

**LAPORAN HASIL PENELITIAN**

**Investigasi Determinan Niat Pengguna e-Money berbasis TAM**



**Diajukan oleh:**

Ketua Tim Peneliti:

**Dekar Urumsah, M.Com.(IS),Ph.D.,CFrA.**

Anggota Tim Peneliti:

**Siti Lathifah Nurhaliza**

**PUSAT PENGEMBANGAN AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Bahwa Laporan Penelitian yang berjudul:

**Investigasi Determinan Niat Pengguna e-Money berbasis TAM**

Dinyatakan disetujui dan memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh Pusat Pengembangan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 31 Agustus 2021

Menyetujui,  
Direktur PPA

Ketua Tim Peneliti



Hendi Yogi Prabowo, MForAccy, Ph.D.  
CFrA, CAMS.



Dekar Urumsah, M.Com. (IS), Ph.D., C.Fr.A

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr., Wb.

Dengan memanjatkan Puji syukur yang sebesar-besarnya kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan Hidanya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul:

### **Investigasi Determinan Niat Pengguna e-Money berbasis TAM**

Dalam melakukan penelitian ini penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak mulai dari persiapan, pengumpulan data maupun analisis hasil penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Jurusan Akuntansi dan Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Seluruh civitas akademika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan dalam penelitian.
3. Pusat Pengembangan Akuntansi (PPA) Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Semoga Allah SWT. senantiasa memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembacanya.

Wassalamualaikum, Wr., Wb.

Peneliti

Dekar Urumsah, M.Com. (IS)., Ph.D.C.Fr.A.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	ii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xiv
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Tabel .....	xix
Abstrak.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) .....	11
2.1.2 <i>E-Money</i> .....	15
2.1.3 Perkembangan <i>E-Money</i> di Indonesia .....	17
2.1.4 Manfaat <i>E-Money</i> .....	18
2.1.5 Kelebihan <i>E-Money</i> .....	19
2.1.6 Kekurangan <i>E-Money</i> .....	20
2.1.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-Money</i> .....	20
2.1.7.1 Persepsi Kemudahan .....	20
2.1.7.2 Persepsi Manfaat .....	20
2.1.7.3 Persepsi Resiko .....	21
2.1.7.4 Keamanan.....	22
2.1.7.5 Minat Penggunaan.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	29

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Manfaat dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	29
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i> .....	30
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keamanan dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	31
2.3.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Persepsi Resiko dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	32
2.3.5 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i> .....	33
2.3.6 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i> .....	34
2.3.7 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i> .....	35
2.3.8 Pengaruh Minat Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> Sesungguhnya .....	36
2.4 Kerangka Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	38
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Definisi Operasional Variabel .....	40
3.3.2.1 Persepsi Kemudahan.....	40
3.3.2.2 Persepsi Manfaat .....	41
3.3.2.3 Persepsi Resiko .....	41
3.3.2.4 Keamanan .....	42
3.3.2.5 Minat Penggunaan .....	42
3.4 Metode Analisis Data.....	43
3.4.1 Alat Analisis Data.....	43
3.4.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	43
3.4.2.1 Uji Validitas .....	43
3.4.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.4.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44

3.4.3.1 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	45
3.4.3.2 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	47
4.2 Karakteristik Responden .....	48
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	49
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>e-Money</i> ..	50
4.2.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kesempatan Penggunaan <i>e-Money</i> .....	51
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.4 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer model</i> ).....	54
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	54
4.4.1.1 Validitas Konvergen.....	55
4.4.1.2 Validitas Diskriminan .....	57
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.5 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	61
4.5.1 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	61
4.5.2 Pengujian Hipotesis .....	62
4.5.2.1 Kemudahan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Manfaat Dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	63
4.5.2.2 Kemudahan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> .....	65
4.5.2.3 Kemudahan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Keamanan Dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	66
4.5.2.4 Manfaat Memiliki Pengaruh Negatif Terhadap Resiko Dalam Penggunaan <i>E-Money</i> .....	67
4.5.2.5 Manfaat Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> .....	68

4.5.2.6 Resiko Memiliki Pengaruh Negatif Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> .....	69
4.5.2.7 Keamanan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> .....	71
4.5.2.8 Minat Menggunakan <i>E-Money</i> Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> Sesungguhnya.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	74
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Implikasi Penelitian.....	76
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.4 Saran.....	78
DAFTAR REFERENSI .....	79
LAMPIRAN .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Koseptual TAM 3 (Venkantesh and Bala, 2008) .....	12
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	37

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Item-item Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan .....	40
Tabel 3.2 Item-item Pengukuran Variabel Persepsi Manfaat .....	41
Tabel 3.3 Item-item Pengukuran Variabel Persepsi Resiko .....	42
Tabel 3.4 Item-item Pengukuran Variabel Keamanan.....	42
Tabel 3.5 Item-item Pengukuran Variabel Minat .....	43
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Angkatan .....	49
Tabel 4.5 Klasifikasi Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	49
Tabel 4.6 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>E-Money</i> .....	50
Tabel 4.7 Klasifikasi Berdasarkan Kesempatan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	51
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.9 Initial <i>Items Loadings</i> dan AVE .....	55
Tabel 4.10 Initial <i>Items Loadings</i> Dan AVE Setelah Perbaikan Data.....	56
Tabel 4.11 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	58
Tabel 4.12 Nilai <i>Corelations Of Latent Variable</i> (Fornell-Larcker Criterion).....	59
Tabel 4.13 Nilai AVE dan Akar AVE .....	59
Tabel 4.14 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	60
Tabel 4.15 Nilai R-Square .....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	62

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, and security on the intention of students using e-money. The sampling method in this study uses non probability sampling with purposive sampling technique. This study uses respondent data as many as 200 samples of students in Yogyakarta in 2015-2019 who are still active. The data analysis method used is descriptive statistic analysis. The type of data taken in this study is the primary data in the form of an online and offline questionnaire. The method used in this study is a quantitative research method using a measurement model (Outer Model) and a structural model (Inner Model) with a Smart PLS 3.0. The result obtained from data analysis show that the perceived ease of use had a positive effect on perceived usefulness, security, and on intention of using e-money. Then, the perceived of usefulness had a positive effect on intention of using e-money and also had a negative effect on perceived risk. Perceived risk had a negative effect on intention of using e-money. For security had a positive effect on intention of using e-money. This research is important for academic to understand more about people's responses to the development and convenience of using e-money.*

*Keywords : perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, security, behavioral intention, e-money, TAM, Partial Least Square(PLS).*

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko, dan keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Metode pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data responden sebanyak 200 sample mahasiswa di Yogyakarta pada tahun 2015-2019 yang masih aktif. Jenis data yang diambil pada penelitian ini merupakan data primer yang berupa kuisioner secara *online* dan *offline*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*) dengan aplikasi Smart PLS 3.0. Hasil yang didapat dari analisis menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat, keamanan, dan minat menggunakan *e-money*. Kemudian persepsi manfaat menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* dan juga menunjukkan pengaruh negatif terhadap persepsi resiko. Persepsi resiko menunjukkan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Untuk persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian ini penting bagi akademisi untuk memahami lebih lanjut tentang respon masyarakat terhadap perkembangan dan kenyamanan menggunakan *e-money*.

Kata Kunci : persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko, keamanan, minat menggunakan, *e-money*, TAM, *Partial Least Square*.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada generasi millennial ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin menunjukkan eksistensinya. Teknologi hadir dengan tujuan untuk mempermudah kehidupan manusia dalam kegiatan sehari-hari. Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi ini mempercepat segala bentuk transaksi dengan lebih efisien, efektif bahkan tanpa batas. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone (phone banking)*, penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Salah satu pelayanan pembayaran non tunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) atau yang biasa disebut *e-Money*.

Dari sisi sistem pembayaran non tunai, Bank Indonesia berkepentingan untuk memastikan bahwa sistem pembayaran non tunai yang digunakan oleh masyarakat dapat berjalan secara aman, efisien dan handal. Oleh karena itu, perkembangan penggunaan alat pembayaran non tunai mendapat perhatian yang serius dari Bank Indonesia mengingat perkembangan pembayaran non tunai diharapkan dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai dan semakin meningkatkan efisiensi perekonomian dalam masyarakat (Bank Indonesia, 2006).

Uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di Bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Utami & Kusumawati, 2017). Perkembangan *e-Money* cukup

pesat di Indonesia. *e-Money* di Indonesia mengalami trend meningkat dari tahun 2016 ke tahun 2018. Nilai tersebut meningkat signifikan pada tahun 2018 dengan jumlah 167,205,578 instrumen. Dari sumber data BI pada bulan Januari meningkat dengan jumlah 173,825,919 instrumen, pada bulan Februari sebesar 189,222,546 instrumen, pada bulan Maret meningkat dengan jumlah 199,174,154 instrumen, pada bulan April meningkat dengan jumlah 197,413,945 instrumen, pada bulan Mei meningkat tidak cukup banyak dengan jumlah 198,790,786 instrumen, pada bulan Juni meningkat cukup signifikan dengan jumlah 209,891,847 instrumen, dan pada bulan Juli meningkat dengan jumlah 232,348,971 instrumen. Dari data terbaru BI ada 36 penerbit yang sudah menerbitkan kartu *e-Money*. Peningkatan tersebut juga dipengaruhi oleh produksi kartu *e-Money* yang telah diterbitkan diantaranya adalah Flazz oleh BCA, e-Toll oleh Bank Mandiri, BRIZZI oleh BRI, T-Cash oleh Telkomsel, dan lain-lain.

Meskipun dengan menggunakan *e-Money* sangat cepat, mudah, dan efisien namun masih banyak masyarakat menggunakan uang cash untuk membayar barang atau jasa. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisai dari masing-masing provider *e-Money* dan terbatasnya *merchant-merchant* yang menyediakan transaksi menggunakan *e-Money*. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya pemahaman mengenai manfaat sehingga kepercayaan terhadap pembayaran dengan *e-Money* belum sesuai dengan tujuannya yaitu mempermudah bertransaksi dengan *e-Money* bukan sebaliknya. Hal ini ditambah lagi dengan adanya rasa tidak aman dari masyarakat dengan semua tindak kriminal yang semakin beranekaragam cara dan media yang digunakan. Masyarakat beranggapan bahwa penggunaan *e-Money* akan memberikan celah tersendiri bagi orang lain untuk melakukan tindak kriminal dan merugikan masyarakat secara umum dengan pemahaman yang kurang baik dari masyarakat terhadap penggunaan *e-Money* yang baik dan benar. Penolakan tersebut memberikan kesulitan tersendiri bagi perusahaan penyedia jasa dalam memberikan pengarahan serta sosialisai untuk memberikan informasi yang tepat guna bagi masyarakat.

Minat penggunaan e-Money merupakan suatu keinginan seseorang untuk menggunakan e-Money yang sangat mungkin dipengaruhi faktor-faktor tertentu.

TAM atau *Technology Acceptance Model* merupakan teori yang mempelajari dan menjelaskan minat seorang individu untuk menggunakan sistem teknologi informasi atau tidak. TAM dapat digunakan untuk melihat persepsi dari suatu penggunaan teknologi karena TAM merupakan model perilaku pemanfaatan teknologi dan literatur sistem informasi manajemen. TAM berfokus pada sikap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan (Davis, 1989). Teori ini terdapat dua faktor acuan seorang individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi tersebut adalah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi manfaat). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah. Sedangkan persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Beberapa penelitian mengenai *e-Money* telah dilakukan. Priambodo dan Prabawani (2015) membuktikan penelitiannya bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memberikan nilai yang positif terhadap minat penggunaan *e-Money* sedangkan persepsi resiko tidak mempengaruhi minat penggunaan *e-Money*. Utami dan Kusumawati (2017) membuktikan persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Adhinagari (2018) membuktikan bahwa manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money* sedangkan resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*. Ramadhan, *et. al* (2016) membuktikan bahwa persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan resiko memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-Money* sedangkan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*. Yeny (2018) membuktikan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi manfaat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-Money*. Salimon (2017) juga membuktikan bahwa persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan *Internet Banking*, sedangkan persepsi kemudahan dan persepsi keamanan menunjukkan nilai negatif

terhadap penggunaan *Internet Banking*. Langelo (2013) membuktikan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dan resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking*.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Priambodo dan Prabawani (2015) dan Ramadhan, et. al (2016). Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan teori TAM untuk menilai seberapa besar minat penggunaan *e-Money* dikalangan mahasiswa di Yogyakarta. Keefektifan dari penggunaan *e-Money* sebagai bentuk perkembangan teknologi dapat dilihat dengan teori TAM (*Technology Accepted Model*). Dari penelitian Priambodo dan Prabawani (2015) didapat variabel independen minat menggunakan *e-Money* dan variabel dependen persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko. Digabungkan dengan penelitian Ramadhan (2016) untuk tambahan variabel keamanan. Persepsi resiko merupakan suatu ketidakpastian yang bisa saja terjadi atau tidak, dalam hal penggunaan *e-Money* ini resiko akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya atau tidak. Apabila resiko tersebut dinilai rendah maka individu tersebut akan cenderung berminat menggunakannya, dan begitu sebaliknya. Sedangkan persepsi keamanan merupakan suatu hal yang cukup penting dalam penggunaan teknologi, khususnya untuk penggunaan teknologi berbasis internet seperti *e-Money*.

Pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa pengaruh variabel terhadap minat penggunaan teknologi, termasuk e-money, antar penelitian yang satu dengan yang lain menunjukkan hasil yang berbeda. Sehingga penelitian kali ini menguji kembali variabel-variabel tersebut untuk mendapatkan hasil yang terbaharukan dari persepsi-persepsi yang diuji tersebut apakah mempengaruhi minat menggunakan *e-Money* atau tidak dengan menggunakan metode TAM. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Investigasi Determinan Niat Pengguna e-Money berbasis TAM”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat dalam penggunaan *e-Money*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi keamanan dalam penggunaan *e-Money*?
4. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap persepsi resiko dalam penggunaan *e-Money*?
5. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*?
6. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*?
7. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*?
8. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Money*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan pengetahuan tentang penggunaan *e-Money*, dengan mengetahui faktor-faktor penggunaan *e-Money* maka dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan yang berhubungan dengan sistem informasi. Dapat membandingkan konsep-konsep yang ada sehingga mempelajarinya dan kemudian diteliti lebih lanjut tentang penggunaan sistem informasi.

