

Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation Terhadap Behavioral Intention pada Layanan E-Wallet: Studi Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara

Muhammad Rizky¹

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
muhammadrizkyofficial@gmail.com

Nur Ahmadi Bi Rahmani²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
nurahmadi@uinsu.ac.id

Wahyu Syarvina³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
wahyusyarvina@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* Dan *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet* (Studi Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara Stambuk 2019 dan 2020. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pengukuran *skala likert*. Data diproses melalui program spss versi 26 dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* dengan nilai $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* dengan nilai $t_{hitung} 2,503 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. *Social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* dengan nilai $t_{hitung} 4,209 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* dengan nilai $t_{hitung} 2,169 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$ serta terdapat pengaruh signifikan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* secara bersama-sama terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* dengan $F_{hitung} 45,279 > F_{tabel} 2,49$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,699 yang artinya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* secara bersama-sama memiliki proporsi pengaruh terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* sebesar 69,9%.

Kata Kunci : *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Behavioural Intention, E-Wallet*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin bertumbuh pesat seiring dengan perkembangan zaman dan banyak sekali keunggulan fitur dan layanan yang menarik pada aplikasi yang tersedia. Salah satu contoh pemanfaatan teknologinya yaitu pada layanan *E-Wallet* yang terdiri dari DANA, OVO, LinkAja, Go-Pay dan ShopeePay. *E-Wallet* merupakan suatu layanan dompet digital yang menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir ini yang berfungsi sebagai transaksi pembayaran secara non tunai dengan menggunakan media elektronik. Dengan sistem *cashless* ini, dapat memberikan peluang pertumbuhan yang menarik bagi perusahaan *Financial Technology (FinTech)*.

Layanan *E-Wallet* semakin banyak digemari oleh masyarakat dan mengalami peningkatan sejak adanya pandemi Covid-19 walaupun juga sudah banyak diminati sejak lama akan tetapi peningkatan yang cukup signifikan terlihat sejak pandemi. Keberadaan layanan *E-Wallet* ini banyak sekali memberikan manfaat bagi masyarakat yaitu memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara non tunai dengan cepat dan praktis kapan saja dan dimana saja, terhindar dari uang palsu, transaksi aman, biaya admin yang rendah bahkan ada juga yang gratis biaya admin untuk transfer ke bank lain, dapat menarik saldo secara tunai di outlet terdekat, serta bisa mendapatkan *cashback* atau bonus promo yang menarik.

Berbagai keuntungan dan kelebihan pada penggunaan dompet elektronik ditawarkan dengan kehadiran dompet elektronik ini, akan tetapi dompet elektronik juga mempunyai kekurangannya. Penggunaan dompet elektronik bergantung kepada smartphone yang digunakan, jika smartphone tidak dalam kondisi menyala dan tidak memiliki jaringan internet maka pengguna tidak bisa menggunakan dompet elektronik, dan setiap saldo yang dimasukkan ke akun dompet elektronik, tidak bisa dicairkan dan dimasukkan ke rekening pengguna, jadi tetap tersimpan pada dompet elektronik.

Meskipun teknologi dapat menawarkan manfaat dan keunggulan yang menarik bagi pengguna dan perusahaan, lingkungan online masih jauh dari kata sempurna. Kepercayaan menjadi perhatian utama generasi milenial dalam transaksi digital yang terkait dengan data pribadi dan keuangan (Purwanto et al, 2020). Keamanan adalah kepercayaan individu dalam menggunakan teknologi atas risiko kehilangan data pribadi, risiko pencurian yang rendah, dan informasi privasi pengguna dapat dijamin dan tidak bocor ke pihak ketiga. (Iliyini, 2020).

Banyak kasus dan kejadian yang mencuri data keamanan dan pribadi pengguna *cyber*, mulai dari penipuan via telepon, phishing, pengalihan kontak, atau pencurian *one time password* (OTP) yang bertujuan pelaku akan menguras saldo rekening korban. Kondisi ini akan terus berkembang seiring dengan semakin meningkatnya transaksi digital. Sehingga penting untuk setiap pengguna dompet elektronik memperhatikan hal keamanan pengguna supaya tidak menimbulkan kerugian atau kejahatan *cyber crime* di kemudian hari.

