

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN E-WALLET DI KOTA BANDUNG 2020

Aldo Putra Kusuma ¹⁾✉, Syahputra ²⁾✉

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

Info Artikel

Diserahkan Juni 2020
Diterima Juni 2020
Diterbitkan September 2020

Kata Kunci:

Persepsi Kemudahan,
Persepsi Manfaat, Sikap
Penggunaan, TAM
(Technology Acceptance
Model), E-Wallet

Abstrak

Penelitian ini didasari dari latar belakang fenomena terkait. Dengan E-Wallet konsumen bisa melakukan hal seperti mentransfer uang ke rekening bank yang diinginkan ataupun ke sesama E-Wallet. Konsumen juga bebas melakukan pembayaran atas pembelian yang dilakukan kapanpun dan dimanapun. Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan E-Wallet tersebut dengan menggunakan model TAM (Technology Acceptance Model) untuk membahas sebuah sistem atau teknologi dengan objek E-Wallet. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling jenis purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian pada analisis deskriptif, masing – masing variable menempati kategori sangat baik yang artinya semua pernyataan sangat dimengerti oleh responden. Pada hasil uji t dan uji F variable Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) terhadap Sikap Penggunaan (Y) memperoleh kesimpulan bahwa variable X1 dan X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable Y secara parsial maupun simultan. Dan 45,2% sikap penggunaan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, 54,8% di pengaruhi oleh faktor lain. Kesimpulannya adanya pengaruh positif dari tanggapan responden yang penulis dapat tentang sikap penggunaan E-Wallet bahwa menggunakan aplikasi E-Wallet memudahkan serta memberikan banyak manfaat bagi penggunanya dalam melakukan pekerjaan sehari – hari dan dapat diakses bagi semua kalangan. Lalu adapun saran dari penulis untuk perusahaan agar mengembangkan fitur – fitur yang sudah ada sebelumnya, untuk mengurangi serta memperbaiki kekurangan pada fitur yang sudah ada.

© 2020 Indonesia

✉ Alamat Korespondensi:

Fakultas Komunikasi Bisnis, S1 Administrasi Bisnis
Telkom University

E-mail: aldoputraaa08@gmail.com

syahputra@telkomuniversity.ac.id

ISSN 2548-9909

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini, menawarkan banyak kemudahan bagi manusia. Perkembangan teknologi yang cepat, pola hidup masyarakat, pengetahuan masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan serta perkembangan (Parastiti, Mukhlis, dan Haryono, 2015).

Kemajuan teknologi yang sangat pesat bisa dilihat juga dari perkembangan *internet* yang kita rasakan saat ini. Pengaruh positif yang diberikan pada pengguna *internet* membuat pengguna *internet* terus meningkat di tiap tahun nya. Hal ini dapat dilihat dari data survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Data ini menunjukkan besarnya jumlah orang yang menggunakan *internet* di Indonesia yaitu sebesar 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta jiwa, jumlah tersebut dipersentasekan menjadi 64,8% total pengguna *internet* di Indonesia pada tahun 2018. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fakhrunnisa (2013), mengatakan bahwa dengan menggunakan *internet* seseorang bisa mendapatkan manfaat dalam mengerjakan tugas sehari – hari. Sikap positif yang diberikan pengguna *internet* mempengaruhi peningkatan penggunaan *internet* dari waktu ke waktu.

Dewasa ini hanya bermodal *smartphone* dan koneksi *internet* bisa membuat konsumen mendapatkan apa yang diinginkan. Contohnya dengan menggunakan aplikasi *E-Wallet* atau dompet digital sebagai alat transaksi pembelian. Dengan menggunakan *E-Wallet* konsumen bisa mentransfer uang ke rekening bank yang diinginkan ataupun ke sesama *E-Wallet* sesuai yang dibutuhkan. Konsumen juga bebas melakukan pembayaran atas pembelian yang dilakukan kapanpun dan dimanapun. (Bank Indonesia, 2019). Dari banyaknya *e-wallet* yang sudah beredar dan penggunaannya yang terus bertambah menunjukkan ketertarikan orang – orang yang menggunakan *E-Wallet* semakin terlihat. Pengguna *E-Wallet* menerima banyak manfaat dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari. Dengan kata lain layanan yang diberikan produk *E-Wallet* sangat membantu setiap penggunaannya. Sikap inilah yang membuat semua perusahaan *E-Wallet* bersaing dalam memberikan layanan terbaik untuk menarik pangsa pasar. Berdasarkan teori dari Davis (1989) sikap terhadap perilaku merupakan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sikap penggunaan adalah sejauh mana seseorang mengevaluasi dan mengaitkan teknologi baru dengan pekerjaannya.

