PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, SERTA RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNA *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SKRIPSI

Oleh:

Nama: Muhammad Dito Maulana

No. Mahasiswa: 20312536

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Serta Risiko Terhadap Minat Pengguna *E-money* di Kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:
Nama : Muhammad Dito Maulana
No Mahasiswa: 20312536

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA
2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Penulis,



(Muhammad Dito Maulana)

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Serta Risiko Terhadap Minat Pengguna *E-money* di Kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Muhammad Dito Maulana

No. Mahasiswa: 20312536

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 18 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Dra. Abriyani Puspaningsih, MSi, Ak, CA, Asean CPA

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, serta Risiko Terhadap Minat Penggunaan e-money

Disusun oleh : MUHAMMAD DITO MAULANA

Nomor Mahasiswa : 20312536

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 01 Juli 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA. .....

Penguji : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA., CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. karena dengan Ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadapat Minat Penggunaan *E-money Money* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.** Sholawat maupun salam penulis panjatkan kepada nabi Muhammad SAW yang merupakan utusan Allah SWT yang memberi petunjuk kepada seluruh umat manusia. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana strata-1 di program studi Akuntansi.

Selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi, banyak bantuan dan dukungan diterima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si., Ak., CA, ACPA selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membantu mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi. Terima kasih atas segala ilmu, bimbingan, arahan, dan nasehat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Setyawan dan Ibu Sri Lestari yang selalu memberikan dukungan berupa semangat dan doa kepada penulis
3. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i
Halaman Judul ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
BERITA ACARA v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
BAB II 8
KAJIAN PUSTAKA 8
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) 8
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen 8
2.1.3 Keamanan 9
2.1.4 Kemudahan 9
2.1.5 Kepercayaan 9
2.1.6 Risiko 10
2.1.7 Minat Penggunaan *E-money* 10
2.2 Penelitian Terdahulu 12
2.3 Pengembangan Hipotesis 21
2.3.1 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan *E-money* 21
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *E-money* 22
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *E-money* 23
2.3.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-money* 24

2.3.5 Kerangka Penelitian 25
BAB III 26
METODE PENELITIAN 26
3.1 Populasi dan Sampel 26
3.2 Metode Pengumpulan Data 26
3.3 Variabel Penelitian 27
3.4 Variabel Independen 27
3.4.1 Variabel Keamanan 28
3.4.2 Variabel Kemudahan 28
3.4.3 Variabel Kepercayaan 29
3.4.4 Variabel Resiko 30
3.5 Variabel Dependen 30
3.5.1 Minat 30
3.6 Metode Analisis Data 31
3.6.1 Uji Validitas 31
3.6.2 Uji Reliabilitas 31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik 32
3.6.4 Uji Normalitas 32
3.6.5 Uji Multikolinieritas 32
3.6.6 Uji Heterokesdasitas 32
3.6.7 Analisis Regresi Linier Berganda 32
3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi 33
3.6.9 Uji Kelayakan Model 33
3.6.10 Uji Hipotesis 33
3.7 Sumber Data 34
3.7.1 Deskripsi Responden 34
BAB IV 36
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 36
4.1 Hasil Pengumpulan Data 36
4.2 Karakteristik Responden 37
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 37

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata pengeluaran *E-money* dalam satu bulan....38
4.3 Analisis Statistik Deskriptif....38
4.4 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas....39
4.4 Uji Validitas....39
4.5 Uji Reliabilitas....40
4.6 Uji Asumsi Klasik....40
4.6.1 Uji Normalitas....40
4.6.2 Uji Multikolinieritas....41
4.6.3 Uji Heterokesdasitas....42
4.7 Analisis Hipotesis....43
4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda....43
4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi....44
4.7.3 Uji Kelayakan Model....45
4.7.4 Uji Hipotesis....47
4.8 Pembahasan....48
4.8.1 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia....48
4.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia....48
4.8.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia....49
4.8.4 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia....49
BAB V....50
5.1 Kesimpulan....50
5.2 Keterbatasan Penelitian....51
5.3 Saran....52
DAFTAR PUSTAKA....53
LAMPIRAN....56

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Pengumpulan Data 36
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 37
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan rata-rata pengeluaran *e-money* Dalam Satu Bulan 38
4.5 Statistik Deskriptif 38
4.6 Uji Validitas 39
4.7 Uji Reliabilitas 40
4.8 Uji Normalitas 41
4.9 Uji Multikolinearitas 41
4.10 Uji Heterokesdasitas 42
4.11 Analisis Regresi Linier Berganda 43
4.12 Tabel Analisis Koefisien Determinasi 45
4.13 Uji F 46
4.14 Uji T 47