Dalam menghindari penyalahgunaan dan peretasan data, lebih baik sebelum menggunakan dan bertransaksi menggunakan dompet elektronik tersebut, periksa bagaimana keamanan masuk akun dan transaksi pada aplikasi. Pada beberapa aplikasi dompet elektronik, untuk mendaftarkan diri meminta untuk memasukkan kode OTP, PIN atau foto kartu identitas dan swafoto (*selfie*) dengan kartu identitas secara mandiri atau ke mercant tertentu. Setelah mendaftarkan maka OTP dan PIN yang akan di gunakan setiap masuk dan melakukan transaksi. Sehingga pastikan dahulu apakah dompet elektronik tersebut memiliki fitur keamanan.

Disamping banyaknya kasus penyalahgunaan yang terjadi, selain itu terdapat juga kendala yang sering dialami oleh mahasiswa pengguna *e-wallet* yang termasuk cukup mengganggu mahasiswa dalam bertransaksi secara online yang dimana kendalanya yaitu seperti *maintenance*, dana yang terkadang *delay* masuk ke rekening tujuan dan rumitnya untuk menghubungi customer service jika ingin melaporkan keluhan atau kendala saat terjadinya masalah dalam melakukan transaksi pada mahasiswa pengguna *e-wallet*.

II. KAJIAN TEORI

Financial Technology (FinTech)

Kemajuan teknologi dunia telah menciptakan perubahan dan inovasi baru di berbagai sektor terutama pada sektor keuangan, dalam sektor keuangan terdapat inovasi yang menggebrak dunia perekonomian yang saat ini sangat populer di berbagai Negara salah satunya di Indonesia inovasi yang dimaksud yaitu *Financial Technology* atau lebih dikenal dengan nama *fintech*, adaptasi *fintech* saat ini telah banyak digunakan dalam sektor keuangan dimana dapat diakses dengan mudah, praktis aman dan modern dan sangat membantu bagi masyarakat dalam mengakses keuangan terutama bagi perbankan yang menghimpun dan menyalurkan dana ke masyarakat.

Menurut Bank Indonesia *Fintech* merupakan hasil kolaborasi dari jasa keuangan dengan teknologi yang menjadikan kegiatan bisnis menjadi modern dan praktis yang mana sebelumnya kegiatan bertransaksi baik untuk pinjaman maupun pembayaran dilakukan secara langsung namun dengan adanya *fintech* semua bisa dilakukan kapan dan dimana saja tanpa harus datang langsung. *Fintech* merupakan sebuah wadah yang modern dalam teknologi digital yang bertujuan sebagai penghubung dalam keuangan yang aman dan praktis (Aaron et al, 2017). Sedangkan menurut (Rahardjo, 2017) *Fintech* atau teknologi keuangan merupakan kemajuan teknologi yang menciptakan bermacam-macam model aktivitas baru yang lebih mudah dan aman bagi konsumen dalam mengakses teknologi keuangan. Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dijelaskan

maka dapat disimpulkan bahwa *fintech* merupakan inovasi, wadah ataupun aplikasi keuangan yang menyediakan layanan keuangan dengan mudah, aman dan praktis yang dapat membantu masyarakat dan meningkatkan perekonomian. *Fintech* juga memiliki peran dalam perluasan jangkauan layanan keuangan dengan cepat, yang mana hal ini memiliki persamaan dengan industri keuangan syariah dalam segi perannya akan tetapi perbedaannya adalah *fintech* mengutamakan penggunaan teknologi di setiap transaksinya, yang mana kegiatan transaksi keuangan lebih modern, aman dan praktis (Mawarni, 2017).

Sedangkan *Financial Technology* syariah merupakan penyelenggaraan jasa keuangan berbasis syariah dalam rangka kontrak keuangan yang dilaksanakan secara elektronik yang mempertemukan pemilik modal dan penerima modal, definisi ini terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018. Salah satu mozaik penting dari industri *fintech* yang turut andil dalam peningkatan pertumbuhan UMKM di Indonesia adalah *Fintech* Syariah. Selain itu *fintech* syariah juga berkontribusi pada distribusi dana berbasis syariah dengan hampir semua nasabah adalah UMKM (Prestama et al., 2019).

E-Wallet (Dompet Elektronik)

Perkembangan teknologi saat ini membuat adanya perubahan gaya penyimpanan uang yang sebelumnya menggunakan pembayaran secara tunai menjadi dompet elektronik (*e-wallet*) yang memudahkan masyarakat melakukan transaksi dengan *cashless* (non-tunai). Hal ini terjadi seiring dengan adanya kebutuhan masyarakat untuk menggunakan dompet elektronik di Indonesia dengan mengikuti semakin meningkatnya penyediaan sarana transaksi nontunai, baik pada penjualan dan pembayaran offline maupun online.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, dompet elektronik atau *E-Wallet* adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran melalui server penerbit, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran. Biasanya dompet elektronik berupa aplikasi yang ada pada smartphone, sehingga untuk menggunakannya, nasabah hanya mendownload aplikasi dompet elektronik dan mengisi saldo yang di inginkan. Pada peraturan Bank Indonesia, dompet elektronik termasuk ke dalam kategori sistem pembayaran (*payment gateway*).