3. Bagi Peneliti lain

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi peneliti lain untuk lebih lanjut mempelajari dan mengembangkan mengenai masalah yang berhubungan dengan pelatihan sistem informasi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang diajukan pada penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab yang dicakup dalam uraian ringkas pada masing-masing bab, sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan teori-teori yang menjelaskan permasalahan yang akan diteliti secara ringkas yang berisi konsep-konsep dasar sebagai landasan dalam penelitian. Dalam bab ini juga berisi penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan uraian metode penelitian yang dilakukan yang berisi tentang populasi dan sampel, variabel-variabel penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan mengenai hasil data yang berkaitan dengan penyelesaian penelitian yang telah ditemukan dengan menggunakan alat dan langkah analisis data sehingga membawa ke tujuan dan sasaran penelitian.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan kesimpulan dari pembahasan secara keseluruhan, keterbatasan penelitian, dan juga saran serta rekomendasi untuk meningkatkan penelitian dan memperbaiki yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan teori**

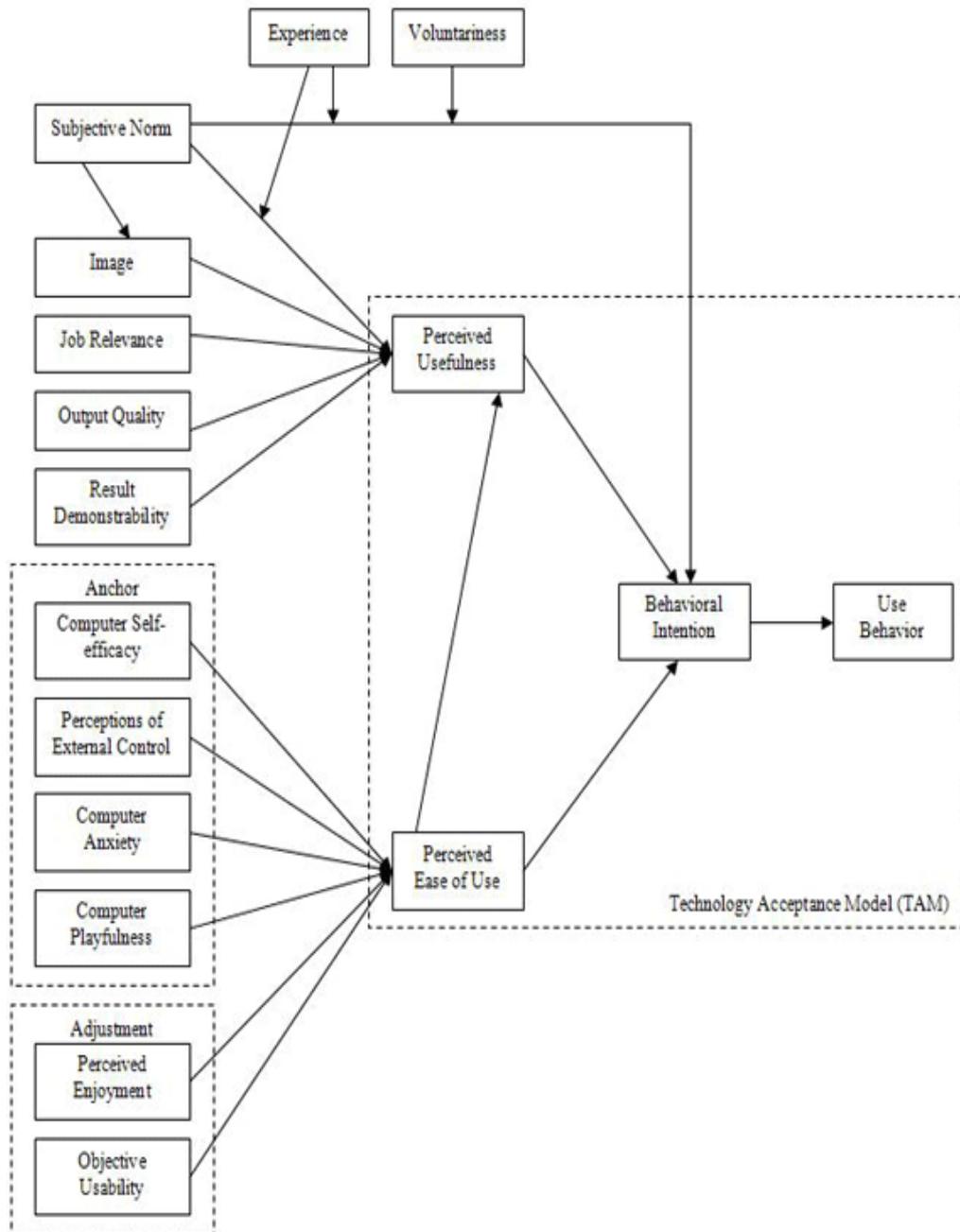
##### **2.1.1 TAM (*Technology Acceptance Model*)**

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi yang pertama kali diusulkan oleh Davis et al. pada tahun 1989. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) dan *Theory Planning Behaviour* (TPB) telah berhasil menjelaskan konteks penelitian psikologis sosial dengan menghubungkan perilaku niat dan perilaku aktual dan telah berhasil diimplementasikan pada berbagai macam perilaku manusia (Nasri & Charfeddine, 2012).

TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi itu sendiri (Davis, 1989). TAM menambahkan dua persepsi utama ke dalam model TRA yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, Bagozzi, & Warhaw, 1989). Berdasarkan TAM, menggunakan sistem teknologi dipengaruhi langsung atau tidak langsung oleh perilaku minat pengguna, sikap pengguna, manfaat penggunaan sistem, dan kemudahan yang dirasakan dari sistem (Park, 2009).

TAM 3 membahas tentang hubungan timbal balik dari konstruk (*nomological network*) penentu mengapa individu mengadopsi dan menggunakan Teknologi Informasi (TI). TAM 3 memiliki 17 variabel dan setiap variabel saling

terhubung satu sama lainnya, pada Gambar 2.1 dapat dilihat kerangka konseptual dari TAM 3.



**Gambar 2.1 Kerangka Koseptual TAM 3 (Venkantesh and Bala, 2008)**

Penjelasan masing-masing konstruk dari Gambar 2.1:

- a. *Subjective Norm* adalah suatu pemikiran manusia yang mengharuskan untuk melakukan sesuatu atau tidak sama sekali.
- b. *Experience* merupakan variabel yang menjadi tolak ukur penentu ketika *subjective norm* akan menentukan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sebuah sistem informasi atau teknologi yang secara langsung juga akan menentukan *behavioural intention*.
- c. *Voluntariness*. Tingkat sukarela juga mempengaruhi *subjective norm* dalam menentukan *behavioural intention*.
- d. *Image*. Tingkatan dimana penggunaan sebuah teknologi informasi dipersepsikan untuk meningkatkan status seseorang di mata masyarakat. *Image* dapat secara langsung mempengaruhi persepsi kegunaan sebuah sistem informasi atau sebuah teknologi dan tingkatannya dapat dipengaruhi oleh *subjective norm*.
- e. *Job Relevance*. Komponen ini berkaitan dengan persepsi manusia tentang seberapa pentingnya sebuah informasi atau teknologi dalam membantu atau mempengaruhi pekerjaan mereka.
- f. *Output Quality*. Komponen ini berkaitan dengan tingkatan kepercayaan individu manusia bahwa sebuah sistem informasi atau teknologi yang mereka gunakan akan memberikan hasil yang baik untuk pekerjaan mereka.
- g. *Result of Demonstrability*. Komponen ini berkaitan dengan hasil penggunaan teknologi informasi yang dapat diukur.
- h. *Computer Self-Efficacy*. Komponen ini menjelaskan tingkatan kepercayaan manusia bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk melakukan tugas tertentu dengan menggunakan komputer.
- i. *Perception of External Control*. Komponen ini menjelaskan tingkatan kepercayaan atau persepsi individu manusia bahwa adanya infrastruktur atau hal lain yang ada untuk mendukung penggunaan sebuah sistem informasi.

- j. *Computer Anxiety*. Berkaitan dengan psikologis manusia yang takut atau enggan ketika berpikir bahwa dia kemungkinan akan menggunakan komputer.
- k. *Computer Playfulness*. Komponen ini berkaitan dengan spontanitas manusia untuk berinteraksi dengan komputer .
- l. *Perceived Enjoyment*. Persepsi manusia dimana kegiatan menggunakan sebuah sistem informasi dipersepsikan akan menyenangkan, terlepas dari kinerja yang dihasilkan dari penggunaan sistem informasi .
- m. *Objective Usability*. Komponen ini mengungkapkan tentang perbandingan tentang usaha yang dibutuhkan sebuah sistem informasi untuk menyelesaikan sebuah tugas tertentu. Komponen ini bukan merupakan sebuah persepsi manusia karena bersifat objektif.
- n. *Perceived Ease of Use*. Didefinisikan sebagai persepsi manusia bahwa sebuah sistem informasi yang dia lihat mudah digunakan .
- o. *Behavioural Intention*. Berkaitan dengan tingkatan dimana seorang manusia sudah memformulasikan rencana untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku di masa depan .
- p. *Perceived of Usefulness*. Komponen ini menunjukkan tingkatan seorang manusia percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan membantu dirinya untuk meningkatkan performa kerja.
- q. Komponen terakhir adalah komponen yang dipengaruhi oleh komponen-komponen di atas, yaitu komponen *use behaviour*. *Use behaviour* adalah perilaku manusia sebenarnya ketika menggunakan sebuah sistem informasi.

### **2.1.2 E-Money**

*E-Money* didefinisikan sebagai “*stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki

seseorang) menurut definisi dari *Bank for International Settlement* (BIS) yang terdapat dalam Kajian Operasional *E-Money* Bank Indonesia Oktober 2016.

Uang digital atau *e-Money* merupakan bentuk lain dari mata uang yang kita kenal selama ini. Walaupun perbedaan antara *e-Money* dengan uang konvensional sangat mencolok, tidak ada perbedaan nilai tukar *e-Money* dengan uang konvensional. Yang membedakan adalah fleksibilitas dan aksesibilitas *e-Money* yang tanpa batas. Hal ini disebabkan karena basis transaksi *e-Money* menggunakan sistem yang terhubung secara *online* dan tanpa harus mempertemukan orang yang bertransaksi.

Perkembangan *e-Money* sendiri dimulai sejak 1960. Saat itu perusahaan komputer raksasa IBM bekerjasama dengan *American Airlines* menciptakan suatu sistem yang disebut SABRE (*Semi-Automatic Business Research Environment*) yang memungkinkan kantor-kantor *American Airlines* untuk dipasangkan dengan terminal yang terhubung dengan jaringan telfon yang memungkinkan perusahaan mengecek secara langsung jadwal keberangkatan, ketersediaan kursi, dan secara digital membuat pesahanan yang kemudian dibayarkan menggunakan sistem kredit. Tahun 1970-an bank di Amerika dan Eropa telah menggunakan mainframe komputer untuk melacak transaksi antar cabang dan bank lain, sistem ini terbukti sukses melewati batasan Internasional pertukaran kurs dibutuhkan. Hingga pada 1983, sebuah research paper yang dibuat oleh David Chaum memperkenalkan ide “uang digital”. David Lee Chaum yang lahir pada tahun 1955 adalah seorang ilmuwan komputer dan kriptografer. Beliau banyak menciptakan protocol kriptografi dan menemukan Digicash, perusahaan uang digital. Digicash didirikan di Amsterdam untuk mengkomersialkan ide David, tetapi sayang perusahaanya bangkrut pada tahun 1998. Pada tahun 1999, David meninggalkan perusahaan.

Pada tahun 1997, justru perusahaan Coca-Cola lah yang pertama kali menawarkan transaksi dari *vending machine* menggunakan *mobile payments*, setelah itu barulah perusahaan layanan *e-Money* yang terkenal hingga saat ini PayPal muncul ke publik. Dan pada tahun 2008 muncul kurs tersendiri dari uang digital yang dinamakan Bitcoin. Dari sinilah muncul istilah *digital currency* dan *virtual currency*.

### 2.1.3 Perkembangan *e-Money* di Indonesia

*E-Money* sekarang mulai berkembang di Indonesia, tahun ketahun pengguna *e-Money* semakin meningkat. Menjadi populer juga banyaknya wirausaha *online* maupun *offline* di Indonesia dan transaksi yang sedang populer digunakan sekarang adalah *e-Money*. Bahkan, fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan *e-Money* sebagai pembayaran tol, *commuterline*, transjakarta, parkir, dan masih banyak lagi. *E-Money* hadir di Indonesia sejak tahun 2009 yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/17/PBI/2016, *E-Money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*. *E-Money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk koin dan uang kertas dengan uang elektronik yang setara, namun juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain. Kemunculan *e-Money* di tengah-tengah masyarakat bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Dikhususkan untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro dan ritel.

Adapun *e-Money* dibedakan menjadi dua, yakni *Prepaid Software* dan *Prepaid Card*. *Prepaid Software* sering disebut *digital cash*, merupakan *e-Money* yang nilainya tersimpan dalam hard disk di dalam sebuah PC. Untuk pemindahan dananya melalui jaringan internet. Sedangkan, *Prepaid Card* sering disebut sebagai *electronic purchase* merupakan *e-Money* yang nilainya disimpan sebuah chip yang ditanamkan pada sebuah kartu. Contoh dari *Prepaid card* yaitu FLAZZ BCA, Mandiri *E-Money*, Brizzi, dan BNI *Prepaid*.

