



<http://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jdbm>

ISSN: 2828-2086

ARTICLE INFORMATION

Received August 15th 2023

Accepted August 28th 2023

Published August 30th 2023

DOI:

[https://doi.org/10.32639/jdbm](https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i2.400)

m.v2i2.400



ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PADA PENGGUNA E-WALLET DANA DI KEBUMEN

Aditya Nur Marhaendra¹, Heri Mahyuzar²

^{1,2}Universitas Putra Bangsa

email: heri.mahyuzar121293@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pada E-Wallet Dana di Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna E-Wallet DANA di Kebumen. Adapun sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 155 responden yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan cara mengirimkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS statistik 25 .

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna E-Wallet DANA di Kebumen. Sedangkan *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna E-Wallet DANA di Kebumen.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan; Persepsi keamanan; Kepuasan, *E-Wallet*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use and perceived security on satisfaction with DANA E-Wallet in Kebumen. The population in this study were all DANA E-Wallet users in Kebumen. The research sample used in this study was 155 respondents who were selected based on purposive sampling. Data collection techniques in this study used survey methods by sending questionnaires. The analytical tool used in this study uses IBM SPSS statistic 25.

Based on the analysis that has been carried out, it is found that the perceived ease of use has a positive and insignificant impact on the satisfaction of DANA E-Wallet users in Kebumen. Meanwhile, perceived security has a positive and significant effect on the satisfaction of DANA E-Wallet users in Kebumen.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Security, Satisfaction, E-Wallet*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi juga berdampak dalam berkembangnya *financial technology (fintech)*. *Fintech* adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang dapat menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang membawa dampak pada stabilitas moneter maupun stabilitas sistem keuangan (Himawati, 2021). Dalam perkembangan *Fintech* yang sangat pesat tersebut konsumen dimudahkan dalam melakukan pembelian dan bertransaksi secara *online*.

Seiring berkembangnya *financial technology (fintech)* di Indonesia, sistem pembayaran mulai bergeser yang tadinya menggunakan uang fisik kini beralih menjadi transaksi non tunai menggunakan uang elektronik. Bank Indonesia juga berupaya menyukseskan gerakan non tunai dengan merancang program bernama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 agar dapat mewujudkan masyarakat Indonesia yang menjadi Less Cash Society (LCS) (Sianturi & Suhandak, 2019) dalam (Himawati, 2021).

Dalam melakukan transaksi non tunai menggunakan uang elektronik konsumen dapat menggunakan *e-wallet* atau *electronic wallet* sebagai media penyimpanan dan dapat digunakan untuk transaksi pengiriman uang, membayar barang dan jasa dengan batasan jumlah uang yang terdapat dalam aplikasi. *E-Wallet* atau dompet elektronik adalah alat pembayaran digital atau alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server based*. Pada umumnya *e-wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya (Wijaya & Mulyana, 2018).

Seiring maraknya penggunaan *e-wallet* di Indonesia, banyak perusahaan berusaha berinovasi menghadirkan dompet digital termasuk salah satunya adalah *e-wallet* DANA. Perusahaan yang membuat *e-wallet* DANA tentunya berusaha menerapkan persepsi kemudahan agar dapat menciptakan kepuasan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Begitu pula dengan persepsi keamanan yang mereka terapkan agar pelanggan merasa aman sehingga puas dalam menggunakan aplikasi DANA. Berdasarkan paparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PADA PENGGUNA E-WALLET DANA DI KEBUMEN".

LANDASAN TEORI

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Meileny dan Tri (2020), persepsi kemudahan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus membutuhkan upaya berlebih. Menurut Nguyen et al, (2016) indikator *perceived ease of use* adalah:

- 1) *Ease to learn*, penggunaan sistem yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari oleh para pelanggan.
- 2) *Ease to use*, penggunaan sistem yang baru dapat dengan mudah untuk digunakan.
- 3) *Clear and understandable*, penggunaan sistem yang baru dapat dengan mudah untuk dimengerti.
- 4) *Become skillful*, pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem yang baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.

Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan merupakan keamanan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap perlindungan terhadap suatu ancaman (Yousafzai, Pallister & Foxall, 2003). Corritore, Kracher & Wiedenbeck (2003) menyatakan bahwa kepercayaan seseorang untuk melakukan transaksi *online* merupakan hal yang sangat pribadi karena hal tersebut menyangkut antara individu masing-masing dan informasi yang diperoleh saat melakukan transaksi online. Sehingga indikator dari persepsi keamanan (*perceived security*) menurut Raman Arashu & Viswanathan (2011) antara lain:

- 1) Jaminan keamanan
- 2) Kerahasiaan data

Sedangkan Chellapa & Pavlou (2002) menyarankan bahwa beberapa indikator yang termasuk persepsi keamanan (*perceived security*) antara lain:

- 1) *Encryption*
- 2) *Protection*
- 3) *Verification*
- 4) *Authentication*

Kepuasan (*Satisfaction*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Sehingga dapat disimpulkan indikator kepuasan (*satisfaction*) menurut Hawkins & Looney (2004) adalah sebagai berikut:

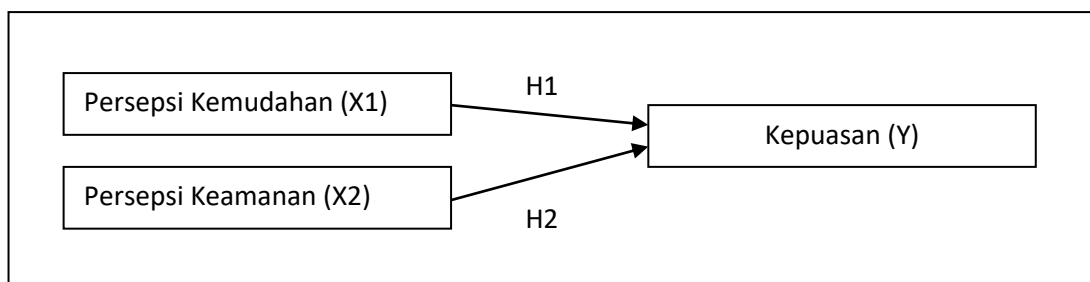
- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Merekomendasikan pada orang lain

E-Wallet

Uang elektronik adalah suatu alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Peraturan BI, 2014). Berdasarkan pengertian tersebut, *E-Wallet* termasuk dalam kategori nilai uang yang disimpan dalam suatu media server. Hal ini dikarenakan *E-Wallet* dapat digunakan melalui aplikasi digital, yang dapat juga menyimpan dana guna melakukan transaksi pembayaran.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini mengadopsi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dirdaeni (2021) yang berjudul persepsi kemudahan, *Customer Relationship Management* dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan *E-Wallet* melalui kepuasan. Namun, penelitian tersebut dimodifikasi dengan mengganti variabel *Customer Relationship Management* dan kualitas layanan menjadi persepsi kemudahan. Selain itu variabel dependennya menggunakan kepuasan (*Satisfaction*). Berikut ditampilkan kerangka teoritis dalam penelitian ini:



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁ : Diduga ada pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap kepuasan (*Satisfaction*).
- H₂ : Diduga ada pengaruh persepsi keamanan (*perceived security*) terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan

(Sugiyono, 2012:119). Sedangkan sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Adapun Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna aplikasi DANA di Kebumen. Sedangkan sampel penelitian merupakan mahasiswa Universitas Putra Bangsa (UPB) pengguna aplikasi DANA yang berjumlah sebanyak 150 responden yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan cara mengirimkan kuesioner. Survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner (Cooper dan Schindler, 2006). Seterusnya, kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tujuan memunculkan hasil yang digunakan dalam memecahkan masalah. Hasil tersebut diperoleh dengan cara mengolah data yang telah diperoleh. Adapun analisis data dalam penelitian ini akan diuji dengan metode regresi linier berganda menggunakan alat analisis SPSS statistik 25.

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk melakukan uji hubungan variabel dependen (terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (bebas). Jika variabel bebas yang digunakan lebih dari satu maka persamaan regresinya harus menggunakan persamaan regresi berganda (Ghozali, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2013). Pernyataan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai probabilitas tingkat signifikansi lebih kecil atau sama dengan 5 % ($\leq 0,05$) atau jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila:

- a) Jika r hitung $>$ dari pada r tabel atau nilai probability $< 0,05$, maka pernyataan tersebut valid.
- b) Jika r hitung $<$ dari pada r tabel atau nilai probability $> 0,05$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai r-Hitung	Nilai r-Tabel	Keterangan
X1 (PEOU)			
X1.1	0,816	0,1313	Valid
X1.2	0,764	0,1313	Valid
X1.3	0,879	0,1313	Valid
X1.4	0,843	0,1313	Valid
X2 (PS)			
X2.1	0,783	0,1313	Valid
X2.2	0,832	0,1313	Valid
X2.3	0,767	0,1313	Valid
Y (S)			
Y.1	0,791	0,1313	Valid
Y.2	0,752	0,1313	Valid
Y.3	0,742	0,1313	Valid

Y.4	0,593	0,1313	Valid
-----	-------	--------	-------

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai r-hitung setiap indikator lebih besar dibandingkan nilai r-tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti bahwa reabilitas berhubungan dengan konsistensi dan akurasi atau ketepatan. Reabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya (Sugiyono, 2012). Untuk melakukan uji reabilitas digunakan dengan pendekatan dengan rumus *cronbach alpha* yang menggunakan bantuan alat atau aplikasi IBM SPSS Statistik 25, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal dan reliabel jika memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih (Ghozali, 2013). Adapun ringkasan hasil uji reabilitas sebagaimana data dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Reliabel

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Nilai tabel	Keterangan
<i>Perceived ease of use</i>	0,837	0,6	Reliabel
<i>Perceived Security</i>	0,701	0,6	Reliabel
<i>Satisfaction</i>	0,650	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Nilai *cronbach alpha* menunjukkan nilai $\geq 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini dinyatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis

Adapun hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Hipotesis

Variabel	B	t-hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	0,775			
Persepsi kemudahan	0,364	1.033	0,000	Signifikan
Persepsi keamanan	0,279	7.338	0.000	Signifikan
F hitung		27.725		
Sig F		0,000		
R square		0,714		

Sumber : Data diolah (2023)

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 27,725 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan secara simultan mampu memprediksi kepuasan pengguna *E-Wallet*.

