

## ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN LAYANAN GOPAY BAGI GENERASI X DI BANJARMASIN MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*

Rika Yuliyanti, S.E., M.M

STIE Pancasetia

[Rikayulianti2227@gmail.com](mailto:Rikayulianti2227@gmail.com)

**Abstrak** GoJek menyediakan layanan GoPay sebagai media penyimpanan uang elektronik untuk mempermudah transaksi pengguna aplikasi GoJek. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan tingkat penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan penerimaan layanan saling mempengaruhi satu sama lain. Pengaruh variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap penerimaan layanan sebesar 29,1 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Kata Kunci** *Financial Technology, Fintech, GoPay, Generasi X, Technology Acceptance Model, TAM.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia berkembang sangat pesat. Sekarang kita berada pada era revolusi industri 4.0. Pada era inilah lahir komputer sehingga dikenal dengan revolusi digital. Pada awal abad ke-21 awal munculnya revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan adanya konektivitas antara manusia, data dan mesin secara virtual yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Salah satu hasil perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi yang sangat familiar sekarang ini yaitu *financial technology (fintech)*. Pertumbuhan uang elektronik ini semakin subur ketika terjadi pandemik covid-19. Pembayaran elektronik merupakan kegiatan transaksi menggunakan media elektronik sebagai alat pembayarannya. "Uang elektronik merupakan pembayaran elektronik dan virtual yang memanfaatkan server, aplikasi jaringan dan akun virtual (Nubika, 2018)". Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 (Bank, 2022) dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran. *GoPay* adalah salah satu contoh dompet elektronik yang dimiliki oleh perusahaan GoJek. Bank Indonesia mencatat pada Agustus 2021 terjadi peningkatan transaksi keuangan elektronik hingga 24,8 triliun. Hal tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 43,66% secara tahunan (Kompas, 2022). Menurut (Rajan & dan Baral, 2015) Seseorang akan menggunakan sistem secara intensif apabila memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut (Rajan dan Baral, 2015): Profitabilitas, Penerapan pada masalah dalam organisasi, Kualitas pengambilan keputusan, kinerja dan kepuasan.

GoPay merupakan bagian dari layanan GoJek, dimana gopay sebagai media penyimpanan uang elektronik. Menurut (Cania, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penelitian penerimaan terhadap teknologi sudah banyak, namun penelitian penerimaan terhadap layanan secara khusus seperti GoPay masih sedikit.

Penelitian (Robbie & Lutfi, 2020) Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat generasi X dalam menggunakan sistem electronic money DANA. Hal ini terjadi karena seseorang yang mengetahui DANA tentunya sudah mengetahui bahwa pembelajaran sistem baru tidak akan mudah dan hal ini dapat membuat seseorang cenderung sulit untuk mengukur kemudahan penggunaan, apalagi untuk generasi X yang memiliki persepsi kata mudah yang beraneka ragam terhadap sebuah sistem baru sehingga hal ini membuat pengaruh dari persepsi kemudahan tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat generasi X dalam menggunakan sistem electronic money DANA. Saat seseorang merasakan bahwa penggunaan electronic money dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi mereka dalam kegiatan bertransaksi sehari-hari, seperti kecepatan membayar, kemudahan membayar dan sebagainya, orang tersebut cenderung akan mencoba untuk mencari tahu lebih dalam mengenai informasi dan akan muncul minat untuk mencoba menggunakan.

Penelitian ini mengangkat judul “Analisis Tingkat Penerimaan Layanan GoPay Bagi Generasi X di Banjarmasin Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*”, dengan tujuan bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

## LANDASAN TEORI

### *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM (*Technology Accetance Model*) merupakan teori yang menjelaskan minat berperilaku menggunakan teknologi. TAM (*Technology Acceptance Model*) dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan dan penerimaan sistem teknologi informasi. Model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) dalam (Virginia, 2020) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena model penelitian ini sederhana dan mudah penerapannya. Menurut Liao dan Cheung dalam (Jahagir & Begum, 2008), Model TAM menunjukkan bahwa perilaku adaptasi pelanggan ditentukan oleh niat untuk menggunakan sistem tertentu, yang pada gilirannya ditentukan oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sistem.

