

# IDENTIFIKASI DETERMINAN PREFERENSI PENGGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI MILENIAL DI SEMARANG

<sup>1</sup>Sri Widiyati, <sup>2</sup>Th.Tyas Listyani, <sup>3</sup>Rikawati, <sup>4</sup>Muhammad Rois

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. H. Sudarto S.H,  
Tembalang, Semarang, 50275

Email : [wiwidsoemodipoero@gmail.com](mailto:wiwidsoemodipoero@gmail.com)

## Abstract

According to Bank Indonesia, the number of electronic money providers has reached 51 providers in 2020. The public is very enthusiastic about e-money services in form of server based applications. The more e-wallet offered, the more choices for users. The user preferences in choosing an e-wallet is something that needs attention. The study aims to identify the determinants of preferences using e-wallet and determine which is the most prioritized for the millennial generation in Semarang. The sampling method is purposive sampling. The sample used is e-wallet user who are 20 years old and over. Data were collected using a questionnaire and the data were analyzed using validity, reliability and frequency distribution. The results of the study show that the determinants of preferences for using e-wallet are cost, convenience, usability, security, accessibility, government programs, promotion, publisher reputation and social aspects. Four of the nine variables namely convenience; security; usability and accessibility are the priority preferences in using e-wallet.

Key Words: *millennials, preferences, determinants, elektronik money, e-wallet*

## Abstrak

Menurut Bank Indonesia, jumlah penyelenggara uang elektronik hingga tahun 2020 telah mencapai 51 penyelenggara. Masyarakat sangat antusias terhadap layanan *e-money* berbentuk aplikasi yang berbasis server. Semakin banyak *e-wallet* yang ditawarkan maka semakin banyak pilihan bagi pengguna. Preferensi pengguna dalam memilih *e-wallet* merupakan hal yang perlu mendapat perhatian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi determinan preferensi penggunaan *e-wallet* pada generasi milenial di Semarang serta menentukan yang paling diprioritaskan. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan adalah pengguna *e-wallet* yang telah berusia 20 tahun keatas. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan data dianalisis dengan metode validitas dan reliabilitas dan distribusi frekuensi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa determinan preferensi penggunaan *e-wallet* adalah biaya; kemudahan; kemanfaatan; keamanan; aksesibilitas; program pemerintah; promosi; reputasi penerbit dan aspek sosial. Empat diantara Sembilan variabel variable yakni kemudahan, keamanan, kemanfaatan dan aksesibilitas merupakan prioritas preferensi penggunaan *e-wallet*.

Kata Kunci : *milenial, preferensi, determinan, uang elektronik, e-wallet*.

## Pendahuluan

Istilah milenial dipopulerkan oleh William Strauss dan Neil pada bukunya yang berjudul *Millennials Rising : The Next Great Generation*. Generasi ini sering kali disebut dengan generasi Y. Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi milenial sangat akrab dengan teknologi digital. Hal ini ditandai dengan mayoritas generasi milenial memiliki ponsel

pintar untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti komunikasi, transportasi, berbelanja, rekreasi, membersihkan rumah dan sebagainya.

Indonesia akan memasuki fenomena bonus demografi yang ditandai dengan meningkatnya jumlah penduduk yang produktif. Penduduk yang produktif didominasi oleh generasi milenial. Tahun 2017 terdapat 33,75 % generasi milenial dalam struktur kependudukan Indonesia ( Statistik Gender Tematik :2018). Hasil survey memperlihatkan bahwa generasi milenial memiliki pendidikan lebih tinggi dari generasi sebelumnya, lebih kompeten menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, mengikuti media sosial. Generasi milenial sering diidentikkan dengan generasi yang kreatif, memiliki ide yang cemerlang, dan memenuhi kebutuhan hidupnya melalui internet. Efek budaya digital dan internet menjadikan generasi milenial cenderung konsumtif ( PasPyoriadkk.: 2017).

E-commerce banyak bermunculan seiring dengan perkembangan internet. Hal ini memberikan konsekuensi pada beralihnya sistem pembayaran dari pembayar tunai menuju pembayaran non tunai. Pembayaran elektronik mengalami inovasi dan dikenal dengan uang elektronik atau *e-money*. Menurut Bank Indonesia, pengertian uang elektronik yaitu alat pembayaran yang berbentuk elektronik. Nilai uang yang disimpan dalam media elektronik. Penerbitan menerima uang dari pengguna dan oleh penerbit uang tersebut disimpan dalam media elektronik sebelum digunakan untuk transaksi. Pada saat transaksi maka nominal uang elektronik akan berkurang sebesar nilai yang dibelanjakan dan sesudahnya dapat dilakukan pengisian ulang atau *top up*. Uang elektronik disimpan pada media yang berupa chip atau kartu dan ada juga yang disimpan pada media server. Salah satu instrument pembayaran adalah *e-wallet*. *E-wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik, tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang dibawa oleh masyarakat saat ini. *E-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi.