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual Penelitian 25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner Penelitian 56
Lampiran 2 : Tabel Data Penelitian 60
Lampiran 3 : Data Kuesioner 65
Lampiran 4 : Output SPSS 68

Abstrak

Uang elektronik, atau e-money, menjadi salah satu alternatif pembayaran yang semakin populer di era digital yang terus berkembang. Faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan pengguna memengaruhi adopsi *e-money*. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui sejauh mana pengaruh dari persepsi Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap minat e-Money oleh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif . Sampel terkumpul sebanyak 127 responden dengan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji analisis deskriptif validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji F, dan uji t melalui bantuan SPSS Versi 26. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif serta signifikan antara variabel Persepsi Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-money*. Sedangkan variabel Risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kata kunci : *Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Minat Penggunaan, e-money*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Uang elektronik, atau *e-money*, memungkinkan pengguna melakukan transaksi elektronik dengan perangkat mobile, kartu pintar, atau *platform online*, menjadi salah satu alternatif pembayaran yang semakin populer di era digital yang terus berkembang. Faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan pengguna memengaruhi adopsi *e-money*.

Keamanan adalah bagian penting dari menggunakan uang elektronik. Pengguna harus yakin bahwa transaksi mereka dilakukan dengan aman dan data pribadi mereka dilindungi dalam dunia digital yang rentan terhadap serangan siber dan pencurian identitas. Kebocoran data atau pelanggaran keamanan dapat mengakibatkan kerugian finansial dan kehancuran kepercayaan pengguna, jadi penting untuk memprioritaskan keamanan teknologi informasi saat membuat sistem pembayaran elektronik

Katadata Insight Center (KIC) bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2021 telah melakukan riset dengan tujuan untuk menyusun Laporan Persepsi Masyarakat atas Pelindungan Data Pribadi guna menyajikan pemahaman masyarakat akan hak untuk melindungi data pribadi dan pengetahuan ihwal Rancangan Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (RUU PDP). Berdasarkan 11.305 responden di 34 provinsi, *e-wallet* dianggap paling rentan mengalami kebocoran data yaitu sebanyak 36.6%. Kebocoran data ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti: *phishing*, penipuan kartu kredit, undian

palsu, dan sebagainya (databooks.katadata.co.id). Hal ini bisa menyebabkan data bocor yang membuat saldo pengguna *e-money* dihabiskan oleh penipu. Dengan ini dibutuhkan jaminan keamanan yang tinggi agar pengguna mempunyai minat yang tinggi dalam penggunaan *e-money*. Pengguna *e-money* menginginkan transaksi yang lancar dan mudah digunakan tanpa kesulitan teknis atau kebingungan dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik. Kemudahan penggunaan juga merupakan faktor penting dalam menarik pengguna untuk menggunakan *e-money*. Pengguna dapat lebih tertarik untuk menggunakan *e-money* karena tampilan yang mudah digunakan, proses pendaftaran yang mudah, dan kemampuan untuk disesuaikan dengan berbagai platform dan perangkat (Umaningsih & Wardani, 2020).

Keyakinan pengguna terhadap *e-money* sangat penting. Pengguna harus yakin bahwa *e-money* dapat diandalkan dan tidak akan mengecewakan dalam hal ketersediaan, kecepatan, dan akurasi transaksi. Kepercayaan ini dapat dipengaruhi oleh reputasi penyedia *e-money*, dukungan pelanggan yang responsif dan membantu, dan pengalaman pengguna sebelumnya dengan sistem tersebut. Penambahan fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor dan enkripsi data dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *e-money*. Sangat penting bagi penyedia *e-money* untuk mengidentifikasi dan mengurangi risiko yang dirasakan oleh pengguna. Pengguna mungkin khawatir tentang kehilangan uang, penipuan, atau kegagalan teknis yang merugikan. Selain itu, ketidakpastian tentang perlindungan konsumen, kebijakan pengembalian dana atau perlindungan terhadap

transaksi yang tidak sah dapat mengurangi minat pengguna untuk menggunakan *e-money*.