### **Persepsi Kemudahan**

Persepsi Kemudahan Davis dalam (Sugandini, Purwoko, S, Reniati, & R.A, 2018) Sugandini et al. menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari upaya. Sedangkan menurut (Oroh, Saerang, & Rumokoy, 2015) Oroh et al. (2015), persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai orang percaya bahwa menggunakan beberapa teknologi tertentu akan bebas dari usaha. Definisi persepsi kemudahan penggunaan (PEU) telah diperdebatkan di antara para peneliti. Menurut Monsuwe, Dellaert, dan Ruyter dalam (Yulianita., 2018), persepsi kemudahan penggunaan terjadi ketika seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi baru akan membebaskannya dari segala upaya selama proses penggunaan teknologi tersebut.

**Persepsi Kemudahan**

Persepsi KegunaanKegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorangpercaya bahwa penggunaan teknologi mampumeningkatkan kinerjanya. Davis dalam (Sugandini, Purwoko, S, Reniati, & R.A, 2018) . Orang percaya bahwamenggunakan beberapa teknologi atau sistem tertentu akan dapat meningkatkan keterampilanatau kinerjanya. Seorang individu lebihcenderung berniat untuk melanjutkan penggunaan ketikapenggunaan tersebut dianggap bermanfaat.Persepsi kegunaandapat dipahami sebagai persepsi individutentang apakah menggunakan teknologi baru akan meningkatkan atau meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan aktivitastertentu atau tidak (Yulianita., 2018)

**Penelitian Terdahulu**

Berikut ini tabel rangkuman penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian:

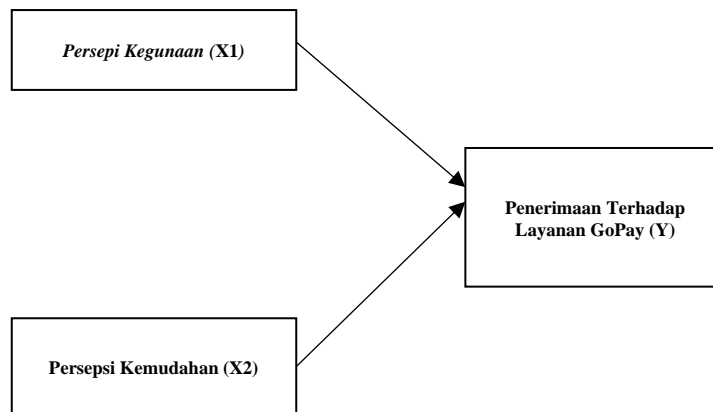
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	M. Wahidin, dkk (2021)	Analisis Tingkat Penerimaan Merchant Go-Pay Di Karawang Untuk Generasi Milenial Menggunakan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) (Studi Kasus : Go-Pay pada aplikasi Go-Jek)	Persepsi kegunaan dan juga Persepsi Kemudahan penggunaan memiliki dampak positif terhadap penerimaan <i>merchant GO-PAY</i> pada kalangan milenial di Karawang.
2	Afiful Ichwan & Ruslan Abdul Ghofur (2020)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui <i>Fintech</i> Gopay	Kegunaan yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan secara parsial dan simultan mempengaruhi keputusan membayar Zakat melalui <i>Fintech</i> gopay.
3	M. Balya Haidari & Kartika Gianina Tileng (2018)	Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay	Variabel Trust dan Perceived Usefulness berpengaruh positif secara parsial terhadap Intention to Use pada Go-Pay, sedangkan didapati bahwa variabel Perceived Risk tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap Intention to Use pada Go-Pay.

4	Silva Cita Cania (2018)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan pada GoPay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi GoJek/	Pengetahuan produk, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, reputasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan, sedangkan persepsi risiko dan kelemahan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. Pengetahuan produk, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan reputasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Go-Jek.
5	Dirwan & Fitriani Latief (2020)	Aspek yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar	Kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang digital di Kota Makassar.

**Kerangka Konseptual**

Berdasarkan tinjauan pustaka tentang *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), dan persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) maka bentuk kerangka konseptualnya yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka konseptual

**Hipotesis Penelitian**

H1: Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) diduga berpengaruh terhadap penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin.

H2: Persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) diduga berpengaruh terhadap penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin.

**METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif karena untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2017). Proses pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada generasi X yang memakai layanan GoPay di Banjarmasin. Populasi penelitian ini yaitu generasi X pengguna layanan *GoPay* di Banjarmasin. Jumlah sampel 120 berdasarkan jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 12 dikali 10 (Hair & al, 2010). Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan kriteria pengguna layanan *GoPay* pada rentang usia 42 sampai 57 tahun di Banjarmasin (generasi X) dan pernah menggunakan layanan *GoPay*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda karena data yang diolah yaitu berupa data interval, mengukur pengaruh maupun hubungan kausal yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat (Santoso, 2012).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Uji Instrumen Penelitian**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen pengukuran (Sugiyono, 2017)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel/Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)			
X1.1	0,831	0,197	Valid
X1.2	0,839	0,197	Valid
X1.3	0,910	0,197	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)			
X2.1	0,664	0,197	Valid
X2.2	0,435	0,197	Valid
X2.3	0,530	0,197	Valid
X2.4	0,496	0,197	Valid
X2.5	0,664	0,197	Valid
X2.6	0,666	0,197	Valid
Penerimaan Terhadap Layanan GoPay(Y)			
Y1	0,817	0,197	Valid
Y2	0,880	0,197	Valid
Y3	0,875	0,197	Valid

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut, nilai  $r_{hitung}$  masing-masing variabel lebih besar dari nilai  $r_{tabel} = 0,197$  (tabel terlampir), berarti variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan penerimaan terhadap layanan GoPay dapat dikatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi sebuah alat ukur (Ghozali, 2011).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel/Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,825	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0,716	Reliabel

Penerimaan Terhadap Layanan GoPay(Y)	0,820	Reliabel
--------------------------------------	-------	----------

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut, masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,7, berarti variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan penerimaan terhadap layanan GoPay dapat dikatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Data yang berdistribusi normal memiliki nilai signifikansi > 0,05. Data penelitian memiliki nilai signifikansi 0,120, maka data berdistribusi normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Data penelitian memiliki nilai signifikansi untuk X1 = 0,104 dan X2 = 0,968, keduanya memiliki nilai lebih dari 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebasnya (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik jika tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara menghitung nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan hasil pengujian, semua variabel X memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,10 yaitu 0,711 dan nilai VIF kurang dari 10 yaitu 1,407. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh maupun hubungan kausal yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 22:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.331	1.369		3.163	.002		
X1	.629	.111	.568	5.654	.000	.711	1.407
X2	.021	.075	.029	.285	.776	.711	1.407

a. Dependent Variabel: Y

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi dapat dituliskan ke dalam bentuk sebagai berikut:  $Y = 4,331 + 0,629X_1 + 0,021X_2 + e$

Persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan nilai konstanta sebesar 4,331 yaitu keadaan saat variabel penerimaan layanan GoPay bagi generasi X belum dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan dan variabel persepsi kemudahan. Jika variabel persepsi kegunaan dan variabel persepsi kemudahan tidak ada maka variabel penerimaan layanan GoPay bagi generasi X tidak mengalami perubahan. Koefisien regresi variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ) menunjukkan arah yang positif yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel persepsi kegunaan akan mempengaruhi penerimaan layanan GoPay bagi generasi X sebesar 0,629 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) menunjukkan arah yang positif yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel persepsi kemudahan akan mempengaruhi penerimaan layanan GoPay bagi generasi X sebesar 0,021 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Koefisien Korelasi (R)**

Menurut (Sugiyono, 2017) koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan antara dua variabel atau lebih. Semakin nilai R mendekati angka 1 berarti hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin kuat. Berikut tabel interpretasi nilai R:

Tabel 11. Tabel Interpretasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Lumayan Kuat
0,200 – 0,399	Lemah
0,000 – 0,199	Sangat Lemah

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien korelasi (R) yaitu 0,553, berarti hubungan variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan memiliki hubungan yang lumayan kuat dengan variabel penerimaan layanan GoPay bagi Generasi X jika ditinjau dari tabel interpretasi nilai R.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Menurut (Gozali, 2016) nilai koefisien determinasi menentukan seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R<sup>2</sup> berarti semakin baik model dari model penelitian yang dilakukan. Namun R<sup>2</sup> memiliki kelemahan, oleh karena itu untuk menutupi kelemahan tersebut dipakailah angka koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau *Adjusted R Square*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> yaitu sebesar 0,291. Hal ini berarti pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap penerimaan layanan GoPay bagi Generasi X sebesar 29,1% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## **UJI HIPOTESIS**

### **Uji Simultan (F)**

Uji simultan (F) ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara simultan atau keseluruhan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji simultan dilakukan dengan menghitung nilai signifikansi,  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Jika nilai: Signifikansi  $< 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  = variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (hipotesis diterima). Signifikansi  $> 0,05$  dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  = variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi 0,000, berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai  $F_{hitung} = 21,327$  berarti lebih besar dari  $F_{tabel} = 3,09$  (tabel terlampir). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dapat diterima.