Penggunaan *e-Money* ini tidak memerlukan adanya proses otorisasi seperti halnya pemakaian pin atau tanda tangan, karena *e-Money* tidak berkaitan langsung dengan rekening nasabah yang ada di bank. Penggunaan dari *e-Money* tidak membebankan pembayarannya pada rekening bank, seperti halnya kartu kredit atau kartu debit. Sebagaimana prepaid yang lain, anda juga bisa melakukan *top up* untuk kartu anda tersebut.

#### **2.1.4 Manfaat *E-Money***

Dengan menggunakan uang elektronik, banyak transaksi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana dan praktis. Berikut ini keuntungan menggunakan uang elektronik, yaitu:

- a. Memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam melakukan berbagai transaksi pembayaran. Jadi Anda tidak perlu khawatir menyiapkan uang untuk membayar.
- b. Tidak perlu menerima kembalian, karena dengan *e-Money* pedagang hanya perlu melakukan kompensasi secara langsung melalui jaringan komputer.
- c. Sangat berlaku karena dapat digunakan untuk berbagai transaksi massa bernilai tinggi dan frekuensi tinggi, misalnya: pembayaran tol, pembayaran tiket transportasi, parkir, makanan cepat saji dan sebagainya.

#### **2.1.5 Kelebihan *E-Money***

- a. Tidak perlu membawa uang tunai untuk berbelanja atau untuk membayar parkir, dan dapat menggunakannya ditempat uang disediakan alat khusus untuk kartu e-Money tersebut.
- b. Transaksi menjadi lebih akurat karena dikelola oleh sistem komputer dan mesin.
- c. Tidak perlu menunggu uang kembalian karena jumlah nominal akan berkurang sebanyak jumlah uang yang diperlukan.
- d. Terdapat database yang mencatat seluruh transaksi yang telah dilakukan sehingga tidak perlu untuk mengingat untuk apa yang tersebut digunakan.
- e. Transaksi menjadi lebih cepat.

#### **2.1.6 Kekurangan *E-Money***

- a. Rentan untuk diretas atau dihack karena menggunakan sistem elektronik dan internet.
- b. Terdapat resiko hilang data karena kesalahan software.

- c. Belum semua tempat memiliki alat yang dipergunakan untuk menggunakan *digital money* tersebut serta belum semua tempat memberlakukan *e-Money* termasuk di *merchant*.

## **2.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *e-Money***

### **2.1.7.1 Persepsi Kemudahan**

Davis, Bagozzi, & Warhaw (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

### **2.1.7.2 Persepsi Manfaat**

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

### **2.1.7.3 Persepsi Resiko**

Persepsi resiko merujuk pada sifat dan jumlah risiko yang dirasakan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan merupakan penentu utama perilaku seseorang untuk mengadopsi teknologi (Cox dan Rich, 1964). Risiko yang dirasakan konsumen merupakan hambatan penting bagi konsumen dalam

mempertimbangkan keputusan pembelian. Kim et al, 2008 mendefinisikan *perceived risk* sebagai keyakinan konsumen tentang potensi negative ketidakpastian dari transaksi *online*. Kim, et al (2008) juga menjelaskan umum bagi konsumen untuk enggan melakukan pembelian *online* karena risiko yang dirasakan lebih tinggi dibandingkan jika mereka membeli secara tradisional. Pernyataan ini sejalan dengan Phonthanukitithaworn, et al. (2016) Risiko yang dirasakan dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile payment*, mereka cenderung untuk tidak menggunakan layanan ini jika melibatkan tingkat risiko yang tinggi.

#### **2.1.7.4 Keamanan**

Keamanan secara umum diartikan sebagai “*quality or state of being secure-to be free from danger*”. Untuk menjadi aman adalah dengan cara dilindungi dari musuh dan bahaya. Contoh tinjauan keamanan informasi dari Whitman dan Mattord (2011) sebagai berikut:

- a) *Physical Security* yang memfokuskan strategi untuk mengamankan pekerja atau anggota organisasi, aset fisik, dan tempat kerja dari berbagai ancaman meliputi bahaya kebakaran, akses tanpa otorisasi, dan bencana alam.
- b) *Personal Security* yang overlap dengan “*phisycal security*” dalam melindungi orang-orang dalam organisasi.
- c) *Operation Security* yang memfokuskan strategi untuk mengamankan kemampuan organisasi atau perusahaan untuk bekerja tanpa gangguan.
- d) *Communications Security* yang bertujuan mengamankan media komunikasi, teknologi komunikasi dan isinya, serta kemampuan untuk memanfaatkan alat ini untuk mencapai tujuan organisasi.
- e) *Network Security* yang memfokuskan pada pengamanan peralatan jaringan data organisasi, jaringannya dan isinya, serta kemampuan untuk menggunakan jaringan tersebut dalam memenuhi fungsi komunikasi data organisasi.

#### **2.1.7.5 Minat Penggunaan**

Minat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat tersebut muncul akibat adanya

keinginan, kesukaan dalam melakukan kegiatan tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan (Davis, 1989). Menurut Davis (1989) minat perilaku adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Davis, 1989). Peneliti selanjutnya menyatakan bahwa sikap perhatian untuk menggunakan adalah prediksi yang baik untuk mengetahui penggunaan sistem (*actual usage*).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan dasar dalam penyusunan penelitian, yang berguna sebagai perbandingan dan rujukan bagi penelitian selanjutnya. Untuk melandasi penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu sebagai penunjang penunjang seperti yang disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel		Metode, Sample Penelitian, Alat Analisis, dan Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
1	Priambodo dan Prabawani (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Manfaat (PU)</li> <li>• Kemudahan (PEOU)</li> <li>• Resiko (PR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat menggunakan layanan <i>E-Money</i> (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 100 pengguna <i>e-Money</i> di Semarang</li> <li>• SmartPLS 2.0</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PEOU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PR =&gt; BI (tidak didukung)</li> </ul>
2	Utami dan Kusumawati (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi kegunaan (PU)</li> <li>• Kemudahan (PEoU)</li> <li>• Keamanan (Security)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat menggunakan layanan <i>E-Money</i> (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 100 mahasiswa STIE Ahmad Dahlan</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PEOU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• Security =&gt; BI (didukung)</li> </ul>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti	Variabel		Metode, Sample Penelitian, Alat Analisis, dan Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
3	Yeny (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi kepercayaan (PT)</li> <li>• Perspesi kemudahan (PEoU)</li> <li>• Persepsi manfaat (PU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan <i>E-Money</i> (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 100 mahasiswa FEB UMS</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PT =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PEoU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PU =&gt; BI (didukung)</li> </ul>
4	Adhinagari (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Manfaat (PU)</li> <li>• Persepsi Kemudahan (PEoU)</li> <li>• Persepsi Kepercayaan (PT)</li> <li>• Persepsi Resiko (PR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat menggunakan <i>E-Money</i> (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 132 masyarakat di Sleman yang menggunakan <i>e-Money</i></li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PU=&gt;BI (didukung)</li> <li>• PEoU=&gt;BI (didukung)</li> <li>• PT=&gt;BI (didukung)</li> <li>• PR=&gt;BI (tidak didukung)</li> <li>•</li> </ul>
5	Patel dan Patel (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perveived Ease of Use (PEoU)</li> <li>• Pervceived Usefulness (PU)</li> <li>• Security (S)</li> <li>• Social Influence (SI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adopsi <i>Internet Banking</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 284 pengguna <i>internet banking</i> di Gujarat, India</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PEoU=&gt; Internet Banking (didukung)</li> <li>• PU=&gt;Internet Banking (didukung)</li> <li>• S=&gt; Internet Banking (didukung)</li> <li>• SI=&gt; Internet Banking (didukung)</li> </ul>
6	Suwunni-ponth (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceived Benefit (PB)</li> <li>• Perceived Risk (PR)</li> <li>• Perceived Trust (PT)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Using <i>E-Money</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 300 <i>e-Money</i> di Thailand</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PB=&gt; <i>E-Money</i> (didukung)</li> <li>• PR=&gt; <i>E-Money</i> (didukung)</li> <li>• PT=&gt; <i>E-Money</i> (didukung)</li> </ul>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti	Variabel		Metode, Sampel Penelitian, Alat Analisis, dan Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
7	Langelo (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Manfaat (PU)</li> <li>• Persepsi Kemudahan (PEoU)</li> <li>• Persepsi Risiko (PR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan <i>Internet Banking</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 300 Internet Banking</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PU=&gt; <i>Internet Banking</i> (didukung)</li> <li>• PEOU=&gt; <i>Internet Banking</i> (didukung)</li> <li>• PR=&gt;<i>Internet Banking</i> (didukung)</li> </ul>
8	Salimon (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Kegunaan (PEoU)</li> <li>• Persepsi Kemudahan (PU)</li> <li>• Persepsi Keamanan (PS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adopsi <i>e-banking</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 382 pengguna <i>e-Banking</i> di Nigeria</li> <li>• SmartPLS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PEOU =&gt; adopsi <i>e-banking</i> (didukung)</li> <li>• PU=&gt;adopsi <i>e-banking</i> (tidak didukung)</li> <li>• PS =&gt;adopsi <i>e-banking</i> (tidak didukung)</li> </ul>
9	Kuo dan Lee (2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Kemudahan (PKm)</li> <li>• Persepsi Kegunaan (PKg)</li> <li>• Kualitas Informasi (KI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat perilaku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 151 koresponden manajer TI perusahaan di Taiwan</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKm =&gt; niat perilaku (didukung)</li> <li>• PKg =&gt; niat perilaku (didukung)</li> <li>• KI =&gt; persepsi kemudahan (didukung)</li> </ul>
10	Wong dan Mo (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceived Risk (PR)</li> <li>• Perceived Trust (PT)</li> <li>• Perceived Security (PS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intention to use Mobile payment (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 121 koresponden pengguna <i>e-Mobile</i> di Hong Kong</li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PR=&gt; BI (tidak didukung)</li> <li>• PT=&gt;BI (didukung)</li> <li>• PS=&gt;BI (didukung)</li> </ul>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti	Variabel		Metode, Sample Penelitian, Alat Analisis, dan Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
11	Abbad (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norma subjektif (NS)</li> <li>• Keamanan dan Kepercayaan (Km – Kp)</li> <li>• Internet Experience (IE)</li> <li>• Kenyamanan (Ky)</li> <li>• Persepsi kegunaan (PKg)</li> <li>• Persepsi Kemudahan (PKm)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat perilaku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 347 koresponden pengguna <i>e-Banking</i> di Jordania</li> <li>• SmartPLS</li> <li>• TAM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NS, Ky, PKg =&gt;niat Perilaku (didukung)</li> <li>• PKm, Ky =&gt;Persepsi kegunaan</li> <li>• NS, Km – Kp, IE =&gt;persepsi kegunaan (tidak didukung)</li> <li>• Km - Kp =&gt;persepsi kemudahan (tidak didukung)</li> </ul>
12	Rahul dan Aurora (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceived Risk (PR) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Security Risk</li> <li>- Privacy Risk</li> <li>- Product Risk</li> <li>- Non-delivery Risk</li> </ul> </li> <li>• Perceived Benefit (PB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online Shopping Intention (OSI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 508 koresponden wanita yang menggunakan <i>e-Money</i> di Malaysia</li> <li>• SPSS</li> <li>• TRA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PR=&gt; OSI (tidak didukung)</li> <li>• PB=&gt; OSI (didukung)</li> </ul>
13	Marchelina dan Pratiwi (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceived Benefits (PB)</li> <li>• Perceived Ease of Use (PEoU)</li> <li>• Perceived Risk (PR)</li> <li>• Service Features (SF)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat Penggunaan <i>E-Money</i> (BI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif</li> <li>• 100 koresponden masyarakat Palembang yang menggunakan <i>e-Money</i></li> <li>• SPSS</li> <li>• TAM, TRA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PB =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PEoU =&gt; BI (didukung)</li> <li>• PR =&gt; (BI) (tidak didukung)</li> <li>• SF =&gt; BI (didukung)</li> </ul>

## **2.3 Pengembangan Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Manfaat dalam penggunaan *E-Money***

Menurut Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi tersebut akan bebas dari usaha (*free of effort*).

Suatu sistem atau teknologi yang dirasakan lebih mudah untuk digunakan akan lebih mudah diterima oleh pengguna. Selain itu menurut Wu dan Wang (2005), persepsi kemudahan secara tidak langsung mempengaruhi dengan memediasi persepsi manfaat dengan *mobile payment*. Suatu sistem yang lebih mudah digunakan pada akhirnya menjadi lebih bermanfaat untuk digunakan. Sehingga sistem yang dianggap lebih mudah digunakan akan memudahkan pengguna untuk menyelesaikan tugas yang lebih banyak dibandingkan sistem yang lebih sulit (Venkatesh & Morris, 2000).

Hasil penelitian Anjelina (2018) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Berdasarkan hasil studi tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat dalam penggunaan *e-Money***

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan pada Konsumsi *E-Money***

Teori TAM menjelaskan mengenai perilaku yang berhubungan dengan keberterimaan pemanfaatan teknologi informasi. Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berhubungan dengan tingkat keyakinan seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi (Priambodo & Prabawani, 2016).

Apabila suatu sistem maupun teknologi dianggap mudah oleh seorang individu maka akan semakin banyak pula yang akan menggunakannya. Dalam *e-Money* pengguna dapat merasakan kemudahan karena tidak perlu repot membawa uang tunai, selain itu penggunaannya juga mudah dan cepat. Kemudahan penggunaan (*ease of use*) akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem informasi. Persepsi kemudahan

penggunaan dapat menakutkan pengguna bahwa teknologi yang akan digunakannya mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka (Davis, 1989).