Terdapat beberapa kelemahan yang penulis temukan dalam menggunakan *e-money* yang pertama adalah kegagalan transaksi. Dalam beberapa kasus seperti aplikasi Dana dapat terjadi kegagalan transaksi apabila sistem sedang sibuk yang disebabkan akun DANA mencapai limit (batas saldo), koneksi internet terganggu, kesalahan memasukkan nomor penerima, dan faktor lainnya. Selain itu, pada aplikasi Livin By Mandiri atau dalam m-*banking* lainnya terdapat batas waktu penerimaan transaksi per hari ditengah malam (23.00-2.30) dan biasanya pemeliharaan sistem yang tidak menentu waktu sehingga menyebabkan tidak dapat melakukan transaksi pada jam tersebut.

Penggunaan e-*money* dapat disalahgunakan oleh orang yang menyalahgunakan teknologi yang artinya e-*money* sangat rentan terhadap penipuan. Dalam beberapa kasus yang tekah terjadi belakang ini, penulis menemukan adanya web tiruan (*phishing*) yang serupa dengan aplikasi Shopee. Contohnya adalah ketika pengguna Shopee memasukkan nomor dan *password* dalam web/ *link* tersebut yang ternyata dibuat dengan sengaja oleh penipu yang ingin berbuat kejahatan. Setelah memasukkan data, seperti nomor, OTP, dan PIN selanjutnya pengguna tersebut kehilangan seluruh saldo pada shopeepay yang dimiliki.

Kasus penipuan lain salah satunya adalah pemenang undian pada aplikasi Dana. Dalam kasus ini pengguna dikirimi pesan singkat oleh pihak yang mengaku internal aplikasi Dana mengaku bahwa pengguna telah memenangkan undian senilai Rp3.000.000, tetapi pengguna harus transfer biaya biasanya dengan alasan

“Biaya Keamanan” dengan jumlah mencapai Rp500.000. Apabila pihak pengguna melakukan transfer sebanyak Rp500.000 kepada pihak yang mengaku dari dana tersebut ,maka yang terjadi adalah nomor pengguna langsung diblokir oleh pihak tersebut. Dengan demikian, penggunaan dari *e-money* juga terdapat banyak kekurangan dibaliknya.

Penelitian tentang faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *e-money* dalam situasi ini sangat penting. Penelitian ini dapat membantu penyedia *e-money* dan pembuat kebijakan menemukan area yang perlu diperbaiki, seperti peningkatan keamanan sistem, penyempurnaan antarmuka pengguna, dan peningkatan layanan. Akibatnya, memahami tentang efek dari keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko yang terkait dengan penggunaan uang elektronik dapat membantu memperbaiki sistem pembayaran elektronik dan mendorong penggunaan uang elektronik yang lebih luas. Penggunaan uang elektronik yang aman, mudah digunakan, dapat diandalkan, dan rendah risiko akan membawa banyak manfaat bagi masyarakat, seperti meningkatkan efisiensi transaksi, meningkatkan akses keuangan, dan kemajuan ekonomi yang cepat. (Heny Kurnianingsih & Trisna Maharani, 2021).

Hasil penelitian (Syahril & Rikumahu, 2019) membuktikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. (Ericaningtyas & Minarso, 2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*.

Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi risiko. (Sheila et al., 2021) menunjukkan bahwa nilai literasi keuangan, kemanan dan kemampuan finansial berpengaruh positif dengan taraf signifikasi 0.5 atau 5% terhadap minat menggunakan *e-money*. (Prayoga & Rakhmaddian, 2022) menunjukkan bahwa ada empat faktor yang cukup memiliki peran penting dalam penggunaan e- money di kalangan mahasiswa diantaranya faktor kepercayaan, faktor kemudahan, faktor keamanan dan faktor fitur, dari hal itu semua mahasiswa cukup nyaman dan tenang dalam menggunakan *e-money*.

Penelitian ini berdasarkan replikasi oleh (Falah, 2021) dengan variabel independen Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko. Peneliti menambah variabel keamanan dari penelitian (Sari & Neprisa, 2021). Berdasarkan penjelasan tentang variabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa penulis ingin meneliti "**Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Serta Risiko Terhadap Minat Penggunaan *E-money*"** (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan makalah yang disusun sebagai berikut:

1. Apakah Keamanan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *E-money*?
2. Apakah Kemudahan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *E-money*?
3. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *E-money*?
4. Apakah Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *E-money*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, serta Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-money*" adalah

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*
2. Untuk Menganalisisi Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penerbit E-Money

   Penelitian ini bermanfaat untuk membantu pihak manajemen memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *e-money*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak bank dalam meningkatkan kualitas mutu dan layanan jasa *e-money*.

2. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam penerapan teori, pelatihan berpikir ilmiah, perluasan wawasan, kontribusi praktis, dan

pengembangan diri. Manfaat ini akan membantu para mahasiswa dalam studi dan karir mereka di masa depan.

3. Sebagai Referensi Bagi Pembaca Yang Ingin Mengetahui Bagaimana Pengaruh Kemanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Sebagai Alat Pembayaran Dalam Sistem Pembayaran Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Sebagai Referensi Bagi Pembaca Yang Ingin Mengetahui Bagaimana Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Sebagai Alat Pembayaran Dalam Sistem Pembayaran Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Sebagai Referensi Bagi Pembaca Yang Ingin Mengetahui Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Sebagai Alat Pembayaran Dalam Sistem Pembayaran Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Sebagai Referensi Bagi Pembaca Yang Ingin Mengetahui Bagaimana Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Sebagai Alat Pembayaran Dalam Sistem Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM)

Teori Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) menjelaskan tentang persepsi tentang kegunaan teknologi dan kemudahan penggunaan memengaruhi minat untuk menggunakannya (Davis, 1989). Dalam hal *e-money*, persepsi kegunaan terkait dengan manfaat dan nilai yang dirasakan pengguna. Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan terkait dengan seberapa mudah pengguna mengakses teknologi. Teori TAM memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana kemudahan penggunaan memengaruhi keinginan untuk menggunakan *e- money.* (Prasetya & Putra, 2020)

2.1.2 Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen adalah bidang penelitian yang mengkaji bagaimana seseorang, kelompok, atau entitas organisasi membuat keputusan dalam memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan berbagai produk, termasuk barang, jasa, ide, atau pengalaman, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2015). Pengguna akan mempertimbangkan risiko yang terkait dengan penggunaan *e-money*, seperti risiko kehilangan uang atau keamanan. Preferensi pengguna, kepuasan pengguna, dan pengaruh sosial juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Dengan memahami teori ini, kita dapat melihat bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi minat pengguna *e-money*.

2.1.3 Keamanan

Keamanan menjadi salah satu permasalahan utama yang harus diatasi dalam penggunaan *e-money*. Pengguna harus yakin bahwa transaksi mereka dilakukan dengan aman dan bahwa data pribadi mereka terlindungi dari serangan siber dan pencurian identitas. Ancaman keamanan semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi, sehingga penyedia *e-money* harus mengadopsi langkah-langkah keamanan yang kuat untuk melindungi informasi pengguna mereka. Dengan menjaga tingkat keamanan yang tinggi, *e-money* dapat membangun kepercayaan pengguna dan mendorong minat mereka dalam mengadopsi dan menggunakan *e-money*.

2.1.4 Kemudahan

Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor kunci dalam menarik minat pengguna untuk menggunakan *e-money*. Pengguna menginginkan pengalaman transaksi yang mudah, lancar, dan intuitif. Antarmuka pengguna yang ramah pengguna, proses pendaftaran yang sederhana, dan navigasi yang mudah dalam sistem *e-money* akan memberikan kenyamanan kepada pengguna. Kemudahan penggunaan yang tinggi akan mengurangi hambatan penggunaan dan meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan *e-money* sebagai metode pembayaran yang praktis dan efisien.

2.1.5 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam penggunaan *e-money*. Pengguna harus yakin bahwa *e-money* dapat diandalkan dalam hal ketersediaan, kecepatan, dan akurasi transaksi. Reputasi penyedia *e-money*, dukungan pelanggan

yang responsif, serta pengalaman positif dari pengguna lain akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna. Kepercayaan yang tinggi akan memperkuat minat pengguna dalam menggunakan *e-money* secara aktif dan meningkatkan loyalitas pengguna terhadap sistem pembayaran tersebut (Juana, 2019).

2.1.6 Risiko

Risiko juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Pengguna ingin menghindari risiko kehilangan uang, penipuan, atau kegagalan teknis yang merugikan mereka. Oleh karena itu, penyedia *e-money* perlu mengelola risiko dengan baik dan memberikan perlindungan yang memadai kepada pengguna. Mengurangi risiko dan memberikan jaminan yang memadai akan memberikan rasa aman kepada pengguna dan mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *e-money* sebagai metode pembayaran yang aman dan terpercaya.

2.1.7 Minat Penggunaan *E-money*

Dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut akan diukur menggunakan instrumen penelitian yang relevan, seperti kuesioner yang telah diadaptasi dari penelitian sebelumnya. Data yang diperoleh dari responden akan dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko dengan minat penggunaan *e-money*. Hasil analisis akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* dan dapat digunakan sebagai panduan bagi penyedia *e-money* dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan adopsi dan keberhasilan penggunaan *e-money*.

