

# Analisis *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai melalui Pemanfaatan Google Trends

Pandu Dwi Wakulto<sup>1</sup>, Shinta Permata Sari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

[b200160205@student.ums.ac.id](mailto:b200160205@student.ums.ac.id)<sup>1</sup>, [sps274@ums.ac.id](mailto:sps274@ums.ac.id)<sup>2</sup>

---

**Keywords:**

*technology acceptance Model, non-cash transactions, google trends.*

**Abstract:** *Technology Acceptance Model is a behavioral theory that explains the approach of using information technology. Technology Acceptance Model is a theory that is considered to capability of describing individual acceptance of the information system used. This study uses the Technology Acceptance Model model to determine the interest in using non-cash payment instruments in terms of perceived ease of use, perceived usefulness and perceived credibility. This study method uses descriptive quantitative. The population of this study is all Indonesian citizens and the research sample is Indonesian mobile banking users in 34 provinces in Indonesia based on data obtained from Google Trends on 2019 – 2021. The data analyze using the multiple linear regression analysis methods. The results of data analysis indicate that the perceived ease of use affects the interest in using non-cash payment instruments, meanwhile the perceived usefulness and the perceived credibility does not affect the interest in using non-cash payment instruments.*

**Kata Kunci:**

*technology acceptance model, transaksi non tunai, google trends.*

**Abstrak:** Technology Acceptance Model adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Technology Acceptance Model merupakan teori yang dianggap mampu menggambarkan penerimaan individu terhadap sistem informasi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model untuk mengetahui minat menggunakan alat pembayaran non tunai dalam persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kredibilitas. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan sampel penelitian adalah pengguna alat pembayaran non tunai di 34 provinsi yang ada di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari Google Trends dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai sedangkan persepsi manfaat dan persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan penggunaan alat pembayaran non tunai.

---

**Article History:**

Received: 13-07-2022

Online : 04-08-2022



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



---

◆

## A. LATAR BELAKANG

Pada era modern seperti saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan kebutuhan manusia yang semakin bertambah. Teknologi memegang peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Teknologi saat ini juga memungkinkan seseorang untuk

mengumpulkan, mengirim, dan menerima informasi dalam hitungan menit dimanapun mereka berada (Lule & Waema, 2012). Terkait perkembangan teknologi, pada sektor ekonomi telah hadir berbagai macam produk inovatif atas jasa keuangan. Salah satu bentuk nyata adalah pada bidang pembayaran non tunai atau pembayaran dengan uang elektronik (Julaihah, 2015).

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan Oktober 1996 mendefinisikan uang elektronik sebagai *stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*. Dengan kata lain uang elektronik merupakan produk *stored-value* atau *prepaid* atas sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang (Hidayati, 2006). Pengguna uang elektronik harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada perusahaan penerbit dan disimpan ke media elektronik sebelum menggunakannya untuk transaksi. Uang elektronik pada umumnya disimpan dalam media elektronik tertentu, seperti dalam bentuk *chip* atau *server*.

Uang elektronik pertama kali rilis di Indonesia tahun 2009 dengan diterbitkannya peraturan Bank Indonesia Nomer 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik oleh Bank Indonesia, sebagai tanda dilirisnya *e-money* sejak 12 tahun silam. Terdapat dua jenis uang elektronik yang sudah diakui Bank Indonesia. Pertama berbasis kartu dengan chip seperti Flazz dan Brizzi. Kedua, berupa aplikasi seperti Go-Pay, Ovo dan Dana. Sampai saat ini uang elektronik yang beredar di Indonesia sudah mencapai 37 uang elektronik termasuk yang berbentuk aplikasi dan kartu

Upaya pemerintah serta dukungan dari Bank Indonesia berhasil meningkatkan jumlah pengguna uang elektronik maupun jumlah uang elektronik yang beredar. Salah satu contoh dari kebijakan pemerintah dalam peningkatan penggunaan uang elektronik adalah penggunaan uang elektronik pada alat pembayaran untuk menggunakan fasilitas publik seperti fasilitas transportasi, fasilitas jalan tol dan lainnya (Pratidhatama, 2021). Selain faktor tersebut, meningkatnya penggunaan uang elektronik juga dipengaruhi oleh kemudahan pengguna dalam bertransaksi dari layanan pembayaran non tunai seperti memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi isi pulsa, pembayaran tagihan listrik, transfer dana hingga pembayaran jual beli di toko (Mahubessy, 2019).