Koefisien Determinasi (R2)

Besar pengaruh ukuran Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan secara simultan terhadap kepuasan pada pengguna *E-Wallet* DANA ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,714. Artinya, 71,4% kepuasan pengguna *E-Wallet* dipengaruhi oleh Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan. 28,6% dipengaruhi oleh penelitian yang tidak dilakukan dipenelitian ini.

Pembahasan

Pada penelitian ini diajukan 2 hipotesis yang selanjutnya pembahasan akan dijabarkan sebagai berikut:

H₁ : Diduga ada pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

Berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 1.033 dan nilai P sebesar 0,000 dimana angka tersebut tidak signifikan karena nilai $P \geq 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

Perusahaan yang menerapkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan menyediakan kebutuhan para pelanggan dan tentunya memberikan pelayanan yang baik dapat membuat para pelanggan akan merasa puas dan loyal dalam menggunakan aplikasi DANA dalam tiap transaksi. *E-Wallet* DANA harus dapat meningkatkan persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi dengan tampilan yang lebih simpel. Perusahaan harus tetap mengevaluasi kebutuhan dan perilaku pelanggan agar selalu dapat memberikan pelayanan yang optimal dan mempertahankan loyalitas pengguna terhadap *E-Wallet* DANA.

H₂ : Diduga ada pengaruh persepsi keamanan (*perceived security*) terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

Berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 7.388 dan nilai P sebesar 0,000 dimana angka tersebut signifikan karena nilai $P \leq 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan (*perceived security*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

Keamanan dalam informasi diartikan sebagai penjagaan informasi dari seluruh ancaman yang mungkin terjadi dalam upaya untuk memastikan atau menjamin kelangsungan bisnis, meminimalisir resiko bisnis dan memaksimalkan atau mempercepat pengembalian investasi dan peluang bisnis (Sarno & Iffano, 2009). Pada dasarnya keamanan yang ada pada *E-Wallet* DANA dinilai oleh pengguna sebagai kemampuan penyedia *platform* DANA dalam menyediakan informasi yang akurat, menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna serta melindungi setiap transaksi yang dilakukan agar selalu aman dan terhindar dari tindak penipuan (Deliyana, 2022).

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*Satisfaction*).
2. Persepsi keamanan (*perceived security*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*Satisfaction*).

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat meningkatkan kemudahaan aplikasi dana untuk meningkatkan kepuasan pengguna.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang lebih luas agar dapat menggambarkan aplikasi tersebut secara keseluruhan.
3. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah variabel lain seperti kualitas layanan, *customer relation marketing*, *price*, *promotion* dan *purchase intention* atau lainnya yang relevan dengan penelitian ini.
- 4.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2013). Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta: Bandung*.
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap niat beli ulang secara online dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 204-217.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*, 15(5/6), 358–368.
- Corritore, C., Kracher, B. & Wiedenbeck, S. (2003). On-line trust: concepts, evolving themes, a model. *International Journal of Human-Computer Studies*, 58(6), 737–758.

- Cyr, D. (2008). Modeling web site design across cultures: relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72.
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., TR, S. M., & Anisah, A. (2021). PERSEPSI KEMUDAHAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN EWALLET MELALUI. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 287-303.
- Deliyana, R., Berlintina, P., & Dewi Sukmasari. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan , persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*. 2(2). 1-16.
- Fam, K. S., Foscht, T., & Collins, R. D. (2004). Trust and the online relationshipan exploratory study from New Zealand. *Tourism Management*, 25(2), 195–207.
- Ferdinand. (2014). Metodologi Penelitian Manajemen, Edisi 5, Semarang, Universitas Diponegoro Press.
- Flavian, C., & Cuinaliu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Cetakan VII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hawkins, Best, Coney, 2004, Consumer Behavior, Building Marketing StrategyvHsin, H.C., & Su,W.C 2009 “Consumer perception of interface quality, security,vand loyalty in electronic commerce”. <http://www.sciencedirect.com/>. Diaksespada tanggal 7 September 2016.
- Himawati, D. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga. Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 685-695.
- Mahardhika, A. S. (2019). Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 12-16.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 201-202.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan e-payment system pada e-wallet menggunakan kode QR berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7 (2), 63–69.
- Nguyen, T., N., Cao1, K., and Dang, P., “Predicting Consumer Intention to Use Mobile Payment Services: Empirical Evidence from Vietnam”, *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 8, No. 1, 2016.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151-170.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan,Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), PenelitianTindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1-12.
- Supranto., Limakrisna, Nandan. 2011. *PerilakuKonsumen dan Strategi. Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A., 2011, “Web Services and e-Shopping Decisions:A Study on Malaysian e-Consumer”, *IJCA Special Issue on: Wireless InformationNetworks & Business Information System*.54-60
- Wedyanantri, T. O., & SRI, R. T. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Pengalaman, Keanekaragaman Produk Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Situs E-commerce B2C Zalora* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of etrust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860.