Dengan memahami pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *e-money*, penyedia *e-money* dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengembangan produk mereka. Langkah-langkah dapat diambil untuk meningkatkan keamanan *e-money* dengan mengadopsi teknologi keamanan yang lebih kuat dan memberikan edukasi kepada pengguna tentang praktik keamanan yang baik. Kemudahan penggunaan dapat ditingkatkan melalui pengembangan antarmuka pengguna yang lebih intuitif dan menyediakan panduan pengguna yang jelas. Kepercayaan pengguna dapat ditingkatkan dengan menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan transparan tentang kebijakan dan keamanan *e-money*. Selain itu, risiko dapat dikelola dengan menyediakan perlindungan yang memadai dan menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan yang dapat memberikan jaminan keamanan dan keandalan (Sari & Neprisa, 2021).

Dapat disimpulkan pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *e-money* adalah faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan dan mempromosikan *e-money* sebagai metode pembayaran yang diandalkan. Penelitian yang mendalam tentang faktor-faktor ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia *e-money* dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan adopsi dan keberhasilan penggunaan *e-money*. Dengan memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna dalam hal keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, *e-money* dapat menjadi solusi yang inovatif dan populer dalam transaksi keuangan di era digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan pengaruh minat generasi milenial dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran. Berikut daftar penelitian terdahulu:

1. Penelitian pertama dilakukan oleh (Suwandi & Azis, 2018) yang mengkaji tentang Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *e-money* Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 IPB). Penelitian ini bertujuan untuk merekam respon mahasiswa program S1 IPB yang merupakan generasi milenial terhadap penggunaan *e-money* yang mulai dipopulerkan sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara terbuka melalui sosial media *googledocs.* Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden mahasiswa S1 IPB dari berbagai tingkatan kuliah dan semester bersikap positif terhadap penggunaan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari, karena *e-money* dapat memudahkan transaksi sekaligus melindungi pengguna dari pencurian informasi pribadi dan transfer dana yang tidak sah.
2. Pada tahun yang sama (Prayoga & Rakhmaddian, 2022) juga melakukan penelitian terkait Perkembangan Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *e-money* (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Ponorogo). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktorapa saja yang mempengaruhi penggunaan *e-money* pada mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan survey kepada mahasiswa dengan mengambil

sampel 50 mahasiswa dari 3 kampus yang berbeda. Teknis Analisa yang digunakan yaitu SEM-PLS. Hasilnya menunjukkan bahwa ada empat faktor yang cukup memiliki peran penting dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa diantaranya faktor kepercayaan, faktor kemudahan, faktor keamanan dan faktor fitur, dari hal itu semua mahasiswa cukup nyaman dan tenang dalam menggunakan *e-money*.

3. Pada tahun selanjutnya (Rahmatika & Fajar, 2019) melakukan penelitian terkait dengan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money*: Integrasi Model TAM – TPB dengan *Perceived Risk*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah 260 orang responden mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling. Metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) denganmenggunakan Partial Least Square (PLS). Hasilnya menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, sementara persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.
4. Pada tahun yang sama (Syahril & Rikumahu, 2019) melakukan penelitian terkait Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Analisis

Minat Perilaku Pengguna *e-money* Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-money* di kalangan mahasiswa Universitas Telkom. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan menggunakan analisis regresi linier berganda.Penelitian ini menggunakan 380 responden dengan hasil persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.

5. Pada tahun yang sama juga (Daliyah & Patrikha, 2020) melakukan Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi *e-money* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsipengguna aplikasi *e-money* pada kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana mahasiswa aktif jurusan Pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya menjadi informan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik sampling snowball sampling. Analisis data menggunakan reduksi data, tabulasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil akhir dari penelitian ini yaitu gaya hidup setiap mahasiswa dalam berkonsumsi berbeda-beda dan perilaku konsumtif yang mendominasi perilaku konsumsi dalam menggunakan aplikasi *e-money*.
6. Pada tahun yang bersamaan (Suryani et al., 2020) juga melakukan penelitian

terkait dengan IT *Self Efficacy*, IT *Anxiety* dan Minat Menggunakan *E-money*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *e-money*. Penelitian ini menggunakan Theory of Acceptance Model (TAM) untuk melihat dampak *perceived ease of use, perceived of usefulness, attitude toward using*, IT *self efficancy*, dan IT *anxiety* terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *e-money*. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh attitude toward using dan IT *self efficacy*.

