

**Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik
(Studi Kasus Di Gopay Pada Mahasiswa S1 dan D3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)**

Andri Jaya¹, Suharto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro

ABSTRAK

Penelitian difokuskan pada: Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. Perumusan masalah adalah adakah Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui adanya pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik gopay pada Mahasiswa FEB UM Metro. Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif, dengan populasi semua mahasiswa FEB yang masih aktif yang berjumlah 1174 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan sampel berdasarkan rumus slovin sehingga dalam penelitian adalah 92 responden. Hasil dari penelitian ini disimpulkan berdasarkan perhitungan uji regresi linier berganda bahwa variable Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay, variabel Promosi (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. Dan Berdasarkan uji f variabel Kemudahan Penggunaan dan Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay. Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat, artinya apabila variabel bebas mengalami peningkatan maka variabel terikat juga mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Promosi, dan Keputusan Menggunakan

ABSTRAK

This research is focused on: ease of use and promotion to decision to use electronic money, the goal want to advised by reseacher is to know do ease of use and promotion have any effect to decision to use electronic money Gopay in colege student of FEB Muhamadiyah university Metro. The method used is descriptive quantitative, with a population of FEB students are still active , with totalling 1174 students. The sampling technique uses purposive sampling and the sample is based on the Slovin formula so, there are 92 respondents in this research. The results obtained from ease of use, and promotion on decision to use se electronic money Gopay: case studies on FEB UM Metro students are based on the calculation of multiple linear regression tests that the variable ease of use (X1) is positive and significant effect on decision to use electronic money Gopay, promotion variable (X2) is not positive and significant effect on decision to use electronic money Gopay,.Based on the f test (Simultaneous) of ease of use, and promotion variable, simultaneously have a significant influence on decision to use electronic money Gopay There is a positive and significant relationship between the independent variable and the dependent variable. It means that if the independent variable increases, the dependent variable also increases.

Keywords: Ease Of Use, Promotion and decision to use

I. Pendahuluan

Semakin majunya jaman maka kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan lebih mudah dan gampang, jika dulu kita melakukan pembayaran dengan cara barter kemudian berkembang dengan cara menggunakan uang maka sekarang kita memasuki jaman baru dimana pembayaran dapat dilakukan dengan cara tanpa menggunakan uang cash, yaitu dengan cara menggunakan uang elektronik.

Aplikasi Pengguna Gojek sendiri sudah ada sejak Mei 2018 hingga sekarang akan tetapi pada kenyataannya dari 310 mahasiswa Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Metro angkatan 2017. Yang menggunakan aplikasi Gojek hanya 141 mahasiswa, dan yang menggunakan aplikasi Gopay hanya 50 mahasiswa. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi mengapa jumlah penggunaan aplikasi Gojek di Fakultas Ekonomi UM Metro berjalan sangat lambat. Faktor tersebut antara lain, pertama *brand image* mahasiswa terhadap penggunaan Gopay belum dioptimalkan, dilihat masih sangat rendahnya bahkan terkadang hanya dipusatkan pada beberapa kota tertentu. Selain itu pelaksanaannya terkadang hanya merupakan formalitas dan tidak berkesinambungan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus Di Gopay Pada Mahasiswa S1 dan D3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Metro)”

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan

II. Kajian Teoritik

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

2. Pengertian kemudahan penggunaan

kemudahan penggunaan adalah suatu ketika seseorang menyakini bahwa suatu hal mudah untuk dioperasikan.

3. Pengertian promosi

Promosi adalah suatu upaya dari produsen untuk menarik minat konsumen.

4. Pengertian keputusan penggunaan

adalah tindakan yang diambil setelah pengguna memutuskan menggunakan sesuatu.

III. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Definisi operasional dari variabel–variabel penelitian digunakan mambatasi ruang lingkup atau pengertian variabel–variabel yang diteliti, terdiri dari variabel *independent* dan *dependent*.

Variabel *independent* terdiri dari variabel: kemudahan penggunaan (X1), dan promosi (X2) sedangkan variabel *dependent* adalah keputusan menggunakan (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa FEB UM Metro. Metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis dalam bentuk hubungan antar variabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner. Setiap pertanyaan dalam kuesioner diberikan diukur dengan skala likert. Analisis yang di gunakan adalah analisi kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumen dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang di ajukan kepada sample dan dihitung.