Berbagai definisi lain mengenai dompet elektronik disampaikan, bahwa dompet elektronik adalah salah satu aplikasi dan perangkat lunak teknologi yang menggunakan perangkat elektronik seperti perangkat selular untuk melakukan transaksi online. Biasanya membantu penjual untuk dapat mengumpulkan pembayaran pelanggan melalui penggunaan *QR Code* dan memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran (Subaramaniam et al, 2020).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk. *UTAUT* menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam

UTAUT adalah *theory of reasoned action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)*, *motivational model (MM)*, *theory of planned behavior (TPB)*, *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization (MPTU)*, *innovation diffusion theory (IDT)*, dan *social cognitive theory (SCT)*. *UTAUT* terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna (Venkatesh, dkk, 2003).

Setelah mengevaluasi kedelapan model, Venkatesh, dkk. menemukan tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap *behavioral intention* atau *use behavior* dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *attitude toward using technology*, dan *self-efficacy*. Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Sedangkan yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari *behavioral intention*. Disamping itu terdapat pula empat moderator: *gender*, *age*, *voluntariness*, dan *experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention* dan *use behavior*.

Tujuan utama penelitian menggunakan *UTAUT* adalah membantu organisasi untuk memahami bagaimana penggunaan bereaksi terhadap pengenalan teknologi baru (Prasetyo et al, 2011). Pada awalnya, *UTAUT* dikembangkan dari *Technology Acceptance Model (TAM)* pada tahun 2003 dengan empat konstruk yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*. Sampai saat ini *UTAUT* sudah dikembangkan kembali dari konteks organisasi menjadi konteks konsumen individu yang diberi nama Model *UTAUT2* di mana *habit*, *hedonic motivation* dan *price value* ditambahkan sebagai konstruksi baru.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada analisis data angka (*numerical*) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya, metode kuantitatif dilakukan dalam penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan bersandar pada kesimpulan hasil penolakan hipotesis dengan probabilitas nol. Metode kuantitatif akan memperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti (Azwar, 2017).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama baik individu seperti hasil wawancara atau hasil angket yang diajukan oleh peneliti kepada responden. Pengumpulan data ini diperoleh langsung dari responden dengan memberikan daftar

pertanyaan atau kuisioner elektronik yang diisi oleh responden melalui google formulir yang terdiri dari mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara Stambuk 2019 dan 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Perbankan Syariah Stambuk 2019 dan 2020 sebanyak 500 orang mahasiswa. Sampel adalah “sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang di ambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.” Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. (Rahmani, 2016). Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti dan sesuai dengan ketentuan peneliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Untuk mengumpulkan informasi secara objektif, terperinci dan efektif sesuai dengan kejadian dan permasalahan yang ada, maka metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden dan akan diisi sesuai dengan pendapat mereka baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dari responden.

Butir-butir pertanyaan dalam kuisioner disusun berdasarkan beberapa variabel. Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana responden menyatakan pendapatnya terhadap pernyataan. Setiap pertanyaan diberikan 5 alternatif pilihan jawaban yang harus dipilih oleh responden dan setiap jawaban diberikan bobot penilaian dengan angka sebagai berikut :