7. Tahun berikutnya (Ericaningtyas & Minarso, 2021) melakukan kajian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *e-wallet* di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi risiko sebagai *variable independent* terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-wallet*. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro Semarang di masa pandemi Covid-19. Metode pengambilan sampel penelitian ini sejumlah 120 mahasiswa menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil akhir penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Sedangkan

persepsirisiko berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi risiko.

8. Selanjutnya (Sari & Neprisa, 2021) juga melakukan Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Aplikasi *e-money* di Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dankeamanan, terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan aplikasi *e-money* di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi *e-money*. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwa sampel berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik *Purposive Sampling*. Hasil akhir dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variable kepercayaan dan variable keamanan berpengaruh secara positif dan signifikanterhadap minat dalam penggunaan aplikasi *e-money*, sedangkan variable persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat dalam penggunaan aplikasi *e-money*.
9. Pada tahun yang sama (Sheila et al., 2021) melakukan analisis terkait dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *e-money* Sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta terhadap penggunaan *e-money* sebagai instrument pembayaran non-tunai di masa pandemic Covid-19. Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif

deskriptif dengan metode analisis data regresi linier bergandamenggunakan SPSS. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 26.000. Sedangkan, sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa nilai literasi keuangan, kemanan dan kemampuan finansial berpengaruh positif dengan taraf signifikasi 0.5 atau 5% terhadap minat menggunakan *e-money*.

10. Selanjutnya (Abiba & Indrarini, 2021) juga mengkaji penelitian terkait Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*e-money*) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society Pada Generasi Milenial di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independent penggunaan uang elektronik terhadap variable dependen Gerakan *Less Cash Society* pada generasi milenial di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variable penggunaan uang elektronik (*e-money*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Gerakan *Less Cash Society*.
11. Selanjutnya (Muhammad Nuril Falah 2021) mengkaji tentang penelitian terkait Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali *Shopeepay* di Kota Malang Saat Pandemi Covid-19. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan kembali *ShopeePay* di Kota Malang saat Pandemi Covid-19. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali *ShopeePay* di Kota Malang saat pandemi Covid-19.

12. Selanjutnya (Fawzi & Sulistyowati, 2022) mengkaji tentang penelitian Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Efisien Terhadap Minat *E-wallet* Saat Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Efisien Minat *E-wallet* Saat Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan minat *e-wallet* saat covid-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *e-wallet*, Risiko minat *e-wallet* saat covid-19 berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat *e-wallet*, Kepercayaan minat *e-wallet* saat covid-19 berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat *e-wallet*, Efisien minat *e-wallet* saat covid-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *e-wallet.*
13. Selanjutnya (Heny kurnianingsih & Trisna Maharani, 2021) mengkaji tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-money* Di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat percivied, kemudahan penggunaan percivied, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kegunaan pecivied, kemudahan penggunaan persivied, fitur layanan dan kepercayaan memiliki positif pada minat dalam menggunakan *e-money* dengan memperoleh persamaan regresi Y = 2,081 + 0,093 X1 + 0,170 X2 + 0,135 X3 + 0,506 X4

14. Selanjutnya (Prasetya & Putra, 2020) mengkaji tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan *E-money* Di Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi yang ada di masyarakat Surabaya pada minat penggunaan uang elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat secara parsial berpengaruh signifikan dan arahnya positif sedangkan risiko mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif. Jadi minat masyarakat Surabaya dalam menggunakan uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat yang positif sedangkan risiko berpengaruh negatif. Implikasinya adalah penerbit uang elektronik sebaiknya terus melakukan inovasi uang elektronik dengan memperbanyak atau menambah fitur-fitur layanan di smartphone dan pengoperasiannya lebih dipermudah serta lebih banyak membuka tempat pengisian saldo uang elektronik.
15. Selanjutnya (Puspita & Solikah, 2022) mengkaji tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-money* Pada Generasi Milenial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan pada generasi milenial. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, literasi digital, fitur layanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* pada generasi milenial.
16. Selanjutnya (Rodiah & Melati, 2020) mengkaji tentang Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap

Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

17. Selanjutnya (Umaningsih & Wardani, 2020) mengkaji tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan dan keamanan terhadap niat menggunakan *e-money*. Hasil dari uji regresi memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*, sedangkan keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-money*.
18. Selanjutnya (Utami, 2020) mengkaji tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan persepsi resiko terhadap minat beli online dengan menggunakan e-commerce. Hasil analisis menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko terhadap minat beli