### **Uji Parsial (t)**

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Uji parsial ini dilakukan dengan menghitung nilai signifikansi. Apabila nilai: (a) Signifikansi  $t_{hitung} < 0,05$  = variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (hipotesis diterima). (b) Signifikansi  $t_{hitung} > 0,05$  = variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak). Hasil analisis menunjukkan: (1) Pengaruh variabel Persepsi Kegunaan (X1) diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H1 diterima, artinya variabel Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Layanan GoPay Bagi Generasi X di Banjarmasin. (2) Pengaruh variabel Persepsi Kemudahan (X2) diperoleh nilai signifikansi  $0,046 < 0,05$  maka H2 diterima, artinya variabel Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Layanan GoPay Bagi Generasi X di Banjarmasin.

Bagi Gojek selaku penyedia layanan GoPay Promosi atas layanan GoPay akan lebih efektif jika diperuntukkan generasi Y atau milenial dan Z yang cenderung lebih cepat menerima kemajuan teknologi. Promosi untuk pembayaran secara tunai juga harus diadakan, agar generasi X yang kebanyakan masih enggan menggunakan layanan GoPay tetap bisa merasakan manfaat atas aplikasi Gojek yang mereka miliki.

## **KESIMPULAN**

Hasil analisis menunjukkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dapat diterima. Sedangkan Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Layanan GoPay Bagi Generasi X di Banjarmasin dan Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Layanan GoPay Bagi Generasi X di Banjarmasin. Dengan hasil penelitian yang diperoleh maka tingkat penerimaan layanan GoPay bagi generasi X di Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank, I. (2022, Maret). *bi.go.id*. Retrieved from [bi.go.id: http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Documents/PBI\\_184016.pdf](http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Documents/PBI_184016.pdf)
- Cania, S. C. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan pada GoPay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi GoJek. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. .
- Dirwan, & Latief, F. (2020). ASPEK YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN UANG DIGITAL DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Mirai Management*, 288-298.
- Ghozali. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Globa.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (edisi 8) Cetakan VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *JUISI*, 10-15.
- Hair, & al, e. (2010). *Multivarivate Data Analysis 7th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 129-135.
- Jahagir, N., & Begum, N. (2008). he role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management*, 2(1), 32–040. <http://www.academicjournals.org/AJBM>, 32-040.
- Kompas. (2022, Maret). *international.kompas*. Retrieved from [international.kompas: https://internasional.kompas.com/read/2021/10/08/144239870/revolusi-industri-sejarah-faktor-dan-perkembangannya?page=all](https://internasional.kompas.com/read/2021/10/08/144239870/revolusi-industri-sejarah-faktor-dan-perkembangannya?page=all).
- Nubika, I. (2018). *Bitcoin mengenal cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial*. Yogyakarta: Genesis Learning.
- Oroh, C. R., Saerang, D. P., & Rumokoy, F. S. (2015). The influence of perceived ease of use, perceived usefulness and trust on repurchase intention of Lion Air e-Ticket. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 367-376.
- Rajan, C. A., & dan Baral, R. (2015). “Adoption of ERP system: An empirical study of factors influencing the usage of ERP and its impact on end user”. *IIMB Management Review* 27(2), 105-117.
- Robbie, & Lutfi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan terhadap Penggunaan Nyata dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Masyarakat Generasi X dalam Menggunakan Sistem Electronic Money Dana. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 578-582.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugandini, D., Purwoko, P. A., S, R., Reniati, & R.A, M. k. (2018). The role of uncertainty, perceived ease of use, and perceived usefulness towards the technology adoption. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 660-669.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- 
- Virginia, E. (2020). Pengaruh Sikap, kepercayaan, Persepsi kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Keamanan terhadap minat Menggunakan Jasa Layanan Go-Jek. *Jimfeb*.
- Wahidin, M., Awalludin, D., & Andrian, R. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan Merchant Go-Pay Di Karawang Untuk Generasi Milenial Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus : Go-Pay pada aplikasi Go-Jek). *Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi*, 286-294.
- Yulianita. (2018). Comparison of generation X and Y: Perceived usefulness, perceived ease of use, and subjective norms on purchase intention in E-Commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2).