Tabel 3.1

Skala Likert

Keterangan	Kode	Bobot/Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2

Sangat Tidak Setuju	STS	1
---------------------	-----	---

Data yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis lebih lanjut agar data tersebut dapat ditarik kesimpulan yang tepat dengan tujuan untuk memvalidasi data dalam penelitian ini yang harus diuji validitas dan reabilitasnya.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R- Hitung	R-Tabel (Taraf Sig. 5%)	Keterangan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	1	1	0,215	Valid
	2	0,519	0,215	Valid
	3	0,497	0,215	Valid
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	1	0,517	0,215	Valid
	2	0,432	0,215	Valid
	3	0,520	0,215	Valid
<i>Social Influence (X3)</i>	1	0,260	0,215	Valid
	2	0,463	0,215	Valid
	3	0,360	0,215	Valid
<i>Hedonic Motivation (X4)</i>	1	0,354	0,215	Valid
	2	0,418	0,215	Valid
	3	0,400	0,215	Valid
<i>Behavioural Intention (Y)</i>	1	0,420	0,215	Valid
	2	0,466	0,215	Valid
	3	0,442	0,215	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh nilai r hitung dari setiap variabel X1, X2, X3, X5 dan Y lebih besar daripada r tabel dengan taraf signifikansi 5% sehingga dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari seluruh variabel valid dan dapat digunakan memenuhi syarat validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,862	0,70	Reliabel
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,845	0,70	Reliabel
<i>Social Influence (X3)</i>	0,864	0,70	Reliabel
<i>Hedonic Motivation (X4)</i>	0,881	0,70	Reliabel
<i>Behavioural Intention (Y)</i>	0,827	0,70	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dan pernyataan pada semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,7.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. 3
Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogrov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	83		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,19075768	
Most Extreme Differences	Absolute	,127	
	Positive	,105	
	Negative	-,127	
Test Statistic	,127		
Asymp. Sig. (2-tailed)	,002 ^c		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,121 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,112
		Upper Bound	,129

a. Test distribution is Normal.

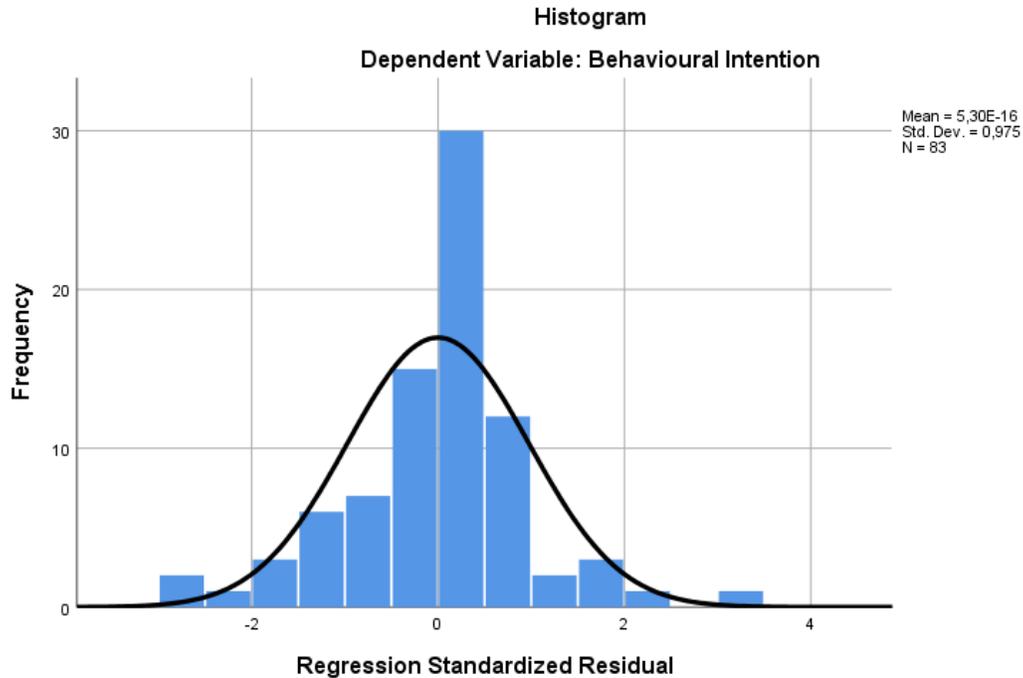
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 442399356.

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

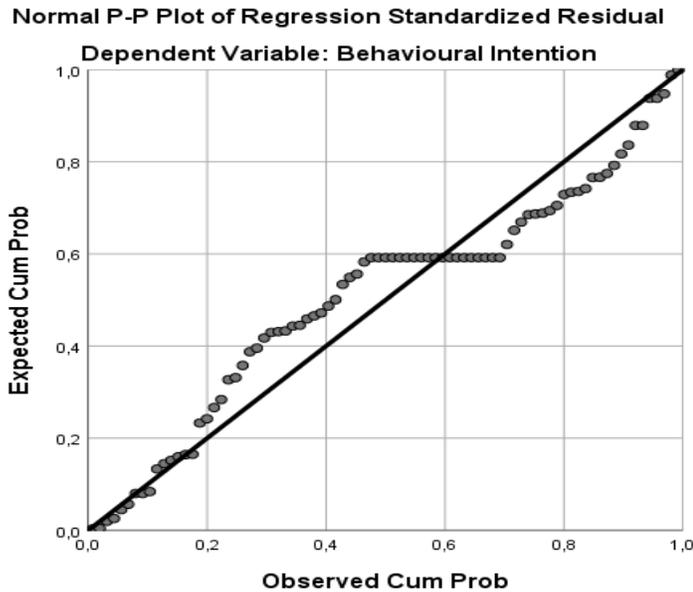
Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa hasil dari analisis *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa hasil nilai *Monte Carlo Significant (2-tailed)* sebesar 0,121 yang dimana nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,121 > 0,05$). Dengan demikian, residual data telah terdistribusi secara normal. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada grafik histogram pada gambar berikut:



Gambar 4. 4 Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa histogram berbentuk lonceng, Grafik tersebut tidak melenceng kesamping kiri maupun kanan, yang artinya data berdistribusi normal. Untuk hasil uji normalitas P-P Plot of regression standardized adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 5 Uji Normalitas dengan P-Plot

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Gambar 4.5 uji normalitas P-P Plot of regression standardized diatas menunjukkan bahwa uji normalitas terdistribusi normal karena titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini cukup memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 1

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,789	1,380		-2,021	,047		
	Performance Expectancy	,317	,139	,211	2,276	,026	,449	2,228
	Effort Expectancy	,341	,136	,254	2,503	,014	,374	2,672
	Social Influence	,319	,076	,360	4,209	,000	,529	1,892
	Hedonic Motivation	,191	,088	,171	2,169	,033	,621	1,610

a. Dependent Variable: Behavioural Intention

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Dan mempunyai nilai *Variance Inflation Factor*

(VIF) tidak lebih besar dari 10. Oleh karena itu, berdasarkan kriteria pengujian multikolinearitas dapat disimpulkan tidak terjadi gejala antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

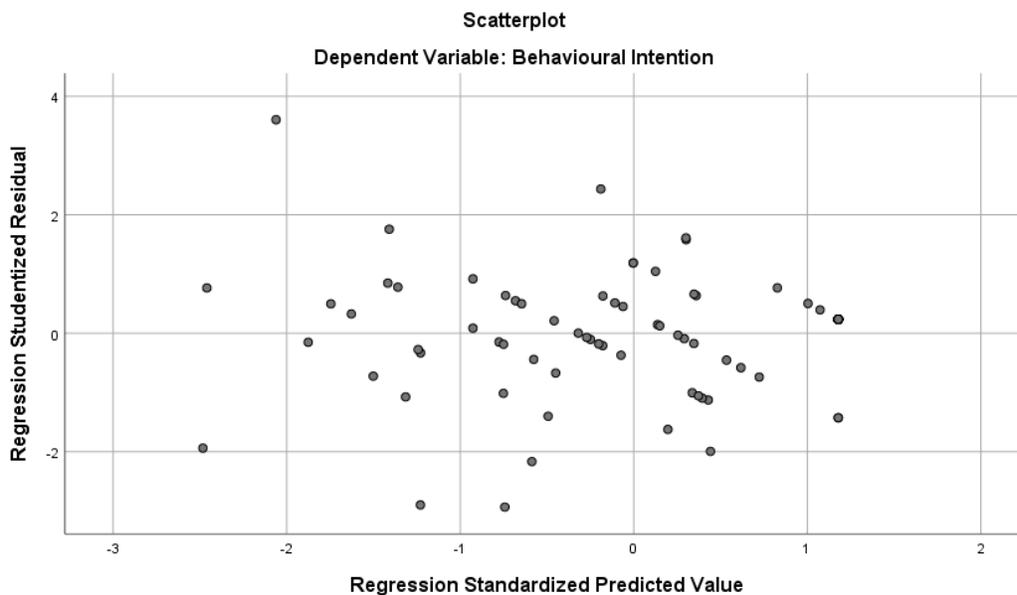
Tabel 4. 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,488	,825		1,802	,075
	Performance Expectancy	,132	,083	,228	1,580	,118
	Effort Expectancy	,102	,081	,198	1,253	,214
	Social Influence	,121	,075	,192	1,690	,095
	Hedonic Motivation	-,103	,053	-,240	-1,952	,055

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.7 diatas bahwa nilai signifikan seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan tidak terjadi hubungan signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residual maka dalam penelitian ini tidak ada heteroskedastisitas.



Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Dari gambar 4.8 scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar disegala arah, baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 4. 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,836 ^a	,699	,684	1,221
a. Predictors: (Constant), Hedonic Motivation, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy				

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui nilai R-Square adalah 0,699. Nilai tersebut dapat diartikan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Hedonic Motivation* mampu mempengaruhi *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet* sebesar 69,9%. Sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4. 10

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,789	1,380		-2,021	,047
	Performance Expectancy	,317	,139	,211	2,276	,026
	Effort Expectancy	,341	,136	,254	2,503	,014
	Social Influence	,319	,076	,360	4,209	,000
	Hedonic Motivation	,191	,088	,171	2,169	,033
a. Dependent Variable: Behavioural Intention						

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh t hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa :

a) Pengujian pengaruh *Performance Expectancy* terhadap layanan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.10 diperoleh nilai probabilitas 0,026 dan memiliki koefisien regresi sebesar 0,317 dengan $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,990$. Dikarenakan memiliki nilai *p value* $0,026 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,990$ maka dinyatakan *Performance Expectancy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap layanan *E-Wallet*. Sejalan dengan ini, hipotesis pertama yang menyatakan *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap layanan *E-Wallet* pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara.

b) Pengujian pengaruh *Effort Expectancy* terhadap layanan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.10 diperoleh nilai probabilitas 0,014 dan memiliki koefisien regresi sebesar 0,341 dengan $t_{hitung} 2,503 > t_{tabel} 1,990$. Dikarenakan memiliki nilai *p value* $0,014 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,503 > t_{tabel} 1,990$ maka dinyatakan *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap layanan *E-Wallet*. Sejalan dengan ini, hipotesis kedua yang menyatakan *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap layanan *E-Wallet* pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara.

c) Pengujian pengaruh *Social Influence* terhadap layanan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.10 diperoleh nilai probabilitas 0,000 dan memiliki koefisien regresi sebesar 0,319 dengan $t_{hitung} 4,209 > t_{tabel} 1,990$. Dikarenakan memiliki nilai *p value* $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,209 > t_{tabel} 1,990$ maka dinyatakan *Social Influence* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap layanan *E-Wallet*. Sejalan dengan ini, hipotesis ketiga yang menyatakan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap layanan *E-Wallet* pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara.

d) Pengujian pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap layanan *E-Wallet*

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.10 diperoleh nilai probabilitas 0,033 dan memiliki koefisien regresi sebesar 0,191 dengan $t_{hitung} 2,169 > t_{tabel} 1,990$. Dikarenakan memiliki nilai *p value* $0,033 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,169 > t_{tabel} 1,990$ maka dinyatakan *Hedonic Motivation* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap layanan *E-Wallet*. Sejalan dengan ini, hipotesis ke-empat yang menyatakan *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap layanan *E-Wallet* pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4. 11
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269,973	4	67,493	45,279	,000 ^b
	Residual	116,268	78	1,491		
	Total	386,241	82			

a. Dependent Variable: Behavioural Intention

b. Predictors: (Constant), Hedonic Motivation, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, diketahui nilai F_{hitung} sebesar 45,279 dan nilai Sig. adalah 0,000. Diketahui nilai F_{hitung} $45,279 > F_{tabel}$ 2,49 dan nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), dan *Social Influence* (X3), *Hedonic Motivation* (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet* (Y).

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,789	1,380		-2,021	,047
	Performance Expectancy	,317	,139	,211	2,276	,026
	Effort Expectancy	,341	,136	,254	2,503	,014
	Social Influence	,319	,076	,360	4,209	,000
	Hedonic Motivation	,191	,088	,171	2,169	,033

a. Dependent Variable: Behavioural Intention

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil persamaan dari olahan data regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26, maka dapat dipaparkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -2,789 + 0,317X_1 + 0,341X_2 + 0,319X_3 + 0,191X_4$$

1) Konstanta

Nilai konstanta sebesar -2,789 yang berarti bahwa jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* yang mempengaruhi *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* maka besarnya *behavioural intention* untuk menggunakan layanan *e-wallet* pada Mahasiswa Perbankan Syari'ah UIN Sumatera Utara ialah sebesar -2,789.

2) Koefisien *Performance Expectancy*

Pada variabel *performance expectancy* mempunyai koefisien pengaruh pada *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* yaitu 0,317, maka *performance expectancy* naik dampaknya

behavioural intention pada layanan *e-wallet* akan mengalami kenaikan sebesar 0,317 per satuan kenaikan.

3) Koefisien *Effort Expectancy*

Pada variabel *effort expectancy* mempunyai koefisien pengaruh pada *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* yaitu 0,341, maka *effort expectancy* naik dampaknya *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* akan mengalami kenaikan sebesar 0,341 per satuan kenaikan.

4) Koefisien *Social Influence*

Pada variabel *social influence* mempunyai koefisien pengaruh pada *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* yaitu 0,319, maka *social influence* naik dampaknya *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* akan mengalami kenaikan sebesar 0,319 per satuan kenaikan.