IV. Hasil dan Pembahasan

A. Uji Validitas

1. Kemudahan penggunaan (X1)

Adapun nilai r_{tabel} pada taraf signifikan α 5% (0,05) adalah sebesar 0,2028 dan hasil dari pengujian validitas variabel X1 adalah sebagai berikut:

TABULASI DATA X1			
No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item1	0,435	0,2028	VALID
Item2	0,548	0,2028	VALID
Item3	0,299	0,2028	VALID
Item4	0,431	0,2028	VALID
Item5	0,556	0,2028	VALID
Item6	0,249	0,2028	VALID
Item7	0,458	0,2028	VALID
Item8	0,415	0,2028	VALID
Item9	0,577	0,2028	VALID
Item10	0,291	0,2028	VALID
Item11	0,661	0,2028	VALID
Item12	0,469	0,2028	VALID
Item13	0,337	0,2028	VALID
Item14	0,424	0,2028	VALID

Item15	0,541	0,2028	VALID
Item16	0,361	0,2028	VALID
Item17	0,308	0,2028	VALID
Item18	0,332	0,2028	VALID
Item19	0,661	0,2028	VALID
Item20	0,458	0,2028	VALID

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan item soal dengan hasil hitung $>$ rtabel (0,2050), sehingga keseluruhan soal dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Promosi (X2)

Adapun nilai rtabel pada taraf signifikan α 5% (0,05) adalah sebesar 0,2028 dan hasil dari pengujian validitas variabel X1 adalah sebagai berikut:

TABULASI DATA X2			
No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item1	0,110	0,2028	TIDAK VALID
Item2	0,220	0,2028	VALID
Item3	0,135	0,2028	TIDAK VALID
Item4	0,179	0,2028	TIDAK VALID
Item5	0,343	0,2028	VALID
Item6	0,351	0,2028	VALID
Item7	0,300	0,2028	VALID
Item8	0,223	0,2028	VALID
Item9	0,283	0,2028	VALID
Item10	0,431	0,2028	VALID
Item11	0,293	0,2028	VALID
Item12	0,201	0,2028	TIDAK VALID
Item13	0,438	0,2028	VALID
Item14	0,435	0,2028	VALID
Item15	0,489	0,2028	VALID
Item16	0,211	0,2028	VALID
Item17	0,268	0,2028	VALID
Item18	0,232	0,2028	VALID
Item19	-0,028	0,2028	TIDAK VALID
Item20	0,025	0,2028	TIDAK VALID

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa semua item kecuali item nomer 1,3,4,12,19, dan 20 menunjukan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2050), sehingga semua item kecuali item nomer 1,3,4,12,19, dan 20 dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.Keputusan Menggunakan (Y)

Adapun nilai r_{tabel} pada taraf signifikan α 5% (0,05) adalah sebesar 0,2028 dan hasil dari pengujian validitas variabel X1 adalah sebagai berikut:

TABULASI DATA Y			
No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item1	0,509	0,2028	VALID
Item2	0,472	0,2028	VALID
Item3	0,409	0,2028	VALID
Item4	0,449	0,2028	VALID
Item5	0,533	0,2028	VALID
Item6	0,513	0,2028	VALID
Item7	0,561	0,2028	VALID
Item8	0,460	0,2028	VALID
Item9	0,491	0,2028	VALID
Item10	0,448	0,2028	VALID
Item11	0,332	0,2028	VALID
Item12	0,387	0,2028	VALID
Item13	0,387	0,2028	VALID
Item14	0,319	0,2028	VALID
Item15	0,164	0,2028	TIDAK VALID
Item16	0,258	0,2028	VALID
Item17	0,045	0,2028	TIDAK VALID
Item18	0,227	0,2028	VALID
Item19	0,271	0,2028	VALID

Item20	0,249	0,2028	VALID
--------	-------	--------	-------

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan item kecuali item nomor 15, dan 17 soal dengan hasil hitung > rtabel (0,2028), sehingga keseluruhan kecuali item nomor 15, dan 17 dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

B. Uji reliabilitas

1. Uji reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	20

2. Uji reliabilitas Promosi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,562	20

3. Uji reliabilitas Keputusan menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,745	20

C. Uji Normalitas

Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data empiris (data penelitian) dengan data teoritis (data distribusi normal) dan kategorinya merupakan jenis uji kesesuaian (*goodness of fit*). Salah satu pendekatan uji kesesuaian untuk menguji kenormalan data adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Variabel	Nilai α	Nilai Sig	Interpretasi
X1	0,05	0,200	Normal
X2	0,05	0,070	Normal
Y	0,05	0,200	Normal

D. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk menghitung bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogen. Adapun hasil uji homogenitas adalah sebagai berikut:

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
kemudahan	1,437	19	64	,142
promosi	1,399	19	64	,160

E. Uji Linearitas

1. Uji Linearitas X1 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * KEMUDAHAN	Between Groups	(Combined)	1958,732	33	59,356	1,352	,156
		Linearity	671,610	1	671,610	15,293	,000
		Deviation from Linearity	1287,122	32	40,223	,916	,598
	Within Groups		2547,181	58	43,917		
	Total		4505,913	91			

Berdasarkan tabel 5 dari hasil uji linier diatas, diperoleh nilai signifikan $0,598 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kemudahan penggunaan (X_1) dengan variabel keputusan menggunakan (Y). Diketahui nilai F_{hitung} 0,916 dan di peroleh nilai F_{tabel} pada pembilang 32 dan penyebut 58 sebesar 1,642 Karena F_{hitung} lebih kecil F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kemudahan penggunaan (X_1) terhadap variabel keputusan menggunakan (Y).