Pertumbuhan transaksi non tunai tumbuh dengan pesatnya tidak lepas dari peran keberadaan penyedia layanan transaksi digital dari perbankan, operator seluler, perusahaan rintisan (startup) serta pemerintah dengan Gerakan Nasional Tunai. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, jumlah penyelenggara uang elektronik hingga tahun 2020 telah mencapai 51 penyelenggara. Masyarakat sangat antusias terhadap layanan *e-money* berbentuk aplikasi yang berbasis server. Keunggulan-

keunggulan yang dimiliki antara lain keamanan lebih terjamin dikarenakan pengguna wajib mendaftarkan diri terlebih dahulu, limit saldo pun lebih besar hingga Rp 10 juta dan segmentasi pengguna *e-wallet* lebih terjaring. Hanya konsumen yang terhubung dengan internet dapat memanfaatkannya. Sebab *e-wallet* hanya digunakan untuk bertransaksi secara daring dan ketika proses dalam keadaan hidup. Mayoritas konsumen menikmati layanan pembayaran digital ini untuk berbelanja secara daring (<https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet> ).

Penggunaan *e-wallet* berdampak positif secara makro karena mengurangi jumlah uang beredar sehingga dapat menekan angka inflasi, meningkatkan investasi dengan beragamnya *e-commerce* serta akan meningkatkan pendapatan nasional. Secara individual, penggunaan *e-wallet* mendapatkan kemudahan, kenyamanan maupun kepraktisan dalam bertransaksi. Disamping dampak positif, karena *e-wallet* merupakan aplikasi tentunya aplikasi tidak ada yang sempurna.

Persaingan di pasar digital semakin kompetitif. Para pemain semakin agresif untuk menarik pelanggan dan masing-masing kompetitor digital memberikan daya tarik masing-masing. Preferensi masyarakat terhadap pilihan *e-wallet* karena berbagai pertimbangan. Untuk mendapatkan pilihan terbaik, ada empat prinsip yang perlu diperhatikan (Nur Rianto Al Arif :2010) yaitu : Unsur pertama, kelengkapan (*completeness*), dimana individu menentukan pilihan dari dua alternatif pilihan yang ada; unsur kedua, transitivity ( *transivity* ) Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. ; unsur ketiga, kontinuitas (*continuity*) Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seseorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya; unsur keempat yaitu lebih banyak lebih baik ( *the more is the better* ) Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang

akandidapat. Beberapa hasil empiris terhadap preferensi penggunaan e-wallet memberikan hasil sebagai berikut :

Rosyidah Nur Islamiyah, Ima Amaliah, Westi Riani (2020) menyebutkan bahwa terdapat lima variable yang berperan sebagai penentu preferensi penggunaan dompet digital untuk transaksi konsumsi. Variabel tersebut meliputi kemudahan, kecepatan, kepercayaan, keamanan dan promosi. Diantara lima variable tersebut dua diantaranya yang paling dominan yaitu kepercayaan dan promosi. Variabel kepercayaan pada penggunaan dompet digital karena saldo yang dimasukkan dalam aplikasi sesuai dengan yang disetor dan setiap transaksi saldo yang digunakan selalu sesuai. Sedangkan variable promosi menjadi determinan preferensi dikarenakan pengguna tidak dibebani dengan biaya serta ada *cashback* setiap pembayaran.

Penelitian di kalangan milenial yang dilakukan oleh Nafisah Zahra (2020) memberikan bukti empiris bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang *OVO payment*. Motivasi hedonis berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan motivasi hedonis merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi niat pembelian ulang ketika konsumen merasakan kepuasan atau kesenangan saat menggunakan *OVO payment* sebagai alat pembayaran ketika berbelanja online.