Hasil penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) dan Utami dan Kusumawati (2017) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-Money*. Berdasarkan hasil studi maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money***

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keamanan dalam penggunaan *e-Money***

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu bebas dari usaha. Dari definisi ini dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi itu mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Keamanan merupakan hal penting dalam penggunaan teknologi karena keamanan menyangkut informasi data penggunanya. Jika keamanan sistem atau teknologi tersebut memiliki tingkat jaminan keamanan yang tinggi maka penggunanya juga akan menilai mudah ketika menggunakannya. Namun, jika keamanan sistem atau teknologi tersebut sangat riskan maka pengguna tidak tertarik untuk percaya menggunakannya.

Hasil penelitian Putri (2018) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keamanan dalam penggunaan *e-Money*. Berdasarkan hasil studi maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keamanan dalam penggunaan *e-Money*.**

#### **2.3.4 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Persepsi Resiko dalam penggunaan *E-Money***

Menurut Phonthanukitithaworn, et al. (2016) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan mobile payment akan meningkatkan kinerja dan produktifitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran. Sedangkan menurut Bailey, et al (2017) persepsi manfaat *mobile payment* mengacu pada sejauh mana konsumen percaya mereka memperoleh keuntungan (misalnya, kenyamanan dan penyederhanaan pembayaran) untuk melakukan pembayaran lewat seluler akan sama halnya dengan bentuk pembayaran lainnya.

Setiap sistem dan teknologi yang diciptakan pasti memiliki manfaat dan resiko. Dengan adanya manfaat yang dirasakan pasti juga memicu banyaknya pengguna untuk semakin sering dan banyak menggunakannya. Semakin banyaknya pengguna juga beresiko dengan kecurangan yang ditimbulkan. Namun, dengan meningkatnya pengguna pihak provider pasti juga akan meningkatkan kualitas produknya dari berbagai aspek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Miliani (2013) pengguna *e-Money* di Indonesia tidak takut selama *e-Money* memberikan kemudahan dan manfaat dalam bertransaksi. Masyarakat tidak takut akan kehilangan uang mereka. Berdasarkan hasil studi maka dapat diuraikan hipotesis sebagai berikut :

**H4 : Persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko dalam penggunaan *e-Money***

#### **2.3.5 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-Money***

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis et, al., 1989). Dalam teori TAM, (Davis, 1989; Davis et al., 1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.

Dalam teori TAM menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap

(*attitude*), minat (*behavioral intention*), dan perilaku (*behavior*) di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan konstruk yang lain (Davis, 1989). Teknologi atau sistem diciptakan untuk memberikan manfaat bagi penggunanya. Dalam hal penggunaan *e-Money* manfaat yang dimaksudkan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemakaiannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Husni dan Fairol (2016) dan Utami dan Kusumawati (2017) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya. Sedangkan dalam penelitian Ramadhan, et al.(2016) mendapatkan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap penggunaan sesungguhnya. Hasil studi dari penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H5 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money***

### **2.3.6 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan *E-Money***

Risiko adalah suatu konsekuensi negatif yang harus diterima akibat dari ketidakpastian dalam mengambil keputusan, jadi persepsi terhadap risiko adalah suatu cara konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang akan diperoleh dari keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut. (Firdayanti, 2013). Risiko yang dirasakan juga dapat menyebabkan pelanggan berhenti menggunakan layanan internet banking. Pelanggan dapat khawatir bahwa sistem pengiriman layanan berbasis teknologi tidak akan berfungsi seperti yang diharapkan, dan kurang yakin bahwa masalah dapat diselesaikan dengan cepat (Walker et al., 2002) dalam (Langelo, 2013).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Langelo (2013) dan Priyono (2017) persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya. Sedangkan dalam penelitian Priambodo & Prabawani (2016) dan Pavlou (2003) mendapatkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan sesungguhnya. Hasil studi dari penelitian sebelumnya maka :

**H6 : Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *e-Money***

### **2.3.7 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money***

Keamanan merupakan suatu hal yang dilakukan dalam langkah pencegahan agar suatu informasi tidak tersebar ke pihak yang tidak diinginkan. Tingkat keamanan selalu diperhatikan dalam segala hal dan aspek kehidupan, terutama dalam melakukan transaksi keuangan (Afghani & Yulianti, 2017).

Keamanan merupakan hal yang cukup penting saat ini, terutama apabila berhubungan dengan penggunaan sistem atau teknologi. Dalam penggunaan *e-Money* pengguna harus mendapatkan rasa aman dari pihak penyelenggara yang berkaitan. Apabila tingkat keamanan tinggi dengan menjamin segala informasi pribadi pengguna aman maka pengguna juga akan merasa aman dan berminat menggunakan teknologi tersebut, dan sebaliknya apabila tingkat keamanan rendah maka pengguna enggan untuk menggunakannya.

Penelitian yang dilakukan Utami dan Kusumawati (2017) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *e-Money*. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

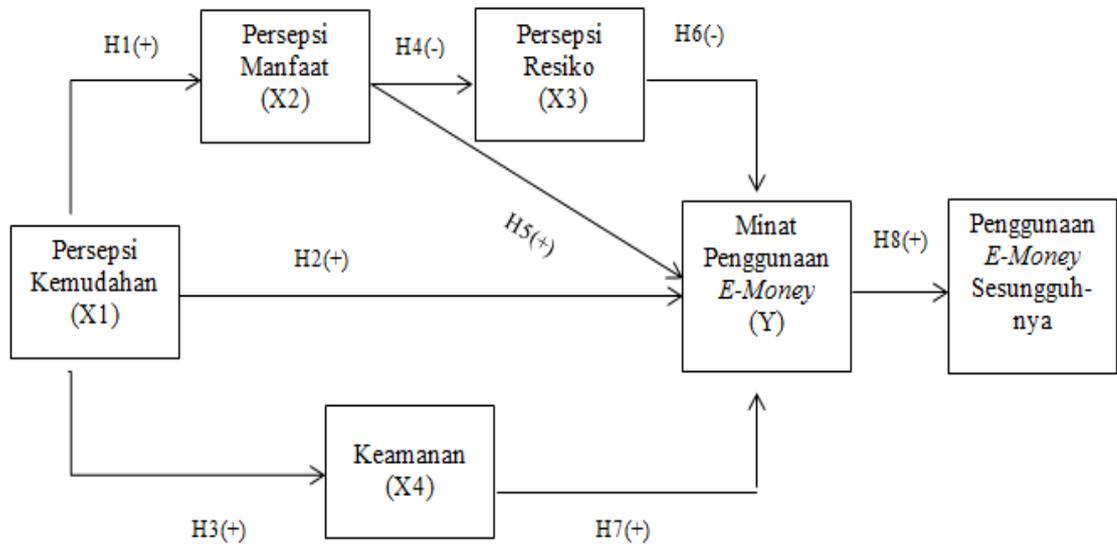
**H7 : Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money***

### **2.3.8 Pengaruh Minat Penggunaan *e-Money* Terhadap Penggunaan *e-Money***

Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008). Minat menggunakan *e-Money* adalah suatu keinginan dan kecenderungan perilaku untuk menggunakan layanan dan fitur yang telah disediakan oleh *e-Money*. Berbagai kelebihan yang telah ditawarkan *e-Money* dapat meningkatkan minat individu dalam menggunakannya sehingga individu tersebut akan tersebut menggunakan *e-Money*. Hal ini didukung dengan penelitian dari Morosan dan Defranco (2016) dan Islam, et al (2017) yang menyatakan bahwa minat menggunakan teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

**H8 : Minat menggunakan *e-Money* berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-Money***

## 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah meliputi seluruh mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan *e-Money*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan *e-Money*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih ada terambil. Pada penelitian ini karena tergolong jumlah popilasi yang besar maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 responden.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis pada media *Google Form* dan disebarakan secara *online*. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang berupa jawaban dari responden. Data kuesioner terdiri dari profil responden, beberapa bagian pertanyaan, masing-masing bagian terdapat beberapa item pertanyaan.

Penyebaran kuisioner pada sample yang telah ditentukan yaitu berupa data mentah yang diukur dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 6, yaitu : (1) untuk Sangat Tidak Setuju (STS), (2) untuk Tidak Setuju (TS), (3) untuk Agak Tidak Setuju (ATS), (4) untuk Agak Setuju (AS), (5) untuk Setuju (S), dan (6) untuk Sangat Setuju (SS).

Rentang nilai skala Likert yang digunakan bertujuan untuk menghindari sikap responden yang menjawab pertanyaan pada pilihan netral atau ragu-ragu yang

diberikan responden mengenai persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan terhadap minat seseorang menggunakan *e-Money*.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan. Variabel dependen adalah minat penggunaan *e-Money*.

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel dependen, dan variabel independen. Penjelasan masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah merupakan variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat) (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel independen adalah persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat penggunaan *e-Money*.

#### **3.3.2 Definisi Operasional Variabel**

##### **3.3.2.1 Persepsi Kemudahan**

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi *online* berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.

**Tabel 3.1 Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan**

<b>Persepsi Kemudahan (X1)</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
	<i>E-Money</i> mudah untuk dipelajari	Ramadhan, et al (2016)
	<i>E-Money</i> mudah untuk digunakan	
	<i>E-Money</i> jelas dan mudah dimengerti	

### 3.3.2.2 Persepsi Manfaat

Davis (1989) mendefinisikan Persepsi Manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

**Tabel 3.2 Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Manfaat**

<b>Persepsi Manfaat (X2)</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
	Pekerjaan menjadi lebih cepat	Priambodo & Prabawani (2015)
	Menghasilkan prestasi kerja	
	Meningkatkan produktifitas	
	Efektif	
	Membuat pekerjaan menjadi lebih mudah	
	Bermanfaat	

### 3.3.2.3 Persepsi Risiko

Persepsi risiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (Dowling dan Stealin, 1994). Menurut Featherman dan Pavlou (2002) Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.

**Tabel 3.3 Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Resiko**

<b>Persepsi Resiko (X3)</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
	Berupa adanya risiko tertentu	Priambodo & Prabawani (2015)
	Mengalami kerugian	
	Pemikiran bahwa berisiko	

#### 3.3.2.4 Keamanan

Park dan Kim (2006) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim (2006) mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

**Tabel 3.4 Item-Item Pengukuran Variabel Keamanan**

<b>Keamanan (X4)</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
	Tidak khawatir memberikan informasi pribadi	Ramadhan <i>et al</i> , 2016
	Kepercayaan bahwa informasi dilindungi	
	Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam <i>e-money</i> terjamin pada saat transaksi	

#### 3.3.2.5 Minat Penggunaan

Minat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat tersebut muncul akibat adanya keinginan, kesukaan dalam melakukan kegiatan tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan (Davis, 1989).

**Tabel 3.5 Item-Item Pengukuran Variabel Minat**

	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
<b>Minat (Y)</b>	Keinginan untuk menggunakan	Priambodo & Prabawani (2015)
	Selalu mencoba menggunakan	
	Berlanjut dimasa yang akan datang	

### **3.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Alat Analisis Data**

Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 3.0. *Partial Least Square* (PLS) merupakan salah satu teknik dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *variance* (Hair, et al., 2013). Sebagaimana besar model struktural yang menggunakan efek mediasi menggunakan analisis PLS-SEM (Hair, et al., 2013). Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik dari PLS-SEM dengan dua tahap yaitu model menggunakan *outer model* dan model struktural *inner model*. Penggunaan PLS dikarenakan belum adanya penelitian menggunakan analisis PLS-SEM pada penelitian sebelumnya dengan variabel penelitian yang serupa.

#### **3.4.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

##### **3.4.2.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2016) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Skala validitas menurut Hair, et al (2013) terbagi menjadi dua, yaitu analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Kriteria dari setiap analisis tersebut menurut sebagai berikut :

- 1) Validasi Konvergen : *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,50 dan nilai outer loading di atas 0,70.
- 2) Validasi Diskriminan : Mengacu dari hasil Fornell-Lacker, nilai akar AVE setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel dan *loading factor* setiap indikator harus lebih tinggi dari semua *cross loading*.

### 3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan kuesioner penelitian. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui akurasi dan konsistensi pengukurannya pada variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6 (Ghozali & Latan, 2015). Selain itu reliabilitas kuesioner dapat ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* > 0,7 (Ghozali, 2014).

### 3.4.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Yamin dan Kurniawan (2009) *Inner model* digunakan untuk menguji signifikansi parameter yang dirumuskan dalam hipotesis. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Ukuran signifikansi pengaruh antarvariabel yaitu dengan melihat perbandingan nilai t-statistik dan t-tabel. Jika nilai t-statistik > t-tabel, maka hasilnya signifikan. Dalam menentukan uji t, cara yang dilakukan adalah dengan menghitung DF dengan rumus sebagai berikut :

$$Df = n - k$$

Keterangan:

Df = derajat kebebasan

k = jumlah variabel (bebas dan terikat)

n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi

Namun adanya PLS dapat menampilkan *p-value*. *P-value* digunakan untuk keputusan uji statistik dengan membandingkan *p-value* dengan *alpha* ( $\alpha$ ). Dalam penelitian ini  $\alpha$  yang digunakan adalah sebesar 5% atau tingkat kepercayaan 95%. Nilai  $\alpha = 5\%$  merupakan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dengan tidak boleh melebihi 0,05 atau 5%. Berikut dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini:

1. *P-value* > nilai  $\alpha$ , maka hasilnya tidak signifikan
2. *P-value*  $\leq$  nilai  $\alpha$ , maka hasilnya signifikan

#### 3.4.3.1 Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Menurut Ghozali (2011) Uji keselarasan (*Goodness of Fit*) adalah untuk menguji seberapa tepatkah frekuensi yang teramati cocok atau sesuai dengan

frekuensi yang diharapkan. Untuk uji keselarasan terdapat dua hal yang penting yaitu frekuensi yang diharapkan sama dan frekuensi yang diharapkan tidak sama. Dengan memperhatikan output dari uji *goodness of fit* dengan hipotesis :

$H_0$  = tidak ada perbedaan antara nilai atau frekuensi observasi atau teramati dengan frekuensi harapan.