2. Uji Linearitas X2 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN * PROMOSI	Between Groups	(Combined)	355,354	12	29,613	,564	,865
		Linearity	154,775	1	154,775	2,946	,090
		Deviation from Linearity	200,579	11	18,234	,347	,972
	Within Groups		4150,559	79	52,539		
	Total		4505,913	91			

Berdasarkan tabel 6 dari hasil uji linier diatas, diperoleh nilai signifikan $0,972 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel promosi (X_2) dengan variabel keputusan menggunakan (Y). Diketahui nilai F_{hitung} 0,347 dan di

peroleh nilai F_{tabel} pada pembilang 11 dan penyebut 79 sebesar 1,912 Karena F_{hitung} lebih kecil F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel promosi (X_2) terhadap variabel keputusan menggunakan (Y).

F. Pembahasan

1. Pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) terhadap keputusan menggunakan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *independent* kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* keputusan menggunakan gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan secara parsial variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro, Hal ini didukung dengan peneliti Estu Mahanani Dan Bida Sari (2018) berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan.

2. Pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan menggunakan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *independent* promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* keputusan menggunakan gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro, Hal ini didukung dengan peneliti Laidi Subardi (2017) berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi secara parsial tidak berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan.

3. Pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) dan promosi (X_2) terhadap keputusan menggunakan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan gopay pada kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro, Hal ini didukung dengan peneliti Dien Ilham Genady (2018) berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan bahwa kemudahan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan.

V. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat persamaan regresi sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Gopay, Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan yang meliputi mudah untuk dipelajari, mudah dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, Tidak dibutuhkan banyak usaha, dan Fleksibel,

berdampak positif terhadap keputusan penggunaan Gopay pada Mahasiswa FEB UM Metro.

2. Promosi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Gopay, Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang meliputi *Advertising* (periklanan), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Public relations* (hubungan masyarakat), *Direct marketing* (penjualan langsung) tidak berdampak positif terhadap keputusan penggunaan Gopay pada Mahasiswa FEB UM Metro.
3. Kemudahan penggunaan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Gopay, Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan dan promosi secara bersama-sama berdampak positif terhadap keputusan penggunaan Gopay pada Mahasiswa FEB UM Metro.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Saran untuk Perusahaan PT. Gojek Indonesia agar lebih meningkatkan aspek kemudahan penggunaan atau mempermudah cara pengoprasian Gopay itu sendiri, dengan demikian jika hal tersebut dilaksanakan maka akan meningkatkan faktor pengambilan keputusan untuk menggunakan gopay..
2. Diketahui pada variabel promosi tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan Gopay, maka saran dari penulis untuk meningkatkan keputusan untuk menggunakan Gopay adalah dengan meneliti aspek lain selain promosi yang tidak disebutkan dalam skripsi ini.
3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan dan variabel promosi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan, tetapi jika melihat uji R^2 yang hanya 21% maka saran dari penulis adalah mencari variabel lain yang lebih signifikan dibandingkan variabel yang disebutkan dalam skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya Gilang Rizky. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking Studi Pada Nasabah Bank BCA*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.
- Atanasius Hardian P. 2015. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Dien Ilham Gunandy. 2018. *Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dwimastia Harlan. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di*

Kota Yogyakarta. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Estu Mahanani, dan Bida Sari. 2018. *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth Dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa/I FEB UPI-Y.A.I.* Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Persada Indonesia.

Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro. Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".

Goodwin, Lin & Clare Kosnik. 2013. Quality teacher educators = quality teachers? Conceptualizing essential domains of knowledge for those who teach teachers, Teacher Development: An international journal of teachers' professional development, 17:3, 334-346.

Hasan, A. 2009. *Marketing*. MedPress (Anggota IKAPI). Edisi Pertama. Yogyakarta.

Kotler, P., dan Armstrong G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13rd. Erlangga. Jakarta. Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Marshell Rondonuwu. 2017. *Tingkat Pendidikan, Motivasi Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Solut*. Skripsi tidak diterbitkan. Sulawesi Utara: Universitas Sam Ratulangi

Pambudi Ahmad, Bambang Setiyo. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* Studi pada Program Layanan *I-Banking* BRI. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).

Peter, J. Paul, dan Jerry, C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen*. 2nd ed. Erlangga. Jakarta. Rineka Cipta. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Subardi, L, 2018. Pengaruh promosi dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan digital di bank sumsel babel cabang prabumulih. Tesis tidak diterbitkan. Palembang: Program Studi Magister Manajemen Indo Global Mandiri University Palembang

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*,

Supranto, J. 1998. *Teknik Pengambilan Keputusan*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Suzanti, Amalia, Rachma Hidayati dan Erlinda Muslim. 2015. Perancangan Roadmap Produk dan Teknologi pada Uang Elektronik Chip-Based di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(1)

Umar, H. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali. Jakarta.