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Persepsi keamanan berperan sangat penting karena jika suatu teknologi dikatakan aman maka informasi dan data transaksi mempunyai kemanan yang terjamin seperti tidak terjadinya pembobolan data, hilangnya saldo, dan sebagainya. Penggunaan *e-money* mewajibkan penggunanya untuk mengisi data diri sehingga diperlukan jaminan keamanan dalam pelaksanaannya.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi keamanan memiliki peran signifikan. Ini berkaitan dengan keyakinan pengguna tentang seberapa baik teknologi melindungi data pribadi dari ancaman keamanan. Jika pengguna merasa bahwa teknologi itu aman, maka pengguna memiliki persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi tersebut. Sebaliknya, jika pengguna merasa teknologi tersebut tidak aman, mereka mungkin enggan menggunakannya, meskipun mudah digunakan dan bermanfaat. Dalam TAM, persepsi keamanan dapat memengaruhi niat pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi, bersama dengan faktor-faktor lain seperti persepsi kemudahan dan manfaat.

Hasil penelitian dari (Suwandi & Azis, 2018) menyatakan bahwa sebagian besar mahasiswa S1 IPB dari berbagai tingkatan kuliah dan semester bersikap

positif terhadap penggunaan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari, karena *e-money* dapat memudahkan transaksi sekaligus melindungi pengguna dari pencurian informasi pribadi dan transfer dana yang tidak sah yang menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *e-money*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Umaningsih & Wardani, 2020) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-money* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

H1: Terdapat pengaruh positif persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *E-money*

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Persepsi kemudahan berperan penting dalam minat penggunaan *E-money* karena semakin mudah teknologi mudah digunakan maka akan meningkatkan seseorang akan menggunakan teknologi itu. Berdasarkan TAM persepsi kemudahan penggunaan terkait dengan seberapa mudah pengguna mengakses teknologi. Hasil penelitian (Ericaningtyas & Minarso, 2021) menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. (Sari & Neprisa, 2021) menunjukkan keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat dalam penggunaan aplikasi *e- money*. Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

H2: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap persepsi penggunaan *e-money*

2.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Persepsi kepercayaan adalah salah satu faktor yang penting terhadap minat penggunaan *E-money*. Semakin tinggi kepercayaan pengguna maka akan memberikan persepsi yang baik dan pengguna akan terus menggunakan *E-money*. Menurut (Jogiyanto, 2019:936) kepercayaan-kepercayaan individual terhadap teknologi Informasi dibentuk dari tiga faktor yaitu faktor institutional, sosial, dan individual.

Persepsi kepercayaan adalah aspek penting dalam teori perilaku pelanggan karena berkaitan erat dengan keyakinan subjektif pelanggan terhadap keandalan, keterpercayaan, dan integritas suatu merek, produk, atau layanan. Dalam perilaku pelanggan, kepercayaan berperan dalam membentuk preferensi pembelian, loyalitas, dan niat pembelian. Pelanggan cenderung memilih produk atau layanan yang mereka percayai dan merasa aman digunakan.

Hasil penelitian dari (Prayoga & Rakhmaddian, 2022) menunjukkan faktor kepercayaan dalam penggunaan *e- money* berpengaruh positif terhadap Mahasiswa di kabupaten Ponorogo. Selanjutnya hasil penelitian dari (Heny kurnianingsih & Trisna Maharani, 2021) menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh positif pada minat penggunaan *e-money* di Jawa Tengah. Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

H3: Terdapat pengaruh positif persepsi kepercayaan terhadap persepsi penggunaan *e-money*

2.3.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Persepsi risiko berperan penting terhadap minat penggunaan *E-money* karena risiko sangat berkaitan dengan ketidakpastian pengguna. Seperti dalam *e-money* masih adanya kelemahan dibandingkan transaksi tunai. Semakin besar resiko yang dirasakan oleh pengguna maka dapat menimbulkan persepsi buruk. Persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-money* berbeda-beda tergantung pada orang dan situasinya. Sebagian merasa aman dengan keamanan dan kenyamanan *e-money* untuk melakukan transaksi sehari-hari, sementara yang lain cemas terhadap risiko keamanan dan privasi, seperti pencurian data dan penipuan.