5) Koefisien *Hedonic Motivation*

Pada variabel *hedonic motivation* memiliki koefisien pengaruh pada *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* yaitu 0,191, maka *hedonic motivation* naik *behavioural intention* pada layanan *e-wallet* akan mengalami kenaikan sebesar 0,191 per satuan kenaikan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel *performance expectancy* dengan $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,990$ dengan nilai signifikan sebesar $0,026 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,317. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* secara parsial berpengaruh signifikan antara variabel *performance expectancy* terhadap variabel *behavioural intention* sehingga H_a diterima.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel *effort expectancy* dengan $t_{hitung} 2,503 > t_{tabel} 1,990$ dengan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,341. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *effort expectancy* terhadap variabel *behavioural intention* sehingga H_a diterima.

3. Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel *social influence* dengan $t_{hitung} 4,209 > t_{tabel} 1,990$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *social influence* terhadap variabel *behavioural intention* sehingga H_a diterima.

4. Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Layanan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel *hedonic motivation* dengan $t_{hitung} 2,169 > t_{tabel} 1,990$ dengan nilai signifikan sebesar $0,033 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,191. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *hedonic motivation* terhadap variabel *behavioural intention* sehingga H_a diterima.

5. Pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation Terhadap Behavioural Intention Pada Layanan E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation Terhadap Behavioural Intention Pada Layanan E-Wallet*. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik $F_{hitung} 45,279 > F_{tabel} 2,49$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, penelitian ini secara simultan berhasil membuktikan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu *Behavioural Intention Pada Layanan E-Wallet*.

Hal ini bisa dilihat dari nilai *R Square* yang besarnya 0,699. Nilai ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation* secara bersama-sama memiliki proporsi pengaruh terhadap *Behavioural Intention Pada Layanan E-Wallet* sebesar 69,9% sedangkan sisanya yaitu 30,1 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini dikarenakan *Behavioural Intention* tidak hanya dipengaruhi oleh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation*, akan tetapi dipengaruhi juga oleh *Trust, Experiences, Use Behaviour, Habit, Price ValueFacilitating Condition, Perceived Risk* dan lain sebagainya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Hedonic Motivation* terhadap *Behavioural Intention* pada Layanan *E-Wallet* di kalangan mahasiswa Perbankan Syari'ah UIN Sumatera Utara. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *performance expectancy* dengan nilai $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan sebesar $0,026 < 0,05$. Jadi dengan demikian H_1 diterima.
2. *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *effort expectancy* dengan nilai $t_{hitung} 2,503 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,05$. Jadi dengan demikian H_2 diterima.

3. *Social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *social influence* dengan nilai $t_{hitung} 4,209 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dengan demikian H3 diterima.
4. *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada layanan *e-wallet*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *hedonic motivation* dengan nilai $t_{hitung} 2,169 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan sebesar $0,033 < 0,05$. Jadi dengan demikian H4 diterima.
5. *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), *Social Influence* (X3) dan *Hedonic Motivation* (X4) berpengaruh secara simultan terhadap *Behavioural Intention* pada Layanan *E-Wallet*. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik $F_{hitung} 45,279 > F_{tabel} 2,49$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
Penulis harus lebih teliti lagi dalam memerhatikan format penulisan skripsi dengan baik tanpa adanya kekeliruan serta dalam mengolah data hasil penelitian.
2. Bagi Akademisi
Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dilakukan tidak hanya terbatas pada mahasiswa perbankan syariah unsu saja, namun bisa diperluas lagi populasi dan sampelnya atau di kembangkan bagi penelitian yang sama dengan perspektif yang berbeda dan melacak kasus-kasus yang sedang diperbincangkan serta bisa menggunakan konstruk variabel lain yang tersedia pada teori *utaut* sehingga menjadi lebih inovatif dan variatif.
4. Bagi Masyarakat
Masyarakat harus lebih bijak lagi dalam menggunakan layanan *e-wallet* dan lebih mengutamakan fungsi dari layanan *e-wallet* tersebut agar mendapatkan manfaatnya dan terpenuhi segala kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam penggunaannya.
5. Bagi Perusahaan
Perusahaan yang bergerak dibidang layanan *e-wallet* harus lebih peduli dan memerhatikan kembali *feedback* apa saja yang diberikan *customer* sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas yang ada pada layanan *e-wallet* agar terciptanya kenyamanan dan kepuasan masyarakat untuk loyalitas dalam menggunakan layanan *e-wallet*.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Aaron, M., Rivadeneyra, F., and Sohal, S. (2017). *Fintech : Is this time different? A framework for assessing risks and opportunities for Central Banks*. Canada: Bank of Canada.
- Andriani, Helmina. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Ansori, Miswan. (2019). “Perkembangan Dan Dampak *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah.” *Jurnal Studi Keislaman (Wahana Islamika)* Vol. 5 No. 1.
- Azwar, Saifuddin. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brahmana, Daniel Ivan Christiono dan Ritzky Karina M.R. (2018). “Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Online Marketplace.” *Agora* Vol. 6, No. 2.
- D., Agus Widarjono. Ph. (2015). *Statistika Terapan Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Fitriyani, Lamria Raya Fitriyani, dkk. (2021). *Cara Bijak Menggunakan Dompot Elektronik*. Jakarta Pusat: Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) .
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, Irma Muzdalifah. Inayah Aulia dan Bella. (2018). “Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia.” *Jurnal Masharif Syariah* Vol. 3, No. 1.
- Hartina Fattah, dkk. (2022). *Fintech dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Publica Indonesia Utama.
- Hasbi, Aditya Widyanto dan Imanuddin. (2021). “Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation Dan Price Value Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Bandung).” *e-Proceeding of Management* Vol. 8, No. 2: 1474-1483.
- Hirschman, E.C. and Holbrook, M.B. (2009). “The Experiential Aspects of Consumption :.” *Journal of Consumer Research* Vol. 9 No. 2: PP. 505-511.
- Indonesia, Bank. (2019). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. Bank Indonesia.
- Mardlotillah, Insani Putri. (2022). *Analisis Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Dan Perceived Risk Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)*. Yogyakarta.

