

Persepsi Risiko dan Pengetahuan terhadap Minat dalam Penggunaan Layanan Online-Only Bank (Bank Digital tanpa *Offline Store*)

Najma Nur Maulida^a, Rahmawati Khoiriyah^b,

^{a,b} (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia)

Corresponding email: njmalida08@gmail.com

Article information	ABSTRAK
Publication Date : June, 30 th 2024	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi risiko keamanan, persepsi risiko keuangan, dan pengetahuan terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah tanpa kantor fisik (online-only bank). Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta. Metode pengambilan data dengan menggunakan kuesioner dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko keamanan dan persepsi risiko keuangan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan perbankan digital, sedangkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan perbankan digital.
Kata kunci: Persepsi Risiko, Pengetahuan, Minat Penggunaan, Bank Digital	
	ABSTRACT
Keywords: Risk Perception, Knowledge, interest in using Digital Bank	This research aims to determine the influence of perceived security risk, perceived financial risk, and knowledge on interest in using Sharia banking services without a physical office (online-only bank). The respondents in this research were 100 students at the State Islamic University (UIN) Raden Mas Said Surakarta. The data collection method uses a questionnaire with data processing using SPSS version 23.0. The research results show that perceived security and financial risks do not affect interest in using digital banking services. At the same time, knowledge positively and significantly affects interest in using digital banking services.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat di era revolusi 4.0 telah merubah aspek kehidupan yang ada, mulai dari perubahan pola hidup dari fisik menjadi virtual hingga perubahan transaksi dalam kegiatan perekonomian di masyarakat akibat terjadinya Pandemi Covid-19 yang mempercepat transformasi digital di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa segala aspek kehidupan seperti berkomunikasi, belanja, transportasi, transaksi, pariwisata, konsultasi kesehatan dapat diakses dengan layanan digital. Perubahan gaya hidup manusia yang lebih dekat dengan fasilitas pelayanan berbasis digital menjadi salah satu peluang bagi pelaku bisnis di berbagai sektor untuk melakukan inovasi di bidang digital (Noor & Ramadhani, 2023).

Sektor keuangan di Indonesia menjadi salah satu sektor yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi saat ini. Hal ini dikarenakan adanya perubahan sistem transaksi masyarakat dari tunai ke non-tunai. Sektor keuangan salah satunya perbankan telah membuat berbagai inovasi dalam memanfaatkan teknologi dan perubahan pola hidup masyarakat yaitu dengan adanya bank digital. Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum, OJK mendefinisikan bank digital sebagai Bank Berbadan Hukum Indonesia (Bank BHI) yang memberikan dan mengoperasikan kegiatan usaha yang memberikan pengalaman penggunaan melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain Kantor Pusat (KP) atau kantor terbatas.

Layanan perbankan digital menyediakan seluruh layanan secara digital dan tanpa kehadiran fisik kantor cabang. Inovasi bank digital sangat dapat mempermudah nasabah, karena nasabah dapat membuka rekening sepenuhnya secara online tanpa perlu datang ke kantor fisik serta semua transaksi keuangan baik transfer, pembayaran tagihan dan deposito dapat dilakukan

melalui platform digital. Di Indonesia sendiri *online-only bank* atau bank tanpa kantor fisik belum banyak. Bank Digital yang terdaftar di OJK hanya 10 bank antara lain Bank Digital Aladin Syariah, Bank Jago/Bank Jago Syariah, Digibank by DBS, Seabank, Bank Neo Commerce, Line Bank, TMRW UOB, PermataME, Allobank, dan Blu by BCA. Di antara sepuluh bank digital hanya terdapat dua bank yang merupakan bank digital syariah yaitu Bank Digital Aladin Syariah dan Bank Jago Syariah. Layanan perbankan digital syariah ini menjadi inovasi untuk meningkatkan daya saing perbankan syariah dengan perbankan konvensional.

Fenomena maraknya bank digital di Indonesia bersumber dari proses digitalisasi industri keuangan, khususnya pada layanan perbankan. Selain itu, pola hidup masyarakat yang berubah dan mulai terbiasa memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk yang berkaitan dengan layanan keuangan (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), Gen-Z merupakan populasi paling banyak di Indonesia dengan jumlah 27.94 persen dan kaum milenial dengan jumlah 25,87 persen yang artinya lebih dari separuh penduduk di dominasi oleh Gen-Z dan Millenial.