$H_A$  = ada perbedaan antara nilai atau frekuensi teramati dengan frekuensi yang diharapkan.

Dengan pengambilan keputusan yaitu jika probabilitas  $> 0,05$   $H_0$  diterima dan jika probabilitas  $< 0,05$   $H_0$  ditolak.

#### **3.4.3.2 Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t). Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk melakukan pengujian untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Peneliti menggunakan  $\alpha = 5\%$ . Langkah-langkah yang di tempuh dalam pengujian ini adalah (Ghozali, 2013):

1. Menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).
  - $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$ , diduga variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
  - $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , diduga variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Menetapkan kriteria pengujian yaitu:
  - a. Tolak  $H_0$  jika angka signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$
  - b. Terima  $H_0$  jika angka signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 5\%$

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-Money* di Kota Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner baik secara *offline* maupun *online* dengan mengisi kuisioner melalui *google form*. Hasil pengumpulan data berupa kuisioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuisioner dengan cara bertemu langsung yang kembali	32	16%
Kuisioner secara online yang kembali	168	84%
Total kuisioner yang kembali	200	100%
Kuisioner yang pengisiannya tidak lengkap	0	0%
Kuisioner yang dianalisis	200	100%

Sumber : Data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah kuisioner yang kembali sejumlah 200 kuisioner (100%). Total kuisioner dari penyebaran kuisioner dengan cara bertemu langsung yaitu sebanyak 32 dari 200 kuisioner (16%) dan total kuisioner yang kembali dari penyebaran kuisioner secara *online* yaitu sebanyak 168 dari 200 (84%). Dari jumlah kuisioner yang kembali terdapat 200 kuisioner (100%) yang memenuhi syarat untuk diolah kemudian dianalisis.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menjelaskan profil responden pengguna *e-Money* di Kota Yogyakarta. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, usia, angkatan, asal perguruan tinggi, frekuensi penggunaan *e-Money* dalam satu bulan, berapa kali penggunaan dalam setiap kesempatan menggunakan *e-Money*, dan penggunaan *e-Money*.

#### 4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	91	45,5%
Perempuan	109	54,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui mayoritas pengguna *e-Money* dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 109 responden (54,5%), sedangkan responden dengan kelamin laki-laki sebanyak 91 responden (45,5%).

#### 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
17-20 tahun	16	8%
21-23 tahun	181	90,5%
24-26 tahun	2	1%
>26 tahun	1	0,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.3, diketahui mayoritas pengguna *e-Money* dalam penelitian ini rentang usia 21-23 tahun sebanyak 181 responden (90,5%). Sedangkan rentang usia 17-20 tahun sebanyak 16 responden (8%), rentang usia 24-26 tahun sebanyak 2 responden (1%), dan usia >26 tahun ada 1 responden (0,5%).

#### 4.2.3 Klasifikasi Berdasarkan Angkatan

Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Angkatan

Keterangan	Jumlah	Persentase
2015	140	70%
2016	45	22,5%

Tabel 4.4 Lanjutan

Keterangan	Jumlah	Persentase
2017	5	2,5%
2018	5	2,5%
2019	5	2,5%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.4, mayoritas pengguna *e-Money* berdasarkan angkatan adalah angkatan tahun 2015 sebanyak 140 responden (70%). Kemudian diketahui angkatan tahun 2016 sebanyak 45 responden (22,5%), angkatan tahun 2017, 2018, dan 2019 dengan jumlah responden yang sama yaitu 5 responden (2,5%).

#### 4.2.4 Klasifikasi Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Tabel 4.5 Klasifikasi Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Keterangan	Jumlah	Persentase
UII	129	64,5%
UGM	15	7,5%
UNY	3	1,5%
UMY	4	2%
UTY	7	3,5%
UAJY	1	0,5%
UPN	1	0,5%
Lainnya	40	20%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.5, menunjukkan data responden berdasar asal perguruan tinggi di Kota Yogyakarta. Sebanyak 129 responden dari UII (64,5%), UGM sebanyak 15 responden (7,5%), UNY sebanyak 3 responden (1,5%), UMY sebanyak 4 responden (2%), UTY sebanyak 7 responden (3,5%), UAJY sebanyak 1 responden (0,05%), UPN sebanyak 1 responden (0,05%), dan lainnya sebanyak 40 responden (20%).

#### 4.2.5 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *e-Money*

Tabel 4.6 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *e-Money*

Keterangan	Jumlah	Persentase
Setiap hari	25	12,5%
1-3 kali	75	37,5%
4-5 kali	40	20%
5 kali atau lebih	60	30%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.6, klasifikasi berdasar frekuensi penggunaan *e-Money*. frekuensi pengguna setiap hari sebanyak 25 kali dalam sebulan (12,5%), penggunaan 1-3 kali dalam sebulan sebanyak 75 kali (37,5%), penggunaan 4-5 kali dalam sebulan sebanyak 40 kali (20%), dan penggunaan 5 kali atau lebih dalam sebulan sebanyak 60 kali (30%).

#### 4.2.6 Klasifikasi Berdasarkan Kesempatan Penggunaan *e-Money*

Tabel 4.7 Klasifikasi Berdasarkan Kesempatan Penggunaan *e-Money*

Keterangan	Jumlah	Persentase
0 kali	7	3,5%
1 kali	54	27%
2 kali	54	27%
3 kali	30	15%
4 kali	14	7%
5 kali	41	20,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.7, klasifikasi berdasar berapa kali kesempatan penggunaan *e-Money* dalam setiap penggunaannya. Kesempatan 0 kali sebanyak 7 (3,5%), 1 kali sebanyak 54 (27%), 2 kali sebanyak 54 (27%), 3 kali sebanyak 30 (15%), 4 kali sebanyak 14 (7%), dan 5 kali sebanyak 41 (20,5%). Jadi, biasanya

penggunaan menggunakan *e-Money* sebanyak 1-2 kali dalam setiap kesempatan menggunakan *e-Money*.

### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel kemudahan, manfaat, resiko, keamanan, minat penggunaan *e-Money*, dan penggunaan *e-Money* yang sesungguhnya. Kategori penilaian rendah ke dan tinggi terhadap tanggapan responden didasarkan pada:

Skor terendah: 1 (Sangat Tidak Setuju)

Skor tertinggi : 6 (Sangat Setuju)

Penentuan kriteria penilaian responden terhadap variabel penelitian dapat ditentukan dengan interval berikut:

$$\text{Interval} = \frac{6-1}{6} = 0,83$$

Sehingga diperoleh batasan sebagai berikut:

- 1,00 – 1,83 : Sangat Tidak Setuju
- 1,84 – 2,67 : Tidak Setuju
- 2,68 – 3,51 : Agak Tidak Setuju
- 3,52 – 4,35 : Agak Setuju
- 4,36 – 5,19 : Setuju
- 5,20 – 6,03 : Sangat Setuju

Hasil analisis deskriptif variabel penelitian ditunjukkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Mean	Min	Max	Std. Deviation
Kemudahan	200	5,05	1.000	6.000	0,74
Manfaat	200	4,97	1.000	6.000	0
Resiko	200	3,44	1.000	6.000	1,13
Keamanan	200	4,14	1.000	6.000	1,32
Minat Menggunakan <i>E-Money</i>	200	4,72	1.000	6.000	1,40
Penggunaan <i>E-Money</i>	200	3,02	1.000	6.000	2,98

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah diuraikan pada Tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kemudahan memiliki rata-rata nilai tinggi sebesar 5,05 dan standar deviasi 0,74. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai sangat setuju terhadap variabel kemudahan. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel kemudahan sebesar 0,74 dari 200 responden.
2. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel manfaat memiliki rata-rata penilaian sebesar 4,97 dan standar deviasi 0. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel manfaat. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa penyebaran data variabel manfaat sebesar 0 dari 200 responden.
3. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel resiko memiliki rata-rata penilaian sebesar 3,44 dan standar deviasi 1,13. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai agak tidak setuju terhadap variabel resiko. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel resiko sebesar 1,13 dari 200 responden.
4. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel keamanan memiliki rata-rata penilaian sebesar 4,72 dan standar deviasi 1,40. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai agak setuju terhadap variabel keamanan. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel keamanan sebesar 1,40 dari 200 responden.
5. Hasil analisis terhadap variabel minat menggunakan *e-Money* memiliki rata-rata nilai sebesar 4,71 dan standar deviasi 0,14. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel minat menggunakan *e-Money*. Sementara itu, nilai standar deviasi dapat dilihat bahwa ukuran penyebaran data variabel minat menggunakan *e-Money* sebesar 0,14 dari 200 responden.
6. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penggunaan *e-Money* memiliki rata-rata penilaian sebesar 3,02 dan standar deviasi 2,98. Hasil tersebut berarti bahwa rata-rata responden menilai agak tidak setuju terhadap variabel penggunaan *e-Money*. Sementara, nilai standar deviasi dapat

diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel penggunaan *e-Money* sebesar 2,98 dari 200 responden.

#### 4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian pada penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) versi 3.0. Analisis menggunakan PLS dilakukan melalui dua tahap yaitu uji model pengukuran dan uji model struktural. Model pengukuran dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

##### 4.4.1 Hasil Uji Validitas

Pengukuran validitas suatu instrumen penelitian berfokus pada validitas konvergen dan validitas diskriminan (Hair et al, 2011). Maka dalam penelitian ini pengukuran validitas dilakukan dengan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

##### 4.4.1.1 Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat ditunjukkan dengan adanya korelasi tinggi antara nilai konstruk dengan nilai indikatornya. Indikator konstruk dikatakan valid jika memiliki *loadings factor* di atas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,50 (Ghozali, 2014). Namun *loadings factor* 0,60 sampai 0,70 dianggap masih dapat diterima (Hair et al, 2011). Hasil validitas konvergen disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Initial Items Loadings dan AVE

Variabel	Kode Item	Outer Loadings	AVE
Penggunaan <i>e-Money</i> (PE)	PE1	0.307 (delete)	0,460
	PE2	-0.000 (delete)	
	PE4	0.361 (delete)	
	PE4	0.145 (delete)	
	PE5	0.177 (delete)	
	PE6	0.857	
	PE7	0.769	
	PE8	0.707	
	PE9	0.818	
Kemudahan (KM)	KM1	0.864	0,853
	KM2	0.899	
	KM3	0.782	
	KM4	0.869	
Manfaat (M)	M1	0.656	0,780
	M2	0.737	

	M3	0.875	
	M4	0.855	
<b>Resiko (R)</b>	R1	0.768	0,616
	R2	0.919	
	R3	0.777	
<b>Keamanan (K)</b>	K1	0.889	0,867
	K2	0.877	
	K3	0.818	
	K4	0.884	
<b>Minat E-Money (ME)</b>	ME1	0.909	0,888
	ME2	0.916	
	ME3	0.840	

Sumber : Data primer, diolah 2019.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikator dari konstruk yang nilai *loadings factor* masih di bawah 0,70 yaitu indikator variabel penggunaan *e-Money* yaitu PE1, PE2, PE3, PE4, dan PE5. Maka, indikator-indikator tersebut harus dihapuskan dari analisis. Nilai AVE selain variabel penggunaan *e-Money* sudah menunjukkan nilai di atas 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator penelitian masih belum cukup valid.

Selain indikator PE1, PE2, PE3, PE4, dan PE5 dihapus dan dilakukan analisis kembali maka didapatkan hasil pengujian seperti yang disajikan pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10 Initial Items Loadings dan AVE Setelah Perbaikan Data**

<b>Variabel</b>	<b>Kode Item</b>	<b>Outer Loadings</b>	<b>AVE</b>
<b>Penggunaan E-Money (PE)</b>	PE6	0.876	0,798
	PE7	0.762	
	PE8	0.717	
	PE9	0.838	
<b>Kemudahan (KM)</b>	KM1	0.864	0,853
	KM2	0.899	
	KM3	0.782	
	KM4	0.869	
<b>Manfaat (M)</b>	M1	0.656	0,780
	M2	0.737	
	M3	0.875	
	M4	0.855	
<b>Resiko (R)</b>	R1	0.768	0,814
	R2	0.918	
	R3	0.777	

<b>Keamanan (K)</b>	K1	0.889	0,867
	K2	0.877	
	K3	0.818	
	K4	0.884	
<b>Minat E-Money (ME)</b>	ME1	0.908	0,888
	ME2	0.916	
	ME3	0.841	

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas yang merupakan hasil uji yang telah dilakukan kembali, maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai *loadings factor* seluruh indikator pada penelitian ini sudah di atas 0,70, sama halnya dengan nilai AVE yang juga sudah di atas 0,50. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini valid dan konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

#### 4.4.1.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diuji berdasarkan dua kriteria. Pertama, *cross loadings* setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Kedua, akat kuadrat AVE untuk setiap konstruk harus lebih besar daripada korelasi dengan semua konstruk. Validitas diskriminan juga dapat ditentukan dengan kriteria bahwa nilai *cross loadings* untuk setiap konstruk harus di atas 0,70 (Ghozali, 2014). Namun, *cross loadings* 0,60 sampai 0,70 juga dianggap masih dapat diterima (Hair et al, 2011). Hasil *cross loadings* disajikan dalam Tabel 4.11.