Dalam penelitian Widyawati (2018) menyebutkan bahwa sikap merupakan evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan, tindakan terhadap beberapa objek atau ide. Hal ini penulis simpulkan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan bahwa sikap penggunaan adalah hal utama yang harus diperhatikan dalam menentukan apakah seseorang mau menggunakan sistem dan aplikasi tersebut atau tidak.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat baik atau buruk nya sikap penggunaan, begitu juga pada penggunaan *E-Wallet*. Menurut Davis (1989) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan (*ease*) bermakna tanpa kesulitan atau tidak membutuhkan kerja keras. Variabel ini merujuk pada keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat digunakan. Lalu variabel lain yang mempengaruhi sikap pengguna *E-Wallet* adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Teori Davis (1989) mendefinisikan sebagai sejauh mana seseorang atau individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dari teori ini penulis simpulkan bahwa dengan penggunaan pada aplikasi *E-Wallet* yang memberikan banyak manfaat bagi kebutuhan sehari – hari akan memberikan efek positif terhadap sikap pengguna dari aplikasi *E-Wallet*. Salah satu model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penggunaan teknologi informasi yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Jogiyanto (2008 : 111) *Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah terurai diatas, maka penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Sikap Penggunaan *E-Wallet* di Kota Bandung (2020)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, yaitu:

1. Untuk mengetahui analisis deskriptif dari variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan sikap penggunaan

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan *E-Wallet*
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan *E-Wallet*
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan *E-Wallet* secara simultan.

2. Metode

2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah - langkah spesifik (tindakan, tahap, pendekatan langkah demi langkah dan lain – lain) yang harus diambil dan dijalankan dalam urutan tertentu selama penelitian. Sesuai dengan tujuan dari judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet di Kota Bandung.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif.

2.2 Populasi dan Sampel

Menurut Wardhana, Kartawinata dan Syahputra (2015 : 99) populasi penelitian adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri – ciri yang telah ditetapkan. Dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keluruhan objek yang mempunyai karakteristik untuk dipilih menjadi sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang menggunakan aplikasi *E-Wallet*.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara jelas jumlahnya. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Bernoulli. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n \geq \frac{Z \cdot \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

$$n \geq \frac{[1,96]^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n \geq \frac{[3,8416] \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n \geq 96,04$$

Sumber: Rumus Bernoulli

Keterangan:

- α = Tingkat ketelitian
- Z = Nilai standard distribusi normal
- p = Probabilitas ditolak
- q = Probabilitas diterima (1-p)
- e = Tingkat kesalahan

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti untuk mengetahui besar pengaruh Variabel, Persamaan analisis regresi linier berganda (Sugiono, 2015:230) adalah:

$$Y = 0,279 + 0,177 (X1) + 0,292 (X2)$$

Berdasarkan bentuk persamaan diatas yang diperoleh melalui perhitungan SPSS, nilai koefisien regresi pada variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan konstan atau sama dengan 0, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Nilai Y merupakan besarnya Sikap Penggunaan pada aplikasi *E-Wallet* di Kota Bandung
2. Nilai a adalah nilai konstanta dalam persamaan regresi. Konstanta dalam penelitian ini sebesar 0,279 menyatakan bahwa jika kedua variabel bebas ($X1$ dan $X2$) sama dengan nol (0) dan tidak mempengaruhi Sikap Penggunaan *E-Wallet* maka besar nilai rata – rata Sikap Penggunaan adalah 0,279.
3. Nilai b merupakan angka koefisien pada persamaan regresi linier berganda. Koefisien berganda b terbagi menjadi dua, yaitu koefisien $X1$ dan koefisien $X2$.
 - 1) Koefisien $X1$ dalam penelitian ini sebesar 0,177 yang artinya angka tersebut memberikan arti bahwa Persepsi Kemudahan ($X1$) berpengaruh secara positif terhadap Sikap Penggunaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila aplikasi *E-Wallet* meningkatkan satu skala variabel Persepsi Kemudahan maka Sikap Penggunaan akan bertambah sebesar 0,177.

2) Koefisien X2 sebesar 0,292 yang artinya angka tersebut memberikan arti bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh secara aktif terhadap Sikap Penggunaan. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jika aplikasi *E-Wallet* meningkatkan satu skala variabel Persepsi Manfaat maka Sikap Penggunaan akan bertambah sebesar 0,292.

Persepsi Manfaat (X_2), secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Sikap Penggunaan (Y).