- Mawarni, Iska Sri. (2017). *Analisis Persepsi Masyarakat Pengguna Layanan Transaksi Digital Pada Financial Technology*.
- Nugroho, Bhuono Agung. (2005). *Strategi jitu memilih metode statistik Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Abdi.
- Nurhajjah, Andri Soemitra, Rukiah. (2023). “Peran Fintek Syariah Terhadap Kesejahteraan UMKM di Indonesia Pada Era Covid-19.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)* Vol. 2, No. 1: 55-70.
- Prasetyo, Dwi Yuli. (2017). “Penerapan metode UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dalam memahami penerimaan dan penggunaan website KKN LPPM UNISI.” *Sistem Informasi* Vol. 6, No. 2: 26-34.
- Prestama, F. B, Iqbal, M, & Riyadi, S. (2019). “Potensi Finansial Teknologi Syariah dalam Menjangkau Pembiayaan Non-Bank.” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan (Al Masraf)* Vol. 4, No. 2: 147-158.
- Priyatno, Duwi. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- . (2010). “5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19”. Yogyakarta : Andi.
- Rachmawati, Veronika. (2009). “Hubungan Antara Hedonic Shopping Value.” *Jurnal Majalah Ekonomi* Vol. 9 No. 2: 192-208.
- Rahardjo. (2020). *FinTech: Layanan Baru, Ancaman Baru*. <https://indeks.kompas.com>.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi UINSU Press.
- Rini Sulistyowati, Loria Sara Paais, Rifana Rina. (2020). “Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital.” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* Vol. 4 No. 1: Hal: 17-34. doi:10.24269/iso.v4i1.323.
- Subaramaniam, K., R. Kolandaisamy, A. Bin Jalil, dan I. Kolandaisamy. (2020). “The Impact of E-Wallets for Current Generation.” *Journal of Advance Research in Dynamical & Control Systems* Vol. 12 No. 1 (Special Issue): PP.751-759. https://www.researchgate.net/publication/339236716_The_Impact_of_E-Wallets_for_Current_Generation.
- Sudiarti, Sri. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UINSU Press.
- Syafina, Laylan. (2018). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Medan: Febi Press UINSU.

Syarvina W dan Sri Sudiarti. (2022). “Analisa Risiko Pinjaman Online Ilegal Dalam Praktik Teknologi Finansial.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* Vol. 22 No. 1: 18-28. doi:<http://dx.doi.org/10.30596%2F8939>.

Tarigan, Azhari Akmal. (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: Febi Press Uinsu.

Venkatesh, V Moris, M.G., Davis, G.B., and Davis F.D. (2003). ““User Acceptance.” *MIS Quarterly* Vol. 27 No. 3: PP. 425-475.

Watu, Maria Augustin Lopes Amaral dan Engelbertus G. Ch. (2021). “Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Trust Terhadap Niat Berkelanjutan Menggunakan Fdas Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Sebatik* Vol. 25, No. 2. doi:[10.46984/sebatik.v25i2.1510](https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1510).