**Tabel 4.11 Nilai Cross Loading**

	<b>K</b>	<b>M</b>	<b>R</b>	<b>K</b>	<b>ME</b>	<b>PE</b>
<b>KM1</b>	0.864	0.674	-0.010	0.373	0.577	0.332
<b>KM2</b>	0.899	0.687	-0.005	0.352	0.566	0.222
<b>KM3</b>	0.782	0.597	-0.023	0.326	0.518	0.336
<b>KM4</b>	0.869	0.682	0.025	0.394	0.596	0.221
<b>M1</b>	0.449	0.656	-0.252	0.467	0.466	0.096
<b>M2</b>	0.576	0.737	-0.077	0.311	0.522	0.259
<b>M3</b>	0.680	0.875	-0.092	0.415	0.658	0.191
<b>M4</b>	0.699	0.855	0.024	0.422	0.605	0.207
<b>R1</b>	0.068	-0.039	0.768	-0.266	-0.059	0.143
<b>R2</b>	-0.036	-0.145	0.918	-0.225	-0.160	0.029
<b>R3</b>	0.011	-0.048	0.777	-0.308	-0.090	0.045
<b>K1</b>	0.462	0.500	-0.237	0.889	0.510	0.195
<b>K2</b>	0.492	0.512	-0.264	0.877	0.480	0.160

<b>K3</b>	0.191	0.322	-0.297	0.818	0.442	0.072
<b>K4</b>	0.308	0.420	-0.257	0.884	0.474	0.135
<b>ME1</b>	0.606	0.691	-0.109	0.516	0.908	0.255
<b>ME2</b>	0.640	0.667	-0.072	0.480	0.916	0.326
<b>ME3</b>	0.511	0.562	-0.209	0.471	0.841	0.269
<b>PE6</b>	0.262	0.200	0.073	0.107	0.291	0.876
<b>PE7</b>	0.275	0.187	0.053	0.140	0.270	0.762
<b>PE8</b>	0.215	0.189	0.034	0.109	0.195	0.717
<b>PE9</b>	0.277	0.199	0.043	0.172	0.252	0.838

Sumber : Data primer, diolah 2019

Pertama, validitas diskriminan dapat ditentukan dengan melihat *cross loadings* pada setiap konstruk. Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa *cross loadings* setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Selanjutnya semua nilai *cross loadings* untuk setiap konstruk diatas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan pada penelitian ini ini baik.

Kedua adalah dengan melihat akar kuadrat AVE. Hasil uji dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila akar kudrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan semua konstruk. Hasil uji validitas dskriminan ditunjukkan pada Tabel 4.12 dan 4.13.

**Tabel 4.12 Nilai *Correlations Of Latent Variabel (Fornell-Larcker Criterion)***

	<b>KM</b>	<b>M</b>	<b>R</b>	<b>K</b>	<b>ME</b>	<b>PE</b>
<b>KM</b>	0.798					
<b>M</b>	0.774	0.853				
<b>R</b>	-0.003	-0.114	0.780			
<b>K</b>	0.424	0.509	-0.303	0.814		
<b>ME</b>	0.662	0.723	-0.142	0.550	0.867	
<b>PE</b>	0.323	0.242	0.065	0.164	0.319	0.888

Sumber: Data primer, diolah 2019

**Tabel 4.13 Nilai Ave dan Akar AVE**

<b>Variabel</b>	<b>AVE</b>	<b>√AVE</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kemudahan</b>	0,798	0,893	Valid
<b>Manfaat</b>	0,853	0,924	Valid
<b>Resiko</b>	0,780	0,883	Valid
<b>Keamanan</b>	0,814	0,902	Valid
<b>Minat Menggunakan <i>e-Money</i></b>	0,867	0,931	Valid
<b>Penggunaan <i>e-Money</i></b>	0,888	0,942	Valid

Sumber : Data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.12 dan 4.13 dapat diketahui bahwa nilai akar AVE pada setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antarsemua konstruk pada tabel 4.13. Sebagai contoh, pada konstruk kemudahan memiliki nilai AVE sebesar 0,798 dan nilai akar AVE sebesar 0,893. Nilai akar AVE pada konstruk lebih besar dibandingkan dengan koefisien korelasi antara variabel kemudahan dengan variabel lain yang masing-masing memiliki nilai antara KM dengan M sebesar 0,774, KM dengan R sebesar -0,003, KM dengan K sebesar 0,424, KM dengan ME sebesar 0,662, dan KM dengan PE sebesar 0,323. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan memiliki tingkat diskriminan yang baik dan dapat dinyatakan valid. Begitu pula dengan variabel lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di dalam penelitian ini menunjukkan validitas yang cukup baik.

#### 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk dan membantu nilai ukuran baik tidaknya suatu konstruk. Selain itu, peran uji reliabilitas adalah untuk mengurangi kesalahan dan bias dalam suatu penelitian. Reliabilitas diukur berdasarkan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memenuhi kriteria yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0,70 (Ghozali, 2014). Berikut pengujian hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 4.14.

**Tabel 4.14 Nilai Cronbach Alpha Dan Composite Reliability**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<b>Kemudahan</b>	0.876	0.915	Reliabel
<b>Manfaat</b>	0.789	0.864	Reliabel
<b>Resiko</b>	0.783	0.863	Reliabel
<b>Keamanan</b>	0.890	0.924	Reliabel
<b>Minat Penggunaan e-Money</b>	0.867	0.919	Reliabel
<b>Penggunaan e-Money</b>	0.813	0.877	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah 2019

Hasil uji reliabilitas yang telah disajikan pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki *composite reliability* di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel. Sedangkan *cronbach's alpha* semua variabel dalam penelitian ini juga di atas 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

#### 4.5 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

SEM dengan konstruk laten memiliki dua komponen. PLS-SEM. Komponen kedua dari model persamaan struktural terdiri dari model pengukuran, juga disebut outer model dalam konteks PLS-SEM. Inner model menunjukkan hubungan (jalur) antar konstruk laten. Evaluasi inner model bertujuan untuk menentukan model goodness-fit dengan metode R-square. Selanjutnya, melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat hasil pada *path coefficients* (Mean, STDEV, T-Values, P-Value) (Ghozali, 2014).

##### 4.5.1 Uji Goodness Fit Model

Pengujian *Goodness-fit* menggunakan *R-square* ditampilkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.15 Nilai R-Square**

Variabel	R-Square
Minat Menggunakan <i>e-Money</i>	0,582
Penggunaan <i>e-Money</i>	0,097

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.15 yang telah ditampilkam di atas menunjukkan bahwa nilai R-Square pada variabel minat menggunakan *e-Money* (ME) sebesar 0,580. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel minat menggunakan *e-Money* dijelaskan oleh konstruk kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan sebesar 58%, sedangkan sisanya dijelaskan sebesar 42% oleh konstruk lain di luar penelitian ini. Nilai R-Square pada variabel penggunaan *e-Money* sebesar 0,097. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel penggunaan *e-Money* dijelaskan oleh konstruk minat menggunakan *e-Money* sebesar 9,7%, sedangkan sisanya sebesar 90,3% dijelaskan oleh konstruk lain di luar penelitian ini.

#### 4.5.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian selanjutnya pada model struktural adalah dengan melihat signifikansi pengaruh antara variabel pada *path coefficients*. Hasil pengujian yang dilakukan disajikan pada Tabel 4.16:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis**

	Hipotesa	$\beta$	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Kemudahan → Manfaat	0.775	23.575	0.000	Didukung
H2	Kemudahan → Minat menggunakan <i>e-Money</i>	0.240	2.699	0.007	Didukung
H3	Kemudahan → Keamanan	0.438	6.815	0.000	Didukung
H4	Manfaat → Resiko	-0.116	1.415	0.158	Tidak Didukung
H5	Manfaat → Minat menggunakan <i>e-Money</i>	0.419	4.544	0.000	Didukung
H6	Resiko → Minat menggunakan <i>e-Money</i>	-0.030	0.536	0.592	Tidak Didukung
H7	Keamanan → Minat menggunakan <i>e-Money</i>	0.221	3.163	0.002	Didukung
H8	Minat menggunakan <i>e-Money</i> → Penggunaan <i>e-Money</i>	0.319	4.670	0.000	Didukung

Sumber: Data primer, diolah 2019

Data yang disajikan dalam tabel di atas dapat diinterpretasikan dengan melihat nilai *path coefficients* yang mengindikasikan koefisien pengaruh antar variabel. Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antar variabel yaitu dengan melihat nilai statistik. Apabila nilai t-statistik > t-tabel maka hasilnya signifikan (Ghozali, 2014). Nilai t-tabel dapat diketahui dengan melakukan perhitungan rumus derajat kesesuaian. Berdasarkan perhitungan rumus derajat kesesuaian yang telah dilakukan dengan menggunakan signifikan level 5% (*one-tailed*) atau tingkat kepercayaan 95% dapat diketahui bahwa t-tabel sebesar 1,652.

Hasil uji *path coefficients* pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima hipotesa yang memenuhi kriteria nilai t-statistik > t-tabel. Sedangkan dua hipotesa yang tidak memenuhi kriteria adalah manfaat → resiko dengan nilai sebesar  $1,415 < 1,652$ , dan resiko → minat menggunakan *e-Money* dengan nilai

sebesar  $0,536 < 1,652$ . Maka berdasarkan data yang telah disajikan dalam Tabel 4.16 penjelasan mengenai hasil pengujian hipotesis dijabarkan berikut ini:

#### **4.5.2.1 Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap manfaat dalam penggunaan *e-Money***

Variabel kemudahan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap manfaat penggunaan *e-Money*. Hasil *path coefficients* variabel kemudahan menunjukkan nilai koefisien parameter sebesar  $0,775$ . Semakin tinggi kemudahan, maka semakin tinggi manfaat yang diperoleh dalam penggunaan *e-Money*. Nilai t-statistik menunjukkan hasil yaitu  $23,575 > 1,652$ . Berdasarkan hasil statistik tersebut mengindikasikan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap variabel manfaat dalam penggunaan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini **didukung**.

Penelitian dari Anjelina (2018) dan Abbad (2013) juga mendukung hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap manfaat penggunaan *e-Money*.

Implikasinya terhadap mahasiswa disebabkan adanya manfaat besar yang dirasakan oleh pengguna *e-Money* yaitu dengan kemudahan dalam bertransaksi, memudahkan pekerjaan, meningkatkan produktivitas dan efektivitas pengguna maka mereka terus menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini disebabkan juga karena penyedia jasa *e-Money* sudah merancang sistem penggunaan *e-Money* dengan mudah sehingga secara otomatis manfaat yang disusun juga akan mengikuti kemudahan tersebut. Sejalan dengan TAM, dimana adanya kemudahan suatu sistem yang dirancang untuk mempermudah produktivitas seseorang pasti akan memberikan manfaat yang berarti bagi penggunanya sehingga pengguna akan selalu menggunakan *e-Money* sebagai alat transaksi. Semakin tinggi tingkat kemudahan maka semakin tinggi nilai manfaat dari penggunaan *e-Money*.

#### 4.5.2.2 Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money*

Variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Diperoleh dari hasil koefisien parameter pada *path coefficients* variabel kemudahan terhadap minat menggunakan *e-Money* sebesar 0,240. Semakin tinggi kemudahan maka minat menggunakan *e-Money* semakin tinggi. Hasil nilai t-statistik menunjukkan hasil  $2,699 > 1,652$ . Berdasarkan hasil t-statistik tersebut mengindikasikan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini **didukung**.

Penelitian Priambodo dan Prabawani (2016), Utami dan Kusumawati (2017), Marchelina dan Pratiwi (2018) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-Money*. Dalam konstruk TAM 3 kemudahan dipengaruhi oleh beberapa poin salah satunya adalah pengalaman dan kualitas hasil yang didapatkan. Ketika pengalaman dan kualitas hasil yang didapat memuaskan dan memberi kemudahan maka pengguna akan menggunakannya secara berkelanjutan.

Implikasi membuktikan bahwa sistem maupun teknologi yang dianggap mudah oleh seorang individu maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-Money* karena tidak perlu repot untuk membawa uang tunai dan mengurangi usaha seseorang di dalam mempelajari dan menggunakannya dalam keseharian. Hal ini juga diharapkan bagi penerbit *e-Money* sebagai penyedia layanan dapat mengembangkan fitur layanan agar masyarakat merasa bahwa penggunaan *e-Money* semakin lebih mudah untuk dipahami dan digunakan sehingga berminat untuk selalu menggunakan layanan tersebut dalam bertansaksi.

#### **4.5.2.3 Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keamanan dalam penggunaan *e-Money***

Variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keamanan dalam penggunaan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* variabel kemudahan terhadap keamanan sebesar 0,438. Hasil t-statistik menunjukkan nilai sebesar  $6,815 > 1,652$ . Berdasarkan hasil t-statistik tersebut mengindikasikan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap keamanan dalam penggunaan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian pada hipotesis ketiga ini **didukung**.

Penelitian Putri (2018) membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keamanan dalam penggunaan *e-Money*.

Pada teori TAM terdapat dua hal yang mempengaruhi yaitu kemudahan dan manfaat. Keamanan merupakan salah satu hal penting dalam penggunaan teknologi karena menyangkut informasi data pribadi penggunanya. Ketika keamanan menjadi suatu hal yang mudah untuk menggunakan *e-Money* dengan merasa aman dan percaya maka akan memudahkan pengguna dalam menggunakan *e-Money* dalam bertansaksi. Dengan begitu para pengguna tidak khawatir untuk membagi data informasi, merasa aman menyimpan uang dalam *e-Money* tersebut. Bagi penyedia layanan *e-Money* juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas keamanan sistem teknologi yang dirancang tersebut. Semakin tinggi rasa aman tersebut maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-Money*.

#### **4.5.2.4 Manfaat memiliki pengaruh negatif terhadap resiko dalam penggunaan *e-Money***

Variabel manfaat memiliki pengaruh negatif terhadap resiko dalam penggunaan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* sebesar -0,116. Hasil t-statistik menunjukkan nilai sebesar  $1,415 < 1,652$ . Berdasarkan hasil t-statistik tersebut mengindikasikan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel resiko dalam minat penggunaan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke empat ini **tidak didukung**.

