	Z3	1.267
X1.4	1.753	X3.4	2.541		
X1.5	1.622	X3.5	2.422		
X2.1	1.618	Y1	1.464		
X2.2	1.444	Y2	1.702		
X2.3	1.677	Y3	1.721		
X2.4	1.757	Y4	1.621		

Dapat dilihat bahwa nilai VIF semua indikator variabel < 5, sehingga tidak terjadi kolinearitas antar masing-masing indikator variabel yang diukur.

#### 4.2.3 Reliabilitas

1. Cronbach Alpha: > 0,7
2. Rho\_A: > 0,7
3. Composite Reliability: > 0,6

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1_Pengetahuan Tentang TapCash	0.818	0.82	0.873	0.579
X2_Persepsi Manfaat	0.787	0.788	0.862	0.611
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.894	0.899	0.922	0.702
Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.782	0.782	0.859	0.604
Z_Niat Menggunakan TapCash	0.718	0.728	0.842	0.641

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha, rho\_A, dan Composite reliability setiap variabel telah memenuhi syarat untuk dapat dikatakan reliabel.

#### 4.2.4 Uji Structural Model/Inner Model

##### 1. R-Square

R-Square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen).

Kriterianya:

- 1) Jika nilai R<sup>2</sup> = 0,75 berarti substansial (besar/kuat)
- 2) Jika nilai R<sup>2</sup> = 0,50 berarti moderate (sedang)
- 3) Jika nilai R<sup>2</sup> = 0,25 berarti lemah (kecil)

	R-square	R-square adjusted
Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.644	0.633
Z_Niat Menggunakan TapCash	0.632	0.62

R-Square Model jalur I = 0,644 Artinya, kemampuan variabel X1, X2, dan X3 dalam menjelaskan variabel Y adalah sebesar 64,4%. (Sedang)

R-Square Model jalur II = 0,632. Artinya, kemampuan variabel X1, X2, dan X3 melalui Y dalam menjelaskan variabel Z (Niat Menggunakan TapCash) adalah sebesar 63,2%.

##### 2. F-Square

F<sup>2</sup> effect size (F-Square): adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen).

Kriterianya:

- 1) Jika nilai F<sup>2</sup> = 0,02 berarti kecil/buruk
- 2) Jika nilai F<sup>2</sup> = 0,15 berarti sedang
- 3) Jika nilai F<sup>2</sup> = 0,35 berarti besar/baik

	X1_Pengetahuan Tentang TapCash	X2_Persepsi Manfaat	X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan	Y_Sikap Terhadap Penggunaan	Z_Niat Menggunakan TapCash
X1_Pengetahuan Tentang TapCash				0.1	
X2_Persepsi Manfaat				0.066	0.079
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan				0.265	0.015
Y_Sikap Terhadap Penggunaan					0.323
Z_Niat Menggunakan TapCash					

Berdasarkan tabel di atas, maka disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan Tentang TapCash (X1) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Y) = 0,1 (sedang)
- 2) Persepsi Manfaat (X2) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Y) = 0,066 (sedang)
- 3) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (Y)= 0,265 (sedang)
- 4) Persepsi Manfaat (X2) terhadap Niat Menggunakan TapCash (Z)= 0,079 (sedang)
- 5) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Niat Menggunakan TapCash (Z)= 0,015 (buruk)
- 6) Sikap Terhadap Penggunaan (Y) terhadap Niat Menggunakan TapCash (Z)= 0,323 (sedang)

#### 4.2.5 Uji Hipotesis

1. **Direct Effect (Path Coefficient):** Analisis direct effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen).

##### Kriterianya:

- 1) Koefisien jalur (Path Coefficient):

Jika nilai koefisien jalur (Path Coefficient) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah searah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen juga meningkat/naik. Jika nilai koefisien jalur (Path Coefficient) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah berlawanan arah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen menurun.