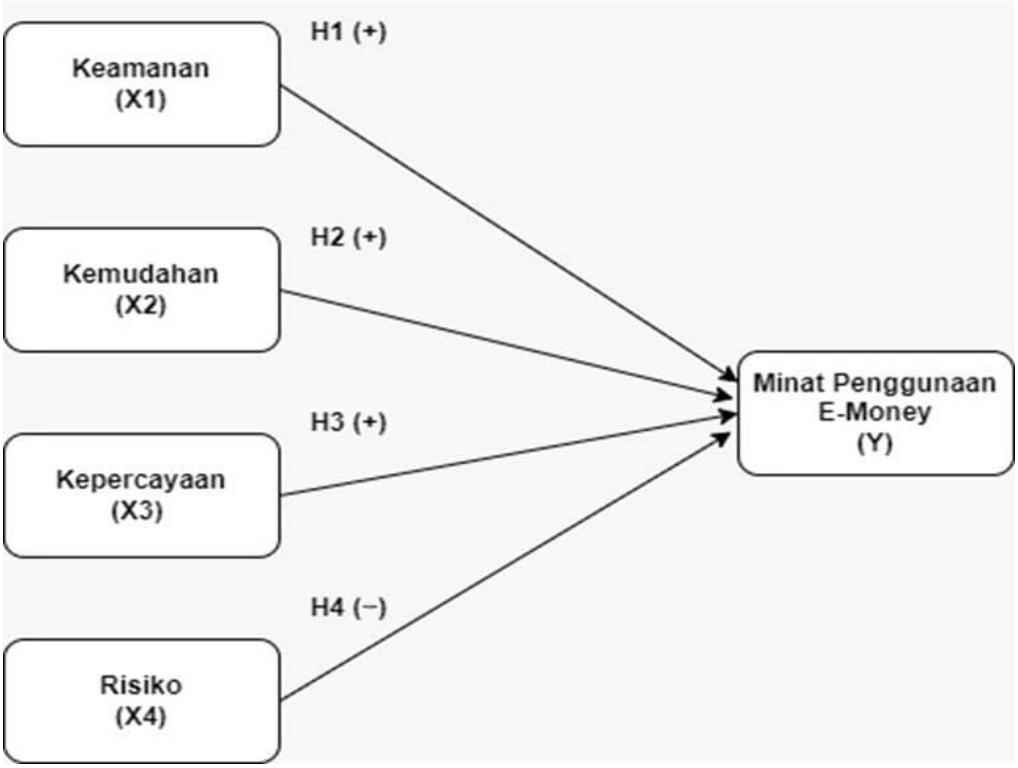
Secara keseluruhan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sifat individu, teknologi yang dipakai, dan peraturan yang berlaku. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan pemahaman yang baik, *e-money* bisa menjadi sarana keuangan yang aman dan efisien bagi banyak orang dalam mengelola keuangan mereka.

Berdasarkan penelitian (Prasetya & Putra, 2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif

H4: Terdapat pengaruh negatif persepsi risiko terhadap persepsi penggunaan *e-money*

2.3.5 Kerangka Penelitian

Hipotesis dirumuskan melalui kerangka konseptual penelitian "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, serta Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-money*" yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *e-money* di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian akan dimulai dengan menentukan tujuan penelitian yang jelas dan spesifik. Tujuan ini akan berfungsi sebagai garis besar untuk seluruh proses penelitian. Desain penelitian akan dipilih berdasarkan apa yang akan dilakukan dalam penelitian lintas sektoral. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, desain ini dapat melibatkan pengumpulan data yang diberikan kepada individu yang mewakili pengguna *e-money*. Setelah menentukan desain penelitian, langkah berikutnya adalahmembuat alat penelitian yang sesuai. Instrumen ini akan dimaksudkan untuk mengukur variabel-variabel yang terlibat, seperti keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan keinginanatau minat untuk menggunakan uang elektronik. Instrumen ini dapat berupa kuesioner dengan pertanyaan yang relevan dan valid yang akan diisi oleh responden. Alat penelitian yang telah dikembangkan digunakan untuk mengumpulkan data. Data dapat dikumpulkan melalui kuesioner dengan individu yang menggunakan *e-money*.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan elemen penting yang menuntun peneliti dalam melakukan penelitian yang terarah, konsisten, dan logis. Definisi variabel yang jelas dan tepat akan menghasilkan penelitian yang berkualitas. Terdapat 4 variabel independen dan 1 variabel independen dalam penelitian ini. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *e-money*.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan kuesioner melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden, baik secara langsung, ataupun dari internet. Terdapat dua jenis kuesioner: tertutup dan terbuka. Pada kesempatan ini, digunakan kuesioner tertutup, di mana jawaban sudah disediakan, memungkinkan responden untuk memilih dan menjawab dengan mudah. (Sugiyono