Sejalan dengan perkembangan perkembangan transaksi nontunai, masyarakat berfikir untuk mengaplikasikan pemanfaatan teknologi tersebut kedalam kehidupan sehari-hari guna menjadi solusi dalam berbagai masalah (Wigandi *et al.*, 2019). Dalam bidang usaha, pelaku bisnis juga dapat mendapatkan manfaat dari layanan transaksi non tunai yaitu kelancaraan dan kemudahan dalam transaksi menjual beli. Pelaku bisnis juga dengan mudah mendapatkan pencatatan transaksi yang sudah dilakukan oleh mereka dengan mesin EDC atau aplikasi lainnya.

Adanya efisiensi dan lebih praktis dalam menggunakan transaksi non tunai membuat masyarakat merasa dimudahkan dan dimanjakan. Dengan demikian penggunaan transaksi non tunai diyakini dapat meningkatkan kepuasan pengguna karena dapat memberikan layanan yang lebih cepat, mudah dan nyaman (AlKailani, 2016). Pendekatan *Technology Acceptance Model* dianggap tepat digunakan karena memiliki kerangka pemikiran tentang minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi. Demikian juga dengan pemanfaatan uang elektronik sebagai salah satu produk perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu penelitian terkait uang elektronik dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut.

*Technology Acceptance Model* mulai diperkenalkan oleh Davis (1989) dengan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi

kemudahan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (Tirtana & Sari, 2014). *Technology Acceptance Model* menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian informasi karena kesederhanaan dan pemahamannya (Chauhan, 2015).

Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan mungkin tidak sepenuhnya menjelaskan sikap perilaku penggunaan alat pembayaran non tunai. Penelitian ini menambahkan teori persepsi kredibilitas agar dapat lebih menjelaskan perilaku penggunaan pembayaran non tunai (Lule & Waema, 2012). Persepsi kredibilitas disini sebagai faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Kredibilitas perusahaan dalam sebuah sistem dipengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu iklan atau layanan yang ditawarkan.

Penelitian ini memanfaatkan Google Trends sebagai sumber data penelitian. Google Trends digunakan untuk memahami perubahan secara sosial dan prediksi ((Jun et al., 2018). Google Trends adalah salah satu produk dari Google inc yang berfokus pada trends pencarian pada google dalam jangka waktu tertentu. Penelitian dengan menggunakan data dari Google Trends memberikan alternatif baru dalam analisis data dan jenis penelitian yang digunakan sebagai pertimbangan penggunaan metode baru dalam bidang perekonomian.

### **1. Minat Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai**

Pembayaran secara non tunai pada hakikatnya adalah uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpanan pada server atau pada kartu yang berbentuk *chip* yang dimiliki pemegang uang elektronik (Usman, 2017). Uang elektronik mempunyai kelebihan dibandingkan alat pembayaran lainnya, yaitu mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi (Syahril & Rikumahu, 2019)

### **2. Technology Acceptance Model**

*Technology Acceptance Model* adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) didasarkan pada minat menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Di dalam penelitian Lee, Kozar & Larsen (2003), TAM merupakan teori yang dianggap sering digunakan atau yang paling umum dan yang paling berpengaruh untuk menggambarkan penerimaan individu terhadap sistem informasi (Dizon, 2016). TAM juga menjadi model yang paling banyak digunakan dalam penelitian informasi karena kesederhanaan konsep dan kemudahan pemahaman (Chauhan, 2015).