- 2) Nilai Probabilitas/signifikansi (P-Value):
  - Jika nilai P – Value < 0,05, maka signifikan
  - Jika nilai P – Value > 0,05, maka tidak signifikan

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STD EV )	P values
X1_Pengetahuan Tentang TapCash -> Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.319	0.288	0.119	2.669	0.008
X2_Persepsi Manfaat -> Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.241	0.225	0.101	2.381	0.017
X2_Persepsi Manfaat -> Z_Niat Menggunakan TapCash	0.229	0.204	0.095	2.416	0.016
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Y_Sikap Terhadap Penggunaan	0.376	0.424	0.108	3.488	0

X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Z_Niat Menggunakan TapCash	0.102	0.142	0.138	0.734	0.463
Y_Sikap Terhadap Penggunaan -> Z_Niat Menggunakan TapCash	0.55	0.527	0.108	5.078	0

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan sebagai berikut;

- 1)  $X1 \rightarrow Y = 0.319$  (Positif), P-Value  $0.008 < 0,05$  (signifikan)
- 2)  $X2 \rightarrow Y = 0.241$  (Positif), P-Value  $0.017 < 0,05$  (signifikan)
- 3)  $X2 \rightarrow Z = 0.229$  (Positif), P-Value  $0.016 < 0,05$  (signifikan)
- 4)  $X3 \rightarrow Y = 0.376$  (Positif), P-Value  $0,000 < 0,05$  (signifikan)
- 5)  $X3 \rightarrow Z = 0.102$  (Positif), P-Value  $0.463 > 0,05$  (tidak signifikan)
- 6)  $X3 \rightarrow Y = 0.55$  (Positif), P-Value  $0,000 < 0,05$  (signifikan)

2. Indirect Effect: Analisis indirect effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator).

**Kriterianya:**

- 1) Jika nilai P – Value  $< 0,05$ , maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung), artinya variabel intervening “berperan” dalam mengantari/memediasi hubungan variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen.
- 2) Jika nilai P – Value  $> 0,05$ , maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung), artinya variabel intervening “tidak berperan” dalam mengantari/memediasi hubungan variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
X1_Pengetahuan Tentang TapCash - > Z_Niat Menggunakan TapCash	0.175	0.155	0.074	2.378	0.017
X2_Persepsi Manfaat -> Z_Niat Menggunakan TapCash	0.133	0.122	0.066	2.005	0.045
X3_Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Z_Niat Menggunakan TapCash	0.207	0.22	0.059	3.51	0

## Kesimpulan:

1. Pengaruh tidak langsung  $X1 \rightarrow Z$  adalah 0.175 (positif), dengan P-Value  $0.017 < 0,05$  (signifikan) Artinya Pengetahuan Tentang TapCash memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan TapCash melalui variabel perantara Sikap Terhadap Penggunaan.
2. Pengaruh tidak langsung  $X2 \rightarrow Z$  adalah 0.133 (positif), dengan P-Value  $0.045 < 0,05$  (signifikan) Artinya Persepsi Manfaat memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan TapCash melalui Sikap Terhadap Penggunaan.
3. Pengaruh tidak langsung  $X2 \rightarrow Z$  adalah 0.207 (positif) dengan P-Value  $0.00 < 0,05$  (signifikan) Artinya Persepsi Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap niat menggunakan TapCash melalui Sikap Terhadap Penggunaan.

## Hasil

### 4. Hipotesis 1 (H1):

Pengetahuan TapCash (X1) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y). Hasil menunjukkan bahwa Pengetahuan TapCash memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Penggunaan. Hipotesis ini diterima karena:

- Pengetahuan yang lebih tinggi tentang TapCash membantu mahasiswa memahami manfaatnya, sehingga meningkatkan sikap positif terhadap penggunaannya.
- Pemahaman yang baik menciptakan persepsi yang mendukung, berkontribusi pada peningkatan sikap terhadap TapCash.

### 5. Hipotesis 2 (H2):

Sikap terhadap Penggunaan (Y) berpengaruh positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z). Hasil menunjukkan bahwa Sikap terhadap Penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan TapCash. Hipotesis ini diterima karena:

- Sikap yang positif terhadap TapCash mendorong mahasiswa untuk memiliki niat yang lebih besar dalam menggunakannya.
- Pandangan yang mendukung terhadap TapCash memberikan dorongan emosional dalam meningkatkan niat penggunaan.