Hasil empiris ini dilakukan di Malaysia dengan menggunakan *Extended Technology Acceptance Model* (TAM) dan model analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squared Structural Modelling* (PLS-SEM). Variabel yang digunakan adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use* and *privacy and security*. Hasil penelitian membuktikan bahwa semua variable yang digunakan adalah positif dan signifikan dengan preferensi penggunaan dompet digital. Diantara variable tersebut yang paling dominan adalah *perceived usefulness* (Md Wasiul Karim, dkk : 2018 ). Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu diidentifikasi determinan penggunaan *e-wallet* pada generasi milenial.

## Metodologi Penelitian

## Penentuan Besarnya Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *wallet* minimal 3 bulan di kota Semarang. Menurut Uma Sekaran (2016), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Menurut Rao Purbapenentuan jumlah sampel jika populasi tidak diketahui dapat menggunakan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \text{ di mana :}$$

n : jumlah sampel

z : tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95 % = 1,96

moe : margin of error atau kesalahan maksimal yang bisa ditolerir 10 %

Maka dari perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 pengguna *wallet* di kota Semarang.

## Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik non probability sampel artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria yang digunakan adalah responden adalah pengguna *wallet* dan berumur minimal 20 tahun.

Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

Metode pengumpulan data dengan cara dokumentasi dan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari responden terpilih. Kuesioner didesain dengan pernyataan dan atau pertanyaan terbuka dan tertutup.

## Metode Analisis Data

### Uji Reliabilitas dan Validitas .

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur atau memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Untuk mengukur jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk laten yang dikembangkan dapat digunakan pengukuran variance extract. Nilai variance extract yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator itu telah mewakili secara baik konstruk laten yang dikembangkan dan nilai V.E ini minimum 0,5

Menurut Imam Ghozali (2016), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pada SPSS alat untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha. > 0,60 maka variabel tersebut **reliabel**.

## Hasil dan Pembahasan

### Definisi Operasional Determinan Preferensi Penggunaan E-wallet :

- a. Cost (Biaya) . Cost berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan e-wallet. Biaya yang dikeluarkan merupakan preferensi pengguna terhadap e-wallet. Pengguna akan memilih e-wallet dikaitkan dengan biaya administrasi yang dibebankan.
- b. K  
Kemudahan. Kemudahan merupakan tingkatan di mana *teknologi* dapat dengan mudah digunakan. Intensitas penggunaan dan interaksi antar pengguna dengan system memperlihatkan kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan preferensi pengguna terhadap e-wallet.
- c. K  
Kemanfaatan. Adopsi teknologi berkaitan erat dengan aspek kemanfaatan bagi pengguna. Penerbit e-wallet harusgiat mengedukasi pengguna tentang kemanfaatan yang akan diperoleh dari e-wallet. Jika kemanfaatan yang akan diperoleh besar maka semakin tinggi tingkat preferensi pengguna memilih e-wallet.
- d. K  
Keamanan. Berkaitan dengan media penyimpanan uang, pengguna memiliki harapan terhadap tingkat keamanan. Semakin aman media yang digunakan pengguna akan lebih menyukai.
- e. A  
Aksesibilitas. *Accessibility* (kemampuan akses) berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan. Semakin mudah suatu informasi diakses semakin sedikit upaya yang dipergunakan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks e-wallet

aksesibilitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan system tetapi juga aksesibilitas terhadap koneksi internet. Kemudahan akses e-wallet merupakan faktor yang mendorong preferensi karena kapasitas e-wallet akan mendorong para pengguna untuk mempersepsikan teknologi lebih positif.

- f. P  
 program Pemerintah. Bank Indonesia menggiatkan pembayaran non tunai melalui e-money yang berbasis kartu maupun server. Karena program pemerintah maka pengguna yang sadar akan memilih model pembayaran yang diterapkan pemerintah.
- g. P  
 promosi. E-wallet bekerjasama dengan merchant yang kadang menawarkan berbagai promosi. Semakin banyak promosi yang menguntungkan pengguna maka pengguna akan semakin menyukai e-wallet tertentu.
- h. R  
 reputasi Penerbit. Nama besar institusi penerbit memberikan *image* positif bagi pengguna. Pengguna merasa aman dan nyaman menggunakan layanan dari institusi yang bersangkutan. Pengguna merasa bangga terhadap reputasi penerbit. Reputasi institusi semakin besar maka derajat preferensi semakin tinggi.
- i. A  
 aspek Sosial. Manusia adalah makhluk sosial. Pengaruh lingkungan terdekat seringkali menjadi dorongan seseorang untuk menggunakan alat barang. Dalam kaitan e-wallet lingkungan sosial di mana pengguna berada akan memainkan peran cukup besar. Aspek sosial menjadi bahan preferensi seseorang untuk melakukan pilihan.