### **3. Persepsi Manfaat**

Menurut Chuttur (2009) persepsi manfaat adalah tingkat di mana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kemampuan kerja (Setiawan, 2017). Manfaat dari penggunaan transaksi non tunai dapat meningkatkan produktivitas kinerja, tugas, efektifitas dan prestasi kerja seseorang yang menggunakannya (Esthiningrum & Sari, 2019). Suatu aplikasi dapat meningkatkan kinerja dan hasil yang lebih baik, cepat, dan memuaskan dibandingkan dengan yang tidak menggunakan aplikasi tersebut. (Aritonang, 2017). Berdasarkan definisi dan indikator-indikator tersebut, dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dari penggunaan transaksi non tunai diharapkan membantu seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya.

H<sub>1</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai.

#### **4. Persepsi Kemudahan**

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan bebas dan mudah. Kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen bahwa berbelanja menggunakan transaksi non tunai akan melibatkan usaha yang minimal (Setiawan, 2017). Dari penjelasan tersebut maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

$H_2$  : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai.

#### **5. Persepsi Kredibilitas**

Persepsi kredibilitas merupakan salah satu penentu niat perilaku untuk menggunakan sistem informasi. Kredibilitas terdiri dari dua elemen penting yaitu privasi dan keamanan (Luarn & Lin, 2004 dalam Omwansa & Waema, 2012). Apabila seseorang percaya bahwa suatu sistem dapat membantu segala hal yang dia butuhkan dan menjaga hal-hal yang dianggap penting maka dia akan mengandalkan sistem tersebut. Dari definisi tersebut maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

$H_3$  : Persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai.

### **B. METODE**

#### **1. Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data tentang minat penggunaan uang elektronik dengan menggunakan TAM. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna alat transaksi non tunai di Indonesia. Sampel penelitian merupakan sampel jenuh dikarenakan semua populasi dijadikan sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna alat elektronik pada 34 provinsi di Indonesia berdasarkan data dari tahun 2019 sampai tahun 2021 yang didapat dari Google Trends.

#### **2. Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung dan melalui media perantara. Data sekunder yang didapat di penelitian ini diperoleh dari Google Trends. Google Trends adalah salah satu *platform* dari Google Inc. yang menyediakan data dan grafik statistik. Data yang diberikan oleh Google Trends dapat mengungkap hasil penelusuran berdasarkan kategori, waktu, lokasi dan jenis penelusuran (Newton *et al.*, 2020).

#### **3. Metode Analisis Data**

Metode analisis untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi, maka dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas dengan VIF, uji autokorelasi dengan *Run Test*, uji heteroskedastisitas dengan uji glejser, dan uji normalitas menggunakan *Central Limit Theorem*. Uji tersebut untuk memastikan bahwa tidak terdapat permasalahan asumsi klasik dalam model penelitian. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$MT = a + b_1PM + b_2PK + b_3PKR + e$$

Keterangan:

a	: Konstanta
b1-b3	: Koefisien regresi
MT	: Minat Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai
PM	: Persepsi Manfaat
PK	: Persepsi Kemudahan
PKR	: Persepsi Kredibilitas
e	: Error

#### 4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat penggunaan alat pembayaran non tunai, sedangkan variabel bebas yang digunakan adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas. Persepsi manfaat pada penggunaan alat pembayaran non tunai dapat meningkatkan produktivitas, kinerja, tugas, efektivitas, prestasi seseorang yang menggunakannya (Esthiningrum & Sari, 2019). Persepsi Kemudahan pada penggunaan alat pembayaran non tunai diharapkan membuat seseorang dapat terbebas dari usaha dalam menggunakan transaksi tunai, sehingga semakin tinggi persepsi individu maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima sistem dari pembayaran non tunai (Esthiningrum & Sari, 2019). Persepsi kredibilitas pada penggunaan transaksi non tunai didasari oleh rasa aman dan percaya seseorang atas privasinya terhadap sistem. Apabila seseorang percaya terhadap suatu sistem maka akan semakin tinggi penerimaan sistem dari pembayaran non tunai.

#### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data penelitian berupa nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Berikut hasil pengolahan data statistik deskriptif pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
MT	94	11,00	97,00	36,4787	18,39163
PM	94	21,00	69,00	38,7553	9,06332
PK	94	4,00	89,00	25,4574	15,31579
PKR	94	4,00	76,00	25,2979	14,95069

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 penggunaan alat pembayaran non tunai menunjukkan nilai minimum 8, nilai maksimum 94, nilai rata-rata 34,8 dan standar deviasi 19,381. Artinya penggunaan alat pembayaran non tunai cukup rendah karena kurang nilai rata-rata kurang dari 50%. Persepsi manfaat memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 99, nilai rata-rata 33,87 dan standar deviasi 19,096. Artinya persepsi manfaat cukup rendah karena dilihat dari nilai rata-ratanya. Persepsi kemudahan memiliki nilai minimum 4, nilai maksimum 89, nilai rata-rata 33,23 dan standar deviasi 18,474. Artinya persepsi kemudahan cukup rendah dilihat dari nilai rata-ratanya. Persepsi kredibilitas memiliki nilai minimum 9, nilai maksimum 93, nilai rata-rata 34,57 dan standar deviasi 18,921. Artinya persepsi kredibilitas cukup rendah karena dilihat dari nilai rata-ratanya.

**Tabel 2.** Hasil Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Hasil Uji Heteroskedastisitas	Uji Multikolinearitas	
		Tolerance	VIF
Persepsi Manfaat	0,411	0,975	1,026
Persepsi Kemudahan	0,618	0,987	1,013
Persepsi Kredibilitas	0,935	0,988	1,013
Run Test	0,097		

Sumber: data diolah, 2022

Pengujian asumsi klasik terhadap model regresi menunjukkan data terdistribusi normal, karena jumlah sampel lebih dari 30 sampel yaitu 94. Data tersebut sesuai dengan uji *central limit theorem*. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai diatas 0,10 (0,975-0,988) pada nilai *tolerance value*, sedangkan pada nilai VIF menunjukkan nilai tidak melebihi 10 (1,013-1,26). Hasil tersebut menunjukkan data tersebut tidak menunjukkan multikolinearitas. Pengujian *Run Test* menunjukkan nilai dari *Asym. Sig (2tailed)* sebesar 0,097 yang lebih besar dari 0.05. Nilai tersebut menunjukkan tidak terdapat adanya autokorelasi. Pada uji heteroskedastisitas menggunakan uji korelasi Spearman nilai signifikansi yang didapat adalah lebih dari 0,05 (0,411-0,935). Hal tersebut menunjukkan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas. Berikut persamaan regresi dalam penelitian ini:

$$MT = 36,925 + 0,138PM - 0,352PK + 0,125PKR$$

Pada Tabel 3, dijelaskan hasil perhitungan analisis regresi berganda dari penelitian ini dengan menggunakan tingkat signifikansi = 0,05. Berikut adalah hasil dari pengujian hipotesis:

**Tabel 3.** Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	t-value	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	36,925	3,975	0,000	
Persepsi Manfaat	0,138	0,671	0,504	H1 ditolak
Persepsi Kemudahan	-0,352	-2,906	0,005	H2 diterima
Persepsi Kredibilitas	0,125	1,006	0,317	H3 ditolak