Penelitian Miliani (2013) dan Rahul dan Aurora (2018) membuktikan bahwa manfaat berpengaruh negatif terhadap resiko.

Implikasinya terlihat pada masyarakat di Indonesia yang menggunakan *e-Money*, dimana mereka tidak terlalu memperdulikan betapa besar resikonya selama mereka mendapatkan manfaat dan kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan *e-Money* dalam sehari-hari. Setiap sistem dan teknologi yang diciptakan pasti memiliki manfaat dan resiko. Dengan adanya manfaat yang dirasakan pasti juga adanya resiko yang didapat meskipun tidak besar. Namun, dengan meningkatnya pengguna maka pihak provider pasti juga akan meningkatkan kualitas produknya dari berbagai aspek.

#### **4.5.2.5 Manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money***

Variabel manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* menunjukkan hasil 0,419. Semakin tinggi manfaat yang diberikan maka semakin banyak pengguna *e-Money*. Hasil t-statistik menunjukkan nilai sebesar 4,544 > 1,652. Berdasarkan hasil uji statistik mengindikasikan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke lima penelitian ini didukung.

Penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) dan Wibowo et al (2016) membuktikan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan et al (2016) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-Money*. Kemungkinan dengan responden yang rata-rata adalah mahasiswa dimana mereka beranggapan bahwa manfaat tidak berpengaruh besar untuk membantu produktivitas mereka dalam sehari-hari.

Persepsi manfaat ini dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Hal ini berimplikasi terhadap para penerbit *e-Money* terus mengembangkan fasilitas pelayanannya agar dapat memberikan keyakinan

kepada masyarakat dengan menggunakan *e-Money* dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan kinerja pengguna semakin efisien, efektif, dan produktif. Sesuai dengan konstruk TAM, sebarang manfaat yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan *e-Money* pasti akan menggunakannya kembali. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-Money*.

#### **4.5.2.6 Resiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan *e-Money***

Variabel resiko memiliki pengaruh negatif terhadap variabel minat menggunakan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* menunjukkan hasil -0,030. Semakin tinggi tingkat resiko maka minat menggunakan *e-Money* semakin rendah. Hasil uji t-statistik menunjukkan nilai sebesar  $0,536 < 1,652$ . Berdasarkan hasil uji statistik mengindikasikan bahwa variabel resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke enam penelitian ini **tidak didukung**.

Penelitian Priambodo dan Prabawani (2016), Ramadhan et al (2016), membuktikan bahwa variabel resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwwoniponth (2016) yang menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa resiko hanya ada akan merugikan pengguna ketika penggunanya sendiri merasa sistem atau teknologi yang digunakannya merugikan. Jadi tergantung dari bagaimana penilaian atau sudut pandang penggunanya.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-Money*. Hal ini berimplikasi minat menggunakan *e-Money* dalam menggunakan layanan fitur yang dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau semakin rendah resiko maka akan mempengaruhi penggunaan *e-Money* pada pengguna. Resiko timbul dari kekhawatiran pelanggan akan dampak negatif yang mungkin terjadi selama

menggunakan *e-Money*. Sehingga semakin tinggi tingkat resiko yang diperoleh saat menggunakan *e-Money* seperti identitas diri tidak terjaga, saldo yang tiba-tiba berkurang, dan keamanan eksternal maka akan mengurangi minat menggunakan *e-Money* dan begitu sebaliknya. Bagi pihak penyedia layanan *e-Money* tentunya akan menurunkan rating penggunaan, maka dari itu dari pihak penyedia layanan *e-Money* juga perlu membenahi dan memperbaharui sistem *e-Money* tersebut secara berkala. Dengan begitu maka tingkat resiko yang akan ditimbulkan semakin rendah dan pengguna semakin berminat untuk menggunakan *e-Money* sebagai alat transaksi.

#### **4.5.2.7 Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money***

Variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* sebesar 0,221. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem maka akan semakin meningkatkan minat menggunakan *e-Money*. Hasil t-statistik menunjukkan nilai sebesar  $3,163 > 1,652$ . Berdasarkan hasil uji statistik mengindikasikan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke tujuh penelitian ini **didukung**.

Penelitian Utami dan Kusumawati (2017), Patel dan Patel (2016), serta Wong dan Mo (2019) membuktikan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*.

Implikasi terhadap pengguna keamanan berpengaruh signifikan dalam menggunakan layanan *e-Money* yang dapat mengindikasikan bahwa sistem layanan *e-Money* kompeten dalam memberikan keamanan sebagai aplikasi teknologi keuangan bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat menyebabkan pengguna *e-Money* merasa aman dengan sistem layanan *e-Money* yang diberikan. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem atau teknologi yang diciptakan maka pengguna akan merasa aman ketika menggunakannya. Informasi data dijaga, saldo tidak akan berkurang meskipun lama tidak digunakan maka minat menggunakan *e-Money* akan meningkat dan

begitu sebaliknya. Bagi penyedia layanan *e-Money* juga harus meningkatkan kualitas keamanan sistem *e-Money* tersebut sehingga pengguna selalu merasa aman ketika menggunakan *e-Money*.

#### **4.5.2.8 Minat penggunaan *e-Money* memiliki pengaruh positif terhadap Penggunaan *e-Money*.**

Variabel minat penggunaan *e-Money* memiliki pengaruh positif terhadap variabel penggunaan *e-Money*. Diperoleh dari hasil parameter koefisien pada *path coefficients* menunjukkan hasil 0,319. Hasil tersebut diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai minat menggunakan *e-Money* maka akan semakin meningkatkan penggunaan *e-Money* dalam aktivitas sehari-hari. Hasil uji statistik menunjukkan hasil sebesar  $4,670 > 1,652$  sehingga terdapat pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis ke delapan penelitian ini **didukung**.

Penelitian ini didukung Morosan dan Defranco (2016) dan Islam, et al (2017) yang menyatakan bahwa minat menggunakan teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

Hasil tersebut sesuai dengan pernyataan Davis (1998) bahwa minat menggunakan teknologi merupakan konstruk penting di dalam TAM yang menjadi faktor penggunaan teknologi. Maka minat menggunakan *e-Money* memegang peran penting dalam mendorong penggunaan *e-Money* sesungguhnya dalam keseharian untuk terus menggunakannya.

Implikasinya adalah minat masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi pembayaran di berbagai macam tempat untuk memenuhi kebutuhan menyebabkan masyarakat harus mewujudkan minat tersebut melalui tindakan nyata dengan menggunakan *e-Money* sebagai alat transaksi tanpa repot. Seperti membayar makanan atau minuman, membeli pulsa, membayar tagihan rutin, dan lain sebagainya. Hal itu berarti memudahkan sekaligus memberi manfaat bagi penggunanya dan pengguna merasa aman untuk menggunakannya. Bagi pihak perusahaan penyedia layanan *e-Money* juga sebaiknya selalu memperhatikan inovasi yang sedang trend di kalangan millennial, memperbaharui iklan, fasilitas,

sistem, dan layanan untuk menarik perhatian pengguna dengan begitu akan meningkatkan minat penggunaan *e-Money* sekaligus kualitas *e-Money* tersebut.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Berdasarkan hasil uji dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Penelitian ini meneliti persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan yang mempengaruhi seseorang dalam minat menggunakan *e-Money* dengan sampel sebanyak 200 responden di kalangan Mahasiswa di Yogyakarta.
2. Persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat. Semakin tinggi tingkat kemudahan maka akan semakin banyak manfaat yang dirasakan ketika pengguna menggunakan *e-Money* tersebut.
3. Persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang diberikan pada pengguna maka akan semakin meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-Money*.
4. Persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi keamanan. Tingkat kemudahan yang tinggi mampu mempengaruhi tingkat keamanan seseorang dalam membagi informasinya yang berarti pengguna merasa percaya kepada pihak penyelenggara *e-Money*.
5. Persepsi manfaat terbukti tidak berpengaruh terhadap persepsi resiko dalam menggunakan resiko. Semakin banyak manfaat yang didapat belum tentu juga akan merasakan resiko besar dalam penggunaan *e-Money*.
6. Persepsi manfaat terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Semakin tinggi tingkat manfaat yang dirasakan oleh pengguna maka akan semakin meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-Money*.

7. Persepsi resiko terbukti tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-Money*. Semakin tinggi tingkat resiko yang dirasakan maka akan menurunkan minat penggunaan *e-Money*.
8. Persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-Money*. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan untuk kenyamanan pengguna maka akan semakin meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan *e-Money*.
9. Minat menggunakan *e-Money* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-Money*. Maka semakin tinggi minat menggunakan *e-Money* semakin tinggi pula perilaku penggunaan *e-Money* dalam menggunakan *e-Money* dalam sehari-hari.

## 5.2 Implikasi

1. Bagi perusahaan penerbit *e-Money* baik perbankan maupun non-perbankan Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penerbit *e-Money* baik perbankan maupun non-perbankan. Menurut hasil penelitian ini persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan keamanan berpengaruh, sehingga apabila pengguna merasa *e-Money* yang digunakannya memberikan dampak positif pada aktivitas sehari-hari maka minat untuk menggunakannya menjadi lebih besar. Sedangkan untuk persepsi resiko berpengaruh negatif, yang artinya apabila resiko yang didapatkan dari penggunaan *e-Money* semakin kecil maka minat penggunaannya juga semakin tinggi. Perusahaan penerbit dapat mengembangkan dan meningkatkan layanan mereka dengan selalu melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu perlu adanya sosialisasi mengenai *e-Money* kepada masyarakat.
2. Bagi pengguna *e-Money*  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pengguna dan calon pengguna yang berminat untuk menggunakan *e-Money*. Menurut hasil penelitian ini persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan keamanan berpengaruh positif, sehingga apabila pengguna merasa *e-Money*

memberikan dampak positif maka minat menggunakannya juga semakin besar. Sedangkan untuk persepsi resiko berpengaruh negatif, yang artinya apabila resiko yang didapatkan dari menggunakan *e-Money* kecil maka minat menggunakannya semakin banyak. Hal tersebut menjelaskan bahwa penggunaan *e-Money* memberikan banyak kelebihan dibandingkan uang tunai, karena dianggap lebih mudah, praktis, bermanfaat, tidak beresiko, dan aman. Sehingga diharapkan bagi pengguna maupun calon pengguna *e-Money* yang sudah berminat dapat menggunakan *e-Money* dengan sebaik-baiknya.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang diharapkan dapat memperbaiki penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan metode survey berupa kuisioner. Terdapat kemungkinan bahwa dalam proses pengisian kuisioner responden tidak bersungguh-sungguh sehingga dapat menimbulkan hasil yang tidak meyakinkan ataupun menyesatkan.
2. Sampel pada penelitiann ini merupakan pengguna *e-Money* di kalangan Mahasiswa di Kota Yogyakarta sehingga penelitian ini hanya merefleksikannya pada kalangan mahasiswa yang mempengaruhi pengguna *e-Money* di Kota Yogyakarta.
3. Penelitian ini hanya membahas 4 faktor yakni persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persespsi resiko, dan keamanan yang mempengaruhi minat penggunaan *e-Money*. Terdapat banyak kemungkinan faktor-faktor lain yang terabaikan dan sebenarnya memiliki pengaruh besar dalam minat menggunakan *e-Money*.

### **5.4 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya disarankan:

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode wawancara sehingga responden dapat memberikan informasi yang sebenarnya dan sungguh-sungguh.
2. Penelitian sesungguhnya disarankan menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam penggunaan *e-Money*, seperti fitur layanan, daya tarik promosi, dan kepuasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbad, Muneer. M. (2003). E-Banking in Jordan : Behaviour and Information Technology. 32(7), 57-71.
- Adhinagari, Annisa Haibah. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi resiko Terhadap Penggunaan electronic money (Studi Kasus Pada Warga Penggunaan e-Money di Kabupaten Sleman).
- Afghani, M. F., dan Yulianti, E. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko , serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi e-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113–128.
- Bank Indonesia. (2019a). Jumlah Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah uang elektronik.aspx>
- Bank Indonesia. (2019b). Penyelenggara Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Penyelenggara Uang Elektronik.aspx>
- Bank Indonesia. (2019c). Transaksi - Bank Sentral Republik Indonesia. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx>
- Bank Indonesia. (2019d). Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/g-welektronik/Pages/default.aspx>
- Bank for International Settlements. (1996). Implications for Central Banks of The Development of Electronic Money. Bis. Retrived from <http://www.bis.org/publ/bisp01.htm>
- Cox, D.F., dan Rich, S.U. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision Making - The Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., dan Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.

- Dowling, G. R. dan Staelin, R. (1994). *A model of perceived risk and intended risk-handling activity*. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119-134.
- Fadhli, M., dan Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 264–276.
- Fadlillah, F. F. (2018). Sudah Saatnya Beralih ke E-money, Alat Pembayaran Zaman Now. Retrieved November 12, 2018, from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>
- Featherman, M. S. and Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-service adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59 (4), 451-474.
- Ghozali, I. (2013). Analisis Multivariate dengan program IBSM SPSS21. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS) (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Partial Least Squares Concepts, Techniques, and Applications Using the SmartPLS 3.0 Program*.
- Ghozali, I, & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Hair, J., T. Hult, C. Ringle, dan M. Sarstedt. (2013). *A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage
- Hair, Joe F, Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-sem : Indeed a silver bullet  
PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet, (March).
- Hair, Joseph F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12.
- Islam, Z., Kim Cheng Low, P., & Hasan, I. (2013). Intention to Use Advanced Mobile Phone Services (AMPS). *Management Decision*, 51(4), 824–838.
- Juhri, Kurniatul., dan Dewi Citra Kusuma. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( Tam ). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Khatimah, Husnil dan fairol Halim. (2016). *The effect of attitude and its decomposed, perceived behavioral control and its decomposed and awareness on intention to use e-money mobile in Indonesia*. School of Business Management, Universiti Utara Malaysia, Sintok, 06010, Kedah, Malaysia.