### 6. Hipotesis 3 (H3):

Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y). Persepsi Manfaat memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Penggunaan. Hipotesis ini diterima karena:

- Mahasiswa yang merasakan manfaat langsung dari TapCash cenderung memiliki sikap yang lebih baik terhadap penggunaannya.
- Persepsi manfaat meningkatkan kepercayaan terhadap efektivitas TapCash, yang berdampak pada sikap positif.

7. Hipotesis 4 (H4):

Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh langsung positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z). Hasil menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat dan Niat Penggunaan TapCash. Hipotesis ini diterima karena:

- Mahasiswa dengan persepsi manfaat yang tinggi merasa termotivasi untuk menggunakan TapCash.
- Kepercayaan terhadap manfaat menciptakan niat yang lebih besar untuk beralih menggunakan TapCash.

8. Hipotesis 5 (H5):

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh positif terhadap Sikap terhadap Penggunaan (Y). Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Penggunaan. Hipotesis ini diterima karena:

- Kemudahan penggunaan TapCash membuat mahasiswa merasa lebih nyaman, meningkatkan sikap positif mereka.
- Sistem yang mudah dipahami memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, berkontribusi pada sikap yang mendukung.

9. Hipotesis 6 (H6):

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh langsung positif terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z). Hasil menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap Niat Penggunaan TapCash. Hal ini menunjukkan bahwa:

- Kemudahan penggunaan TapCash memberikan pengaruh langsung yang positif terhadap niat penggunaan, tetapi pengaruhnya lemah secara statistik.
- Persepsi kemudahan kemungkinan lebih memengaruhi niat secara tidak langsung melalui sikap terhadap penggunaan.

10. Hipotesis 7 (H7):

Sikap terhadap Penggunaan (Y) memediasi pengaruh Pengetahuan TapCash (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Niat Penggunaan TapCash (Z). Hasil menunjukkan bahwa mediasi melalui Sikap terhadap Penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan. Hipotesis ini diterima karena:

- Sikap terhadap penggunaan menjadi variabel kunci dalam menjembatani pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan.
- Sikap positif memperkuat hubungan antara variabel eksogen dengan niat penggunaan TapCash.

## 5. SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan TapCash di kalangan mahasiswa Bisnis Digital Universitas Negeri Jakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan yang baik tentang TapCash berkontribusi signifikan terhadap sikap positif, yang pada gilirannya mempengaruhi niat penggunaan. Selain itu, persepsi manfaat, seperti efisiensi waktu dan kemudahan transaksi, menjadi faktor utama dalam membentuk sikap, meskipun tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat tanpa melalui sikap. Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh langsung terhadap niat penggunaan, meskipun pengaruhnya terhadap sikap tidak signifikan. Sikap terhadap penggunaan TapCash berfungsi sebagai mediator kunci yang menjembatani pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap niat penggunaan, menegaskan pentingnya pembentukan sikap positif melalui edukasi dan pengalaman pengguna yang baik.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar BNI mengembangkan program loyalitas yang menarik, seperti diskon eksklusif di merchant populer dan poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah. Selain itu, kerja sama dengan institusi pendidikan, seperti Universitas Negeri Jakarta, dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan digital melalui program sosialisasi dan kampanye pemasaran yang menekankan manfaat nyata TapCash. Penyedia layanan juga perlu terus meningkatkan fitur-fitur kemudahan, seperti pengisian saldo dan pengecekan saldo, untuk mendukung adopsi yang lebih luas. Upaya ini akan membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan niat penggunaan TapCash secara signifikan.

Implikasi penelitian ini melibatkan berbagai pihak. Bagi penyedia layanan e-money, hasil ini menjadi acuan dalam merancang strategi edukasi yang efektif dan fokus pada peningkatan pengalaman pengguna. Institusi pendidikan dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengintegrasikan literasi keuangan digital dalam kurikulum, membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam menghadapi teknologi finansial. Bagi penelitian selanjutnya, temuan ini membuka peluang untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan atau menguji model yang lebih kompleks dalam konteks pengguna generasi muda, sehingga memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap literatur mengenai adopsi teknologi keuangan.

## DAFTAR REFERENSI

### Buku:

- [1] P. Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet, 2018.  
[2] Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.  
[3] P. Kotler dan K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.