**Indikator Determinan Preferensi Penggunaan E-wallet :**

No	Determinan	Indikator Empiris
1	Cost	Biaya administrasi pengisian saldo sangat terjangkau. Biaya nominal setiap transaksi.
2	Kemudahan	Proses pendaftaran e - wallet sangat mudah. Proses top up e - wallet relatif mudah. Mudah dalam mengoperasikan e - wallet
3	Kemanfaatan	Tidak perlu membawa uang secara tunai. Tidak menghitung uang kembalian. Besarnya pembayaran sesuai dengan nilai transaksi.
4	Keamanan	Ada bukti transaksi Terhindar dari uang palsu. Tidak ada resiko kehilangan uang.

5	Aksesibilitas.	Pembayarandapatdilakukankapansaja. Pembayarandapatdilakukan di mana saja. Pembayarandilakukan
6	Program Pemerintah	Mendukung program Gerakan Nasional Non Tunai  Mempercepat Less Cashless Society Peredaran uang tunaiberkurang.
7	Promosi	Cash back Ada system poin yang dapatditukardenganhadiah Frekuensipromosi yang sering.
8	ReputasiPenerbit	Penerbitadalahbank yangtelahmemenuhilegalitas Penerbitadalahlembaganon bank yang telahmemenuhilegalitas Penerbitbaik bank dan non bankmemilikireputasi sangat baik.
9	AspekSosial	Lingkungankeluargamenggunakan e-wallet. Lingkungantetanggamenggunakan e-wallet. Lingkunganteman /saudaramenggunakan e-wallet.

Uji Validitas dan ReliabilitasDeterminanPreferensiPenggunaanE-Wallet

Tabel 1

Hasil Uji ValiditasTerhadapVariabelPenentuPreferensiPenggunaan E -Wallet

Variabel : Cost ( Biaya ) (X1)					
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan	
Empiris	Hitung	Tabel			
X11	0,844	0,2565	0,000	Valid	
X12	0,822	0,2565	0,000	Valid	
X13	0,886	0,2565	0,000	Valid	
Variabel :Kemudahan (X2)					
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan	
Empiris	Hitung	Tabel			
X21	0,857	0,2565	0,000	Valid	
X22	0,915	0,2565	0,000	Valid	
X23	0,879	0,2565	0,000	Valid	
Variabel :Kemanfaatan ( X3 )					
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan	
Empiris	Hitung	Tabel			
X31	0,823	0,2565	0,000	Valid	
X32	0,880	0,2565	0,000	Valid	
X33	0,793	0,2565	0,000	Valid	
Variabel :Keamanan ( X4)					
X41	0,831	0,2565	0,000	Valid	
X42	0,808	0,2565	0,000	Valid	
X43	0,846	0,2565	0,000	Valid	
Variabel :Aksesibilitas (X5)					
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan	
Empiris	Hitung	Tabel			
X51	0,889	0,2565	0,000	Valid	
X52	0,917	0,2565	0,000	Valid	
X53	0,902	0,2565	0,000	Valid	
Variabel : Program Pemerintah ( X6 )					
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan	



Empiris	Hitung	Tabel		
X61	0,678	0,2565	0,000	Valid
X62	0,461	0,2565	0,000	Valid
X63	0,833	0,2565	0,000	Valid
Variabel :Promosi (X7)				
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X71	0,842	0,2565	0,000	Valid
X72	0,908	0,2565	0,000	Valid
X73	0,870	0,2565	0,000	Valid
Variabel :ReputasiPenerbit ( X8)				
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X81	0,857	0,2565	0,000	Valid
X82	0,880	0,2565	0,000	Valid
X83	0,881	0,2565	0,000	Valid
Variabel :AspekSosial ( X9 )				
Indikator	KoefisienKorelasi	KoefisienKorelasi	Sig	Kesimpulan
Empiris	Hitung	Tabel		
X91	0,876	0,2565	0,000	Valid
X92	0,877	0,2565	0,000	Valid
X93	0,763	0,2565	0,000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2021