- Kim et al. (2008). *A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and, their antecedents.*
- Langelo. A. S. E. (2013). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Impact to Lecturers' Internet Banking Adoption. EMBA, 1(4).* 1571-1580.
- Lee, M. C. (2009). *Factors influencing the adaption of internet banking: An integration TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. Electronic Commerce Research and Applications, 8(3),* 130-141.
- Listianti, U. Y. (2018). “*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa FEB UMS.*”
- Marchelina, D., dan Raisa, P. (2016). “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan e- Money (Studi Kasus Pada Pengguna e-Money Kota Palembang),*” 1–17.
- Miliani, L., Mustika, S. P., dan Indriani, M. T. D. (2013). *Adoption Behavior of E-Money Usage. Information Management and Business Review, 5(7),* 369-378
- Morosan, C., & Defranco, A. (2016). *International Journal of Hospitality Management. It’s about time : Revisiting UTAUT2 to examine consumers ’ intentions to use NFC mobile payments in hotels &. International Journal of Hospitality Management, 53,* 17–29.
- Nasri, W. and Charfeddine, L. (2012) *Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behaviour. The Journal of High Technology Management Research, 23,* 1-14.
- Parastiti, et al. (2015). *Analisis Penggunaan uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). JESP., 7(1),* 75-82.
- Park, Sung Youl. (2009). *An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Money. Educational Technology & Society 12(3):*150-162.
- Park, Chung-Hoon., dan Young-Gul Kim. (2006). *The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Dite Commitmennts. Journal of Electronic Commerce in Organizations, 4(1).* Hal 70-90.
- Patel, K.J., dan Patel, H.J. (2016). *Adoption du service bancaire Internet au Gujarat: une extension du TAM avec une sécurité et une influence sociale perçues. International Journal of Banking Marketing, 36 (1),* 147-169.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., dan Fong, M.W.L. (2016). *Une enquête sur le service de paiement mobile (m-payment) en Thaïlande. Journal Asie-Pacifique d'administration des affaires, 8(1),* 56-78.
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating*

*Trust and Risk with The Techonology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce.* 7(3). 69-103.

Priambodo, S., dan Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–9.

Priyono, Anjar. (2017). “Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay.” *Jurnal Siasat Bisnis* 21 (1): 88–106..

Rahul, M., dan Aurora Nupur. (2018). *The Role of Perceived Risk in Influencing Online Shopping Attitude among Woman in India*. Ansal University.

Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., dan Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. Retrieved from <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>

Salimon, et al. (2018). *The mediating role of hedonic motivation on the relationship between adpotion of e-Banking and its determinants. International Journal of Bank Marketing* (35) 4, 558-582.

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

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwunniponth, Wanida. (2017). “Customers ’ Intention to Use Electronic Payment System for Purchasing.” *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering* 10 (12): 3925–30.

Utami, S. S., dan Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Audit dan Keuangan: BALANCE*, XIV (2).

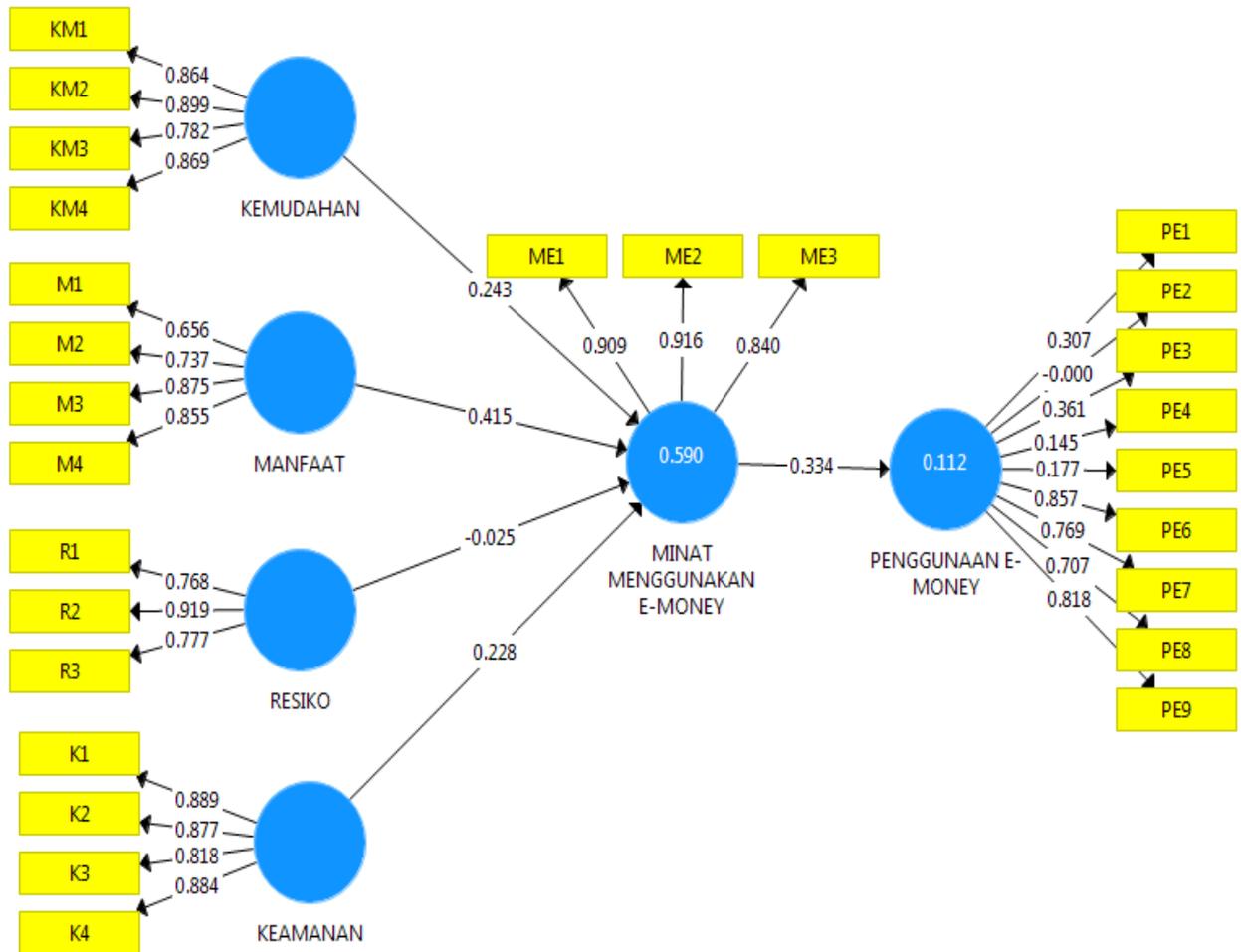
Venkatesh, V., dan Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. Whitman, Michael. E., and Mattord, H. J., (2009). *Priciples of Information Security*. Kennesaw State University. 4th edition, ch.1(8).

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., dan Suhud, U. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

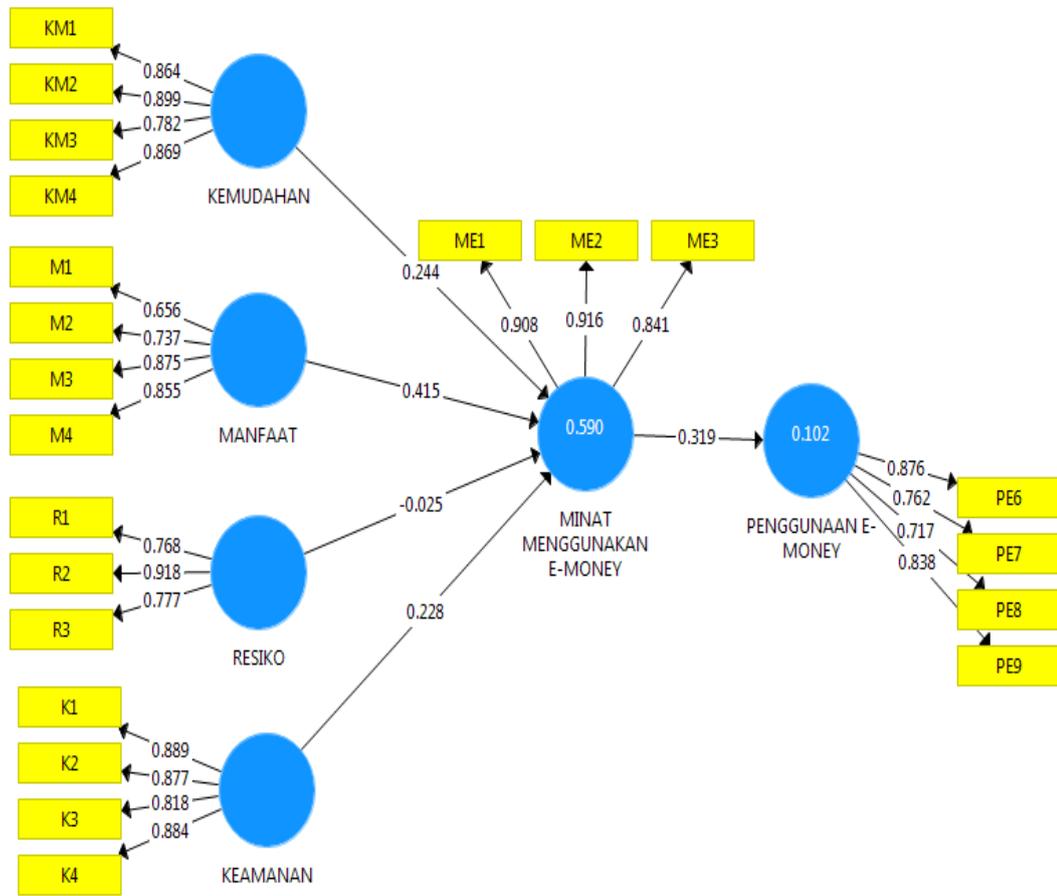
Wong, Wai Han., dan Mo, Wing Ying. (2019). A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technology Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science*, 7(), 101-120.

- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling dengan Lisrel – PLS*. Jakarta: Salemba.
- Yulianto, Y., Ferdinand, A. T., dan Soesanto, H. (2016). Studi Mengenai Pengaruh Tekanan Waktu Untuk Membeli, Derajat Diferensiasi Produk dan Customer Value Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik (Studi pada Pengguna Uang Elektronik e-Money di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(3), 152–167.
-

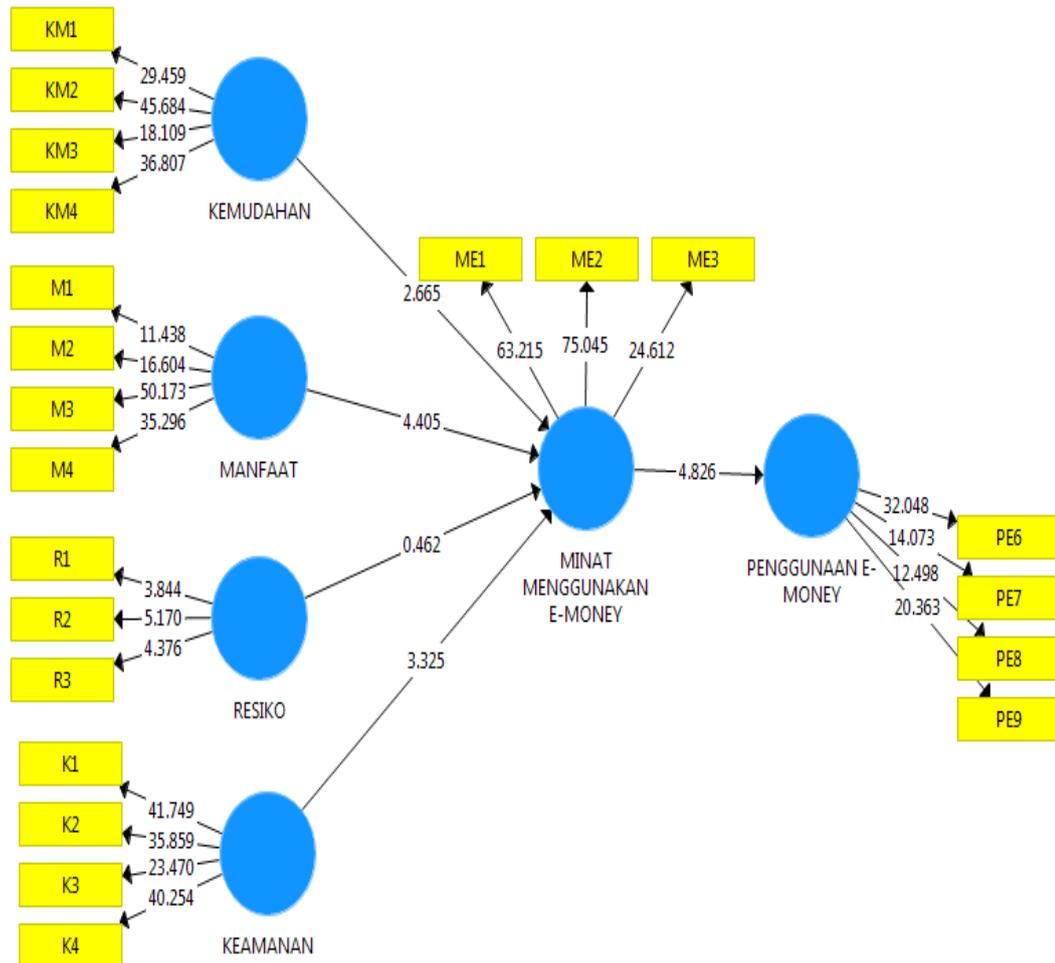
## MODEL HASIL PENELITIAN



## PENGUJIAN ULANG PENELITIAN



## PENGUJIAN BOOTSTRAPPING HIPOTESIS



**MODEL HASIL PENELITIAN DENGAN ANALISIS VARIABEL  
MEDIATING**