Bank digital menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi dan dapat menerima informasi tanpa menghubungi petugas bank melainkan melalui panduan program komputer yang terjamin keamanan dan kenyamanannya sehingga bank digital mendapatkan respon positif dari masyarakat. Meskipun layanan perbankan digital menawarkan kemudahan bagi nasabah, namun banyak pula nasabah yang masih meragukan layanan perbankan digital. Risiko keuangan dan keamanan menjadi faktor yang paling penting dalam minat penggunaan layanan perbankan digital. Risiko kehilangan uang, kegagalan login, kehilangan akses hingga adanya ancaman cyber yang tentu sangat berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan layanan perbankan digital terutama bank digital syariah. Selain itu persepsi risiko, pengetahuan dan pemahaman mengenai layanan perbankan digital juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan bank digital terutama bank digital syariah. Suatu penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money. Namun, literasi keuangan masyarakat Indonesia relatif masih rendah, sehingga hal itu menjadi tantangan dalam pengembangan transaksi uang elektronik (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai "Persepsi Risiko dan Pengetahuan terhadap Minat dalam Penggunaan Layanan Online-Only Bank (Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)".

Kajian Teori

Minat Penggunaan

Minat adalah ketertarikan terhadap sesuatu untuk mencoba produk maupun jasa dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian berawal dari sesuatu timbul terhadap rangsangan yang dilihatnya sehingga seseorang ingin melakukan pembelian tersebut (Nurul Haqiqi et al., 2020). Minat menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk melakukan suatu hal. Seseorang akan melakukan sesuatu apabila minat atau ketertarikan dalam dirinya muncul.

Persepsi Risiko

Persepsi merupakan suatu hasil dari pengolahan pesan sehingga menimbulkan kesan, yang mana pesan tersebut diterima seluruh panca indera dan melalui proses pengolahan berupa analisa, interpretasi dan evaluasi (Gani et al., 2021). Risiko adalah suatu nilai dipertaruhkan karena hasil yang tidak pasti. Ketidakpastian situasi menciptakan kondisi dimana hasil belum pasti sesuai dengan keinginan atau harapan sehingga menimbulkan peluang. Persepsi risiko bisa disimpulkan sebagai potensi terjadinya kerugian atau konsekuensi negatif terhadap upaya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan oleh konsumen dalam transaksi pembelian atau pengonsumsi suatu produk atau jasa, dimana persepsi mendorong sikap terhadap risiko yang menentukan kualitas pengambilan keputusan yang dibuat di bawah situasi yang tidak pasti (Rizkitasari & Nugroho, 2013).

Persepsi risiko sangat erat kaitannya dengan minat menggunakan layanan perbankan digital tanpa kantor fisik terutama bank digital syariah dikarenakan dalam melakukan transaksi keuangan secara *online* pastinya ada beberapa risiko yang mungkin terjadi, seperti risiko keuangan dan risiko keamanan. Tingkat risiko yang dirasakan seseorang dan toleransi mereka sendiri untuk pengambilan risiko merupakan faktor yang mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Rahmatika & Fajar, 2019). Dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aji et al., (2020) dan Atmaja & Widoatmodjo, (2021) variabel persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

H_{01} : Persepsi Risiko Keamanan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);

H_1 : Persepsi Risiko Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);

H_{02} : Persepsi Risiko Keuangan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);

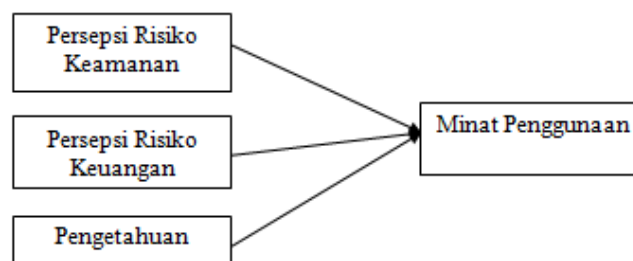
H_2 : Persepsi Risiko Keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);

Pengetahuan

Pengetahuan dapat diartikan sebagai hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami obyek yang dihadapinya. Pengetahuan dapat berwujud barangbarang fisik yang pemahamannya dilakukan dengan cara persepsi, baik melalui panca indera maupun akal (Nurdin & Yusuf, 2020). Minat berasal dari perpaduan internal dan eksternal. Minat akan timbul dan berkembang setelah individu tersebut mendapatkan informasi, pengetahuan dan pengalaman dari suatu objek tersebut (Kurniawan, 2020). Para ahli juga umumnya sepakat bahwa pengetahuan keuangan secara langsung berpengaruh terhadap perilaku keuangan yang menguntungkan diri sendiri, dimana pengetahuan tentang keuangan dapat mempengaruhi minat individu (Mulyaningtyas et al., 2020).