Berdasarkan hasil output SPSS, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator pada setiap variabel X1 ( biaya ). X2 ( kemudahan ); X3 ( kemanfaatan ); X4 ( keamanan ); X5 ( aksesibilitas ); X6 ( program pemerintah ) ; X7 ( promosi ) ; X8 ( reputasi penerbit ) ; X9 ( aspek sosial ) menunjukkan hasil yang signifikan, dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel. Dimana r tabel,  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  dengan signifikansi 1% maka r tabel sebesar 0,2565. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2  
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Kesimpulan
1	Biaya	0,806	0,60	Reliabel
2	Kemudahan	0,859	0,60	Reliabel
3	Kemanfaatan	0,770	0,60	Reliabel
4	Keamanan	0,746	0,60	Reliabel
5	Aksesibilitas	0,887	0,60	Reliabel
6	Program Pemerintah	0,806	0,60	Reliabel
7	Promosi	0,845	0,60	Reliabel
8	Reputasi Penerbit	0,841	0,60	Reliabel
9	Aspek Sosial	0,791	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2021

Berdasarkan table 2 tampak bahwa semua variable adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alfa lebih kriteria yakni di atas 0,60.

Variabel Preferensi Pengguna terhadap E-wallet

Tabel 3  
Variabel Preferensi Pengguna terhadap E-wallet

No	Variabel	Frekuensi
1	Biaya	58 %
2	Kemudahan	98 %
3	Kemanfaatan	94 %
4	Keamanan	95 %
5	Aksesibilitas	92 %
6	Program Pemerintah	61 %
7	Promosi	75 %
8	Reputasi Penerbit	53 %
9	Aspek Sosial	70 %

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2021

Dari table di atas tampak ada beberapa variable dominan yang menjadi preferensi pengguna e-wallet yaitu kemudahan, keamanan, kemanfaatan serta aksesibilitas. Variabel tersebut dipilih lebih dari 90 % responden.

### Simpulan

Berdasarkan paparan sebelumnya dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid .
2. Uji reliabilitas memperlihatkan bahwa variable yang diidentifikasi sebagai penentu preferensi pengguna e-wallet adalah reliable. Hal ini karena nilai Cronbach's Alfa melebihi ketentuannya yaitu 0,6.
3. Beberapa variable dominan yang menjadi preferensi pengguna e-wallet yaitu kemudahan, keamanan, kemanfaatan serta aksesibilitas. Variabel tersebut dipilih lebih dari 90 % responden.

Saran .

Untuk meningkatkan penggunaan e-wallet dengan cara memperluas jaringan layanan internet pada semua wilayah di Indonesia dan operator harus mempertahankan pengguna yang loyal dan menjangkau pengguna baru dengan memperhatikan faktor-faktor yang menjadi preferensi pengguna yakni kemudahan, keamanan, kemanfaatan serta aksesibilitas dan juga memperluas kerjasamanya dengan merchant.

Penerbit( operator e-wallet )  
harusseringberkomunikasidenganpenggunauntukmemperolehmasuksepertipengembanganfi  
tur-fitur e wallet sehinggapenggunamemperolehmanfaat yang lebihdari e wallet yang lain.

### Daftar Pustaka

- Arief, Nur Rianto Al. 2010. TeoriMikroekonomi. Jakarta .Kencana.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8).  
Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islamiyah, Rosyidah Nur, Ima Amaliah, WestiRiani. 2020. Preferensi Masyarakat Indonesia  
dalamMelakukanTransaksiKonsumsidengan*E-wallet* dan Tunai.  
Prosiding IlmuEkonomi. Prodi IlmuEkonomi, FakultasEkonomi dan BisnisUniversitas  
Islam Bandung, Volume 6, No. 1.
- Karim, Md Wasiul Karim, Haque,Ahasanul, Ulfy,Mohammad Arije, Hossain,Md  
Alamgir,Anis,Md.Zohurul.2020. Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment  
Method among Malaysian Young Adults.*Journal of International Business and  
Management* 3(2),pp. 01-12.
- Pyoria,Pas, Satu Ojola, Saarti,Tiinaa, Jarvinen,KatriMaria.The Millennial Generation: A  
New Breed of  
Labor.<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244017697158>. Diakses 29  
Pebruari 2020.
- Ridhoi, Muhammad Ahsan.2020. Mana yang Paling Favorit, E-Money atau E-Wallet?  
Diaksesdari[https://katadata.co.id/muhammadrighoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-  
-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet](https://katadata.co.id/muhammadrighoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet)tanggal 13 Maret 2021.
- Sekaran,Uma.2016. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*.Edisi 6  
jilid1.SalembaEmpat.Jakarta
- Zahra,Nafisah. 2018.Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada  
PengaruhPromosiPenjualanTerhadapNiatPenggunaanUlangLayananDompelElektroni  
k Di KalanganMilenial. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 8 Nomor 4.