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Pengujian ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kegunaan dari Uji t ini adalah untuk menguji apakah variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Manfaat (X_2), berpengaruh secara parsial terhadap Sikap Penggunaan (Y).

Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Kegunaan dari uji F ini adalah untuk menguji apakah variabel Persepsi Kemudahan (X_1),

Tabel 1. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155,053	2	77,526	40,031	,000 ^b
	Residual	187,857	97	1,937		
	Total	342,910	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,279	1,445		,193	,847
	X1	,177	,056	,322	3,161	,002
	X2	,292	,072	,412	4,047	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Pada tabel 1 dapat dilihat Fhitung adalah 40,031 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu Fhitung > Ftabel (40,031 > 3,09) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Maka secara bersamaan, variabel Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Manfaat (X_2) berpengaruh pada Sikap Penggunaan (Y) *E-Wallet* di kota Bandung. Atau dengan kata lain variabel independen

memiliki pengaruh secara simultan terhadap variable dependen.

Berdasarkan tabel 2 hasil uji t data penelitian ini adalah 0,193. Untuk t_{tabel} dapat dilihat dengan penyebut atau df (jumlah sampel – jumlah variabel) dan pembilang Pr (dilihat bentuk arahnya, 1 atau 2 arah dengan probabilitas masing – masing). Sehingga didapatkan df adalah 97 dan Pr adalah 0,05 dua arah, dengan hasil t_{tabel} sebesar 1,984.

Berdasarkan perhitungan uji t dapat diperoleh nilai variable Persepsi Kemudahan (X1) dengan t_{hitung} sebesar $3,161 > t_{tabel}$ $1,984$ maka secara parsial variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap variable Sikap Penggunaan. Sedangkan nilai variable Persepsi Manfaat (X2) dengan t_{hitung} sebesar $4,047 > t_{tabel}$ $1,984$ maka secara parsial variabel Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap variable Sikap Penggunaan. Maka dapat disimpulkan variable Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) secara parsial berpengaruh terhadap variable Sikap Penggunaan (Y).

3.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Fred D. Davis (1989) pada penelitian terdahulu mengatakan bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat mempunyai hubungan untuk memprediksi Sikap Penggunaan yang dirasakan seseorang terhadap suatu sistem, hal itu juga dibantu dengan adanya penekanan TAM (*Technology Acceptance Model*). Dapat dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan bahwa kedua variable independen masing – masing memiliki nilai yaitu Persepsi Kemudahan t_{hitung} sebesar $3,161 > t_{tabel}$ $1,984$ dan Persepsi Manfaat t_{hitung} sebesar $4,047 > t_{tabel}$ $1,984$. Yang artinya kedua variable ini mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variable Sikap Penggunaan Sikap Penggunaan adalah perilaku dan evaluasi setelah pemakaian sesuatu apabila objek tersebut sebuah teknologi atau system maka sikap penggunaan adalah reaksi pengguna tersebut terhadap teknologi dan system yang telah dia rasakan baik itu positif ataupun negatif. Menurut Anis Fakhrunnisa, dkk pada jurnal terdahulu (2013) telah diketahui bahwa Persepsi Manfaat mempengaruhi suatu Sikap Penggunaan sistem atau teknologi dan dalam penelitian ini teori TAM sangat mendukung dimana dimensinya berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan yang dirasakan pengguna tersebut.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif yang dilakukan variable Sikap Pengguna secara keseluruhan dimensi memiliki nilai pada kategori sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan keseluruhan rata – rata presentase $81,43\%$. Dapat diartikan bahwa *E-Wallet* telah memberikan

pengaruh positif terhadap penggunanya salah satunya dalam segi mempermudah untuk hal pembayaran sampai layanan yang beragam yang disediakan aplikasi *E-Wallet* untuk meringankan urusan sehari – hari para pengguna. Lalu jika dilihat dari presentase keseluruhan variable independen terhadap variable dependen memiliki nilai $45,2\%$ yang artinya Sikap Pengguna hanya dipengaruhi $45,2\%$ dari faktor Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat. Total $54,8\%$ dipengaruhi oleh faktor – faktor lain misalnya layanan customer service, persepsi kecanggihan dan display atau tampilan menarik dari sistem atau teknologi tersebut

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan *E-Wallet* di Kota Bandung (2019) dapat diambil beberapa kesimpulan dengan harapan dapat menjawab permasalahan pada rumusan masalah yang diambil penulis pada penelitian ini. Berikut uraian kesimpulan yang peneliti rangkum:

1. Adanya pengaruh positif dari tanggapan responden yang penulis dapat tentang sikap penggunaan *E-Wallet* bahwa menggunakan aplikasi *E-Wallet* memudahkan serta memberikan banyak manfaat bagi penggunanya dalam melakukan pekerjaan sehari – hari dan dapat diakses bagi semua kalangan.
2. Respon dari responden mengenai pernyataan tentang persepsi kemudahan memperoleh presentase nilai $82,12\%$ yang artinya menempati kategori sangat baik atau kemudahan tersebut sangat dirasakan bagi pengguna *E-Wallet*. Serta pada uji t memperoleh nilai $3,161 > 1,984$ yang berarti variable persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variable sikap penggunaan.
3. Respon dari responden mengenai pernyataan tentang persepsi manfaat memperoleh presentase nilai $84,85\%$ yang artinya menempati kategori sangat baik atau manfaat

tersebut sangat dirasakan bagi pengguna *E-Wallet*. Serta pada uji t memperoleh nilai $4,047 > 1,984$ yang berarti variable persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap variable sikap penggunaan.

4. Secara simultan atau bersamaan variable persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap variable sikap penggunaan, hal ini ditunjukkan dari nilai uji F sebesar $40,031 > 3,09$. Dan persentase pengaruh yang ditunjukkan dari hasil koefisien determinasi sebesar 45,2%, yang artinya 54,8% variable sikap penggunaan dipengaruhi oleh faktor lain selain persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

4.2 Saran

Saran Bagi Pembaca

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah penulis buat diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin akan berguna bagi peneliti selanjutnya. Penulis hanya meneliti pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan *E-Wallet* di Kota Bandung (2019), maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah:

1. Melakukan penelitian dengan variable lain atau yang tidak diteliti pada penelitian kali ini. Hal ini berdasarkan hasil presentase pengaruh sebesar 45,2% terhadap sikap penggunaan. Hal tersebut diharapkan agar bias melebihi nilai presentase pengaruh yang sudah penulis teliti kali ini.
2. Meneliti objek penelitian lain pada bidang pemasaran dan keuangan yang berbasis teknologi. Hal ini diharapkan bisa menjadi perbandingan dan menjadi acuan untuk kedepannya.
3. Melakukan penelitian dengan menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*) agar bisa menemukan dimensi – dimensi baru yang nantinya dapat dijadikan referensi untuk kedepannya serta menambah ilmu bagi penulis yang melakukan penelitian.
4. Melakukan penelitian pada perusahaan *E-Wallet*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan objek *E-Wallet* secara

keseluruhan, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk focus mengambil salah satu perusahaan *E-Wallet* agar dapat menggambarkan perbandingan kelebihan dan kekurangan.

Saran Bagi Perusahaan

1. Dari kesimpulan nomor satu penulis memberikan saran bagi instansi yang berkaitan untuk mempertahankan bahkan terus berinovasi untuk memberikan fitur lain yang memudahkan serta memberikan manfaat yang positif untuk penggunaanya.
2. Mengembangkan fitur – fitur yang sudah ada sebelumnya, untuk mengurangi serta memperbaiki kekurangan pada fitur yang sudah ada.
3. Lebih mendengarkan kritik dan saran dari pengguna agar lebih mudah mendapatkan ide – ide baru dalam pengembangan sistem aplikasi dari segi operasi ataupun fitur yang disediakan.

Daftar Pustaka

- Armst Hartono, Jogyanto. (2008). *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Chauhan, Shumedha. (2015). *Acceptance of mobile by poor citizens of India : Integrating trust into the technology acceptance model*. Institut Gugaon India. *Emerald Insight*, 17(3), 58-68.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. 13(5), 319-339.
- Fakhrunnisa, A. (2013). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Sikap Pengguna Terhadap Minat Menggunakan Internet. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 5(2).
- Pradana. dkk. (2016). Perancangan Aplikasi Liva Untuk Mengurangi Nomophobia Dengan Pendekatan Gamifikasi. *Jurnal Teknik ITS*, 5(1).
- Parastiti, D. E. dkk. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. 7(1), 75-82.
- Pantielieieva, et al. (2019). *Small and Medium Sized Enterprise Development in Ukraine: Trends and Innovation in Financing*. Banking University, 1(33), 127-129.

- Widyawati, Danies M. Moeliono, Nadya N. K. (2018). Customer Attitude Using Mobile Banking Di Indonesia. *Administrasi Bisnis*, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom. *Jurnal e-Proceeding Management*, 5(2)
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Wardhana, A., Kartawinata, B. D., dan Syahputra. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Bandung : PT Karya Manunggal Lithomas.

www.apiii.or.id

www.bi.go.id