H_{03} : Pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);

H_3 : Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan perbankan tanpa offline store (online-only bank);



Grafik 1.1
Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Adapun subjek dari penelitian adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui proses pengambilan data melalui kuisisioner online. Kuesioner terstruktur dirancang untuk mengukur persepsi risiko, tingkat pengetahuan, dan minat mahasiswa terhadap layanan online-only bank. Sampel yang diambil sebanyak 100 sampel mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta berusia minimal 17 tahun. Sistem pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Skala likert sendiri merupakan “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”(Sugiyono, 2012). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini skala 1-5.

Objek Penelitian Minat Penggunaan sebagai variabel dependen, Persepsi Risiko, Pengetahuan sebagai variabel independen. Data diolah dengan menggunakan SPSS versi 23. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji realibitas, uji normalitas dan uji hipotesis. Adapun uji realibitas dengan sampel 100 dimana r hitung > 0.196 dan dengan melihat nilai *Cornbach Alpha* > 0.6

Hasil dan Pembahasan Gambaran Umum Responden

Tabel 1
Deskripsi Responden

Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	
Laki-laki	29 responden
Perempuan	71 responden
Fakultas	
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	73 responden
Fakultas Adab dan Bahasa	9 responden
Fakultas Ilmu Tarbiyah	7 responden
Fakultas Ushuluddin	7 responden
Fakultas Syariah	4 responden
Total	100 responden

Sumber : data diolah 2023

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dan menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	R-tabel	Uji Validitas	Chronbach Alpha	Uji Realibitas
Persepsi Risiko				
Keamanan	0.723	Valid	0.821	Reliabel
X1.1	0.694	Valid		
X1.2	0.836	Valid		
X1.3	0.777	Valid		
X1.4	0.796	Valid		

X1.5					
Persepsi Risiko Keuangan					
X2.1	0.813	Valid			
X2.2	0.749	Valid	0.828		Reliabel
X2.3	0.747	Valid			
X2.4	0.801	Valid			
X2.5	0.741	Valid			
Pengetahuan					
X3.1	0.582	Valid			
X3.2	0.812	Valid			
X3.3	0.848	Valid	0.848		Reliabel
X3.4	0.887	Valid			
X3.5	0.797	Valid			
Minat Penggunaan					
Y.1	0.858	Valid			
Y.2	0.861	Valid	0.920		Reliabel
Y.3	0.882	Valid			
Y.4	0.891	Valid			
Y.5	0.860	Valid			

Sumber : data diolah 2023

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa semua pertanyaan pada kuisioner valid. Dalam hal ini dapat dibuktikan dengan semua nilai r hitung dari variabel dependen hingga independen lebih besar daripada nilai r table (0.196). Semua variabel yang digunakan adalah reliabel, dimana masing-masing variabel mempunyai nilai Chronbach Alpha lebih dari 0,06 yang berarti alat ukur ini mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya.

2. Uji Normalitas

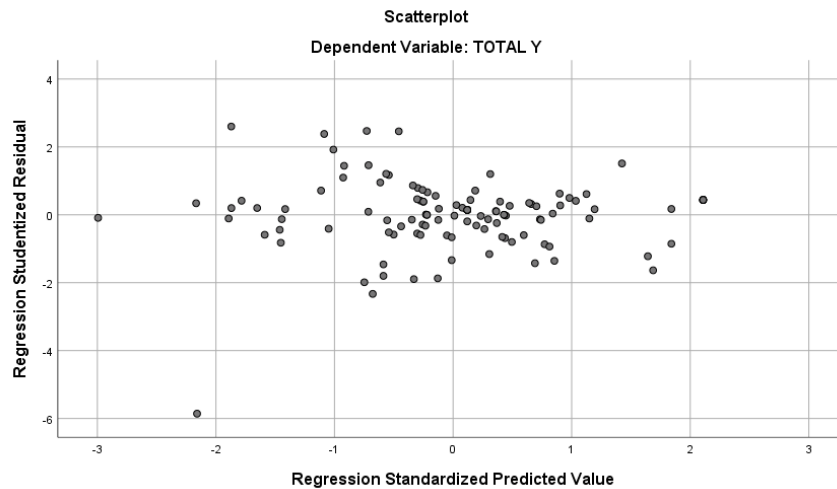
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal	Mean		.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		3.68759572
Most Extreme	Absolute		.099
Differences	Positive		.058
	Negative		-.099
Test Statistic			.099
Asymp. Sig. (2-tailed)			.017 ^c

Sumber : data diolah 2023

Dari data di atas Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan nilai 0.017 yang mana data tersebut terdistribusi normal dikarenakan signifikansi $> 5\%$ (0,05).

3. Uji Heterokedastisitas



Mengacu pada grafik di atas, diketahui bahwasanya titik menyebar secara merata di atas dan bawah angka 0 Sumbu Y. Dengan demikian dapat dipahami bahwasanya tidak terdapat unsur heterokedastisitas pada data.

4. Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.409	2.443
.435	2.296
.327	3.059

Dalam kolom collinearity statistics menunjukkan hasil tolerance diatas 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, yang artinya data diatas bebas dari masalah multikolinearitas.

5. Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.484	1.947		3.330	.001
	Persepsi Risiko Keamanan	.086	.161	.072	.534	.594
	Persepsi Risiko Keuangan	-.272	.170	-.208	-1.600	.113
	Pengetahuan	.837	.123	.691	6.819	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t untuk memastikan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap nilai variabel terikat dengan nilai signifikansi pada 0,05.

Hipotesis		Sig.	Hasil
H1	Terdapat pengaruh positif antara persepsi risiko keamanan dengan minat penggunaan layanan bank tanpa <i>offline store</i>	0.594	Ditolak
H2	Terdapat pengaruh positif antara persepsi risiko keuangan dengan minat penggunaan layanan bank tanpa <i>offline store</i>	0.113	Ditolak
H3	Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan dengan minat penggunaan layanan bank tanpa <i>offline store</i>	0.000	Diterima

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a. Pengaruh persepsi risiko keamanan terhadap minat penggunaan layanan bank tanpa *offline store*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai t hitung variabel persepsi risiko keamanan sebesar $0.534 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,66088 \text{ (df=96)}$. Selain itu, nilai signifikansi t bernilai $0,594 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan digital (bank tanpa *offline store*). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ullah & Cahyono, (2014).

b. Pengaruh persepsi risiko keuangan terhadap minat penggunaan layanan bank tanpa *offline store*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai t hitung variabel persepsi risiko keamanan sebesar $1,600 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,66088 \text{ (df=96)}$. Selain itu, nilai signifikansi t bernilai $0,113 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan digital (bank tanpa *offline store*). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ullah & Cahyono, (2014).

c. Pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan layanan bank tanpa *offline store*

Berdasarkan table di atas, diketahui nilai t hitung variabel pengetahuan sebesar $6.819 > \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,66088 \text{ (df=96)}$. Selain itu, nilai signifikansi t bernilai $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan digital (bank tanpa *offline store*). Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Harga et al., (2018) dan (Arifiyanto & Kholidah, 2021)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data, minat dalam penggunaan layanan perbankan digital syariah tanpa kantor fisik (online-only bank) tidak ditentukan oleh persepsi risiko keamanan dan persepsi risiko keuangan. Adapun minat penggunaan dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh calon nasabah. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi hal yang wajib diikuti oleh Generasi Millenial dan Generasi Z terutama mahasiswa. Meningkatnya tingkat keamanan dalam layanan perbankan digital syariah dikarenakan beberapa kasus terdahulu dan perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat risiko yang dihadapi nasabah tidak sebesar tahun lalu. Pengetahuan mengenai layanan perbankan digital syariah juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan perbankan tanpa kantor

fisik. Layanan perbankan digital yang muncul sebagai dampak dari perubahan pola hidup masyarakat dari fisik ke virtual harus bisa membuat inovasi untuk dapat meningkatkan minat penggunaan layanan bank digital terutama layanan digital bank syariah.

Daftar Rujukan

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>
- Atmaja, D. W., & Widoatmodjo, S. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 641. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13136>
- Gani, N. A., Utama, R. E., Jaharuddin, & Andry, P. (2021). *Perilaku Organisasi Pdf* (Issue May). <https://www.researchgate.net/publication/351880570>
- Harga, P. P., Produk, P., Suarjana, I. K., Wayan, N., & Suprapti, S. (2018).
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Kemudahan, P. P., Kegunaan, P., & Nilai, P. (n.d.). *3207-6258-1-Sm*.
- Kurniawan, D. (2020). Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo. *Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(04), 18–28.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>
- Noor, S., & Ramadhani, R. P. (2023). UTILIZING SHARIA BANK DIGITAL AND FINTECH SERVICES AS A TOOL FOR DEVELOPING MSMEs. *Abdimas Galuh*, 2(2), 99–108.
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 116–122. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p116-122>
- Nurdin, N., & Yusuf, K. (2020). Knowledge management lifecycle in Islamic bank: The case of syariah banks in Indonesia. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 11(1), 59–80. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>

Rizkitasari, F., & Nugroho, D. A. (2013). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Koreabuy.Com). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 17.

Sugiyono. (2012). Buku Metode Penelitian Sugiyono. In *Data Kualitatif* (p. 12).

Ullah, I. A. D., & Cahyono, Y. T. (2014). *Analisis Kepercayaan Konsumen Dan Risiko E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Elektronik (Survei Pada Komunitas Kaskus Regional Solo)*.

http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/30328%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/30328/12/02_NA_SKAH_PUBLIKASI.pdf