### Artikel Jurnal:

- [4] I. Adamson and J. Shine, "Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A bank's treasury," *Tech. Anal. & Strategic Manage.*, vol. 15, no. 4, pp. 441–455, 2003. DOI: 10.1080/09537320300013653.  
[5] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989.  
[6] W. Lewis, R. Agarwal, and V. Sambamurthy, "Sources of influence on beliefs about information technology use: An empirical study of knowledge workers," *MIS Q.*, vol. 27, no. 4, pp. 657–678, 2003.  
[7] J. Lu, C.-S. Yu, C. Liu, and J. E. Yao, "Technology acceptance model for wireless Internet," *Internet Research*, vol. 13, no. 3, pp. 206–222, 2003. DOI: 10.1108/10662240310478222.  
[8] D. Kreltzheim, "Identifying the proceeds of electronic money fraud," *Inf. Manage. & Comp. Security*, vol. 7, no. 5, pp. 223–231, 1999. DOI: 10.1108/09685229910375419.  
[9] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Q.*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003. DOI: 10.2307/30036540.

### Artikel Prosiding:

- [10] D. Rahmatsyah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (Studi kasus: Uang elektronik kartu Flazz BCA)," in *Seminar Nasional Teknologi Finansial dan Digitalisasi Bisnis*, Jakarta, 2011.

### Artikel Online:

- [11] Bain & Company, "e-Conomy SEA 2022 report: Southeast Asia's digital economy is on course towards \$200B GMV in 2022, three years earlier than projected," *Bain & Company*, Oct. 27, 2022. [Online]. Tersedia: <https://www.bain.com> [Diakses: 7 Des. 2024].  
[12] Bank Negara Indonesia (BNI), "TapCash," *BNI Official Website*. [Online]. Tersedia: <https://www.bni.co.id> [Diakses: 7 Des. 2024].

### Tesis:

- [13] D. Rahmatsyah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (Studi kasus: Uang elektronik kartu Flazz BCA)," Master Thesis, Univ. Indonesia, Jakarta, Indonesia, 2011.

### Tambahan Referensi 10 Tahun Terakhir:

- [14] X. Zhang and T. Rai, "Digital payment systems adoption and its impact on user behaviors," *Journal of Business Research*, vol. 123, pp. 23–31, 2021. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.12.031.

- [15] R. S. Kumar and A. Sharma, "Exploring user adoption of mobile payment systems: An empirical study in emerging markets," *Asian Journal of Business and Accounting*, vol. 14, no. 2, pp. 55–80, 2021. DOI: 10.22452/ajba.vol14no2.4.
- [16] Y. Wang, W. Wang, and Y. Zhang, "Exploring the factors influencing the adoption of mobile payment in rural areas: An integration of TAM and TPB," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 65, p. 102736, 2022. DOI: 10.1016/j.jretconser.2021.102736.
- [17] H. M. Nguyen and T. P. Vu, "Factors influencing consumers' behavioral intention toward e wallet adoption in Vietnam: An integrated model," *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 175, p. 121433, 2022. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.121433.
- [18] P. Liao, S. P. Chuang, and H. Fang, "Impact of trust on mobile payment adoption: An empirical study based on the TAM model," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 16, no. 4, pp. 792–806, 2021. DOI: 10.3390/jtaer16040045.
- [19] K. K. Sharma and P. Balaji, "Understanding customer trust in mobile payment apps: The mediating role of perceived ease of use and perceived usefulness," *Electronic Commerce Research*, vol. 22, pp. 467–491, 2022. DOI: 10.1007/s10660-021-09484-4.
- [20] T. Thakur and A. Sharma, "Evaluating the role of perceived risk and trust in mobile wallet adoption: A moderated mediation study," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 64, p. 102786, 2021. DOI: 10.1016/j.jretconser.2021.102786.
- [21] J. A. Lin and C. F. Chuang, "Perceived security and trust in FinTech services: An extension of the TAM model," *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 14, no. 3, pp. 235–251, 2020. DOI: 10.1108/APJIE-06-2020-0037.
- [22] K. L. Ahmad, "Adoption of digital payment systems in the post-pandemic era: Insights from Indonesia," in *Proceedings of the 12th International Conference on Digital Transformation and Business Innovation (ICDTBI)*, Jakarta, pp. 78–84, Sept. 2022.