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,504 (0,504 > 0,05) maka H<sub>1</sub> ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh alat pembayaran non tunai dirasa belum cukup untuk pengguna, karena pengguna alat pembayaran non tunai dinilai kurang efektif dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Esthiningrum & Sari (2019). Pengguna sebenarnya memahami bahwa alat pembayaran non tunai memiliki beberapa keunggulan, akan tetapi kebutuhan transaksi secara tunai masih menjadi pertimbangan utama.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,005 (0,005 < 0,05) maka H<sub>2</sub> diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai. Pada dasarnya pengguna mengetahui bahwa penggunaan alat pembayaran non tunai tidak sulit. Pilihan tempat

bertransaksi dengan alat pembayarana non tunai sudah tersedia secara lengkap sehingga penggunaan transaksi non tunai dapat menjadi pertimbangan oleh pengguna. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Esthiningrum & Sari (2019).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,317 ( $0,317 > 0,05$ ) maka  $H_3$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai. Hasil penelitian ini belum mendukung penelitian Lule & Waema (2012). Kredibilitas dari sistem alat transaksi non tunai yang diberikan oleh pengguna masih dinilai cukup rendah. Pengguna masih belum cukup percaya terhadap keamanan dan privasi dari sistem alat transaksi non tunai yang diberikan.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini memberikan bukti bukti empiris bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai, sedangkan persepsi manfaat dan persepsi kredibilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dalam wilayah yang luas yaitu 34 provinsi di Indonesia dan data diambil dari data Google Trends dari rentang tahun 2019 sampai 2021. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk wilayah yang lebih spesifik sebagai wilayah pengamatan (seperti tingkat kabupaten atau kota). Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan membuat perbandingan antar daerah untuk mengetahui minat penggunaan alat pembayaran non tunai.

#### REFERENSI

- AlKailani, M. (2016). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Jordan: An Extended TAM Model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 10(1), 39–52.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of Mobile Money by Poor Citizens of India: Integrating Trust Into The Technology Acceptance Model. *Info*, 17(3), 58–68. <https://doi.org/10.1108/info-02-2015-0018>
- Dizon, G. (2016). Measuring Japanese EFL Student Perceptions of Internet-Based Tests with the Technology Acceptance Model. *Tesl-Ej*, 20(2), 1–17.
- Esthiningrum, A., dan Sari, S.P. (2019). Pendekatan Theory Rasoned Action (TRA) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. *Prosiding Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha, Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0*, 6(2), 163–172.
- Hidayati. (2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Julaihah, U. (2015). Pembayaran Non Tunai: Persepsi Civitas Akademika FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 2(1), 63-72. <https://doi.org/10.18860/jpips.v2i1.6840>
- Jun, S. P., Yoo, H. S., dan Choi, S. (2018). Ten Years Of Research Change Using Google Trends: From The Perspective of Big Data Utilizations and Applications. *Technological Forecasting and Social Change*, 130, 69–87. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.009>
- Lule, I, K., dan Waema, T. (2012). Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya. *International Journal of Computing and ICT Research*, 6(1), 31–43.
- Mahubessy, V. J. (2019). Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran E-Cash dengan Menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Transaksi Non Tunai *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, 3(2), 160–165. <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol3No2.pp160-165>
- Newton, N., Kurnia, A., dan Sumertajaya, I. M. (2020). Analisis Inflasi Menggunakan Data Google Trends Dengan Model Arimax Di Dki Jakarta. *Indonesian Journal of Statistics and Its*

- Applications*, 4(3), 545–556. <https://doi.org/10.29244/ijsa.v4i3.694>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik.
- Pratidhatama, T. H. (2021). Model Regulasi Uang Elektronik yang Menerapkan Value Protection. *Jurist-Diction*, 4(6), 2485-2492. <https://doi.org/10.20473/jd.v4i6.31855>
- Setiawan, A. (2017). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) dalam E-Business. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–186.
- Syahril, W. N., dan Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Tirtana, I., dan Sari, P. S. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25, 671–688. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134-144. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Wigandi, D. P., Rohmah, N. J., dan Putri, S. A. (2019). Implementasi Metode TAM pada Analisis Penerimaan Transaksi Uang Elektronik di MRT. *Sistem Informasi*, 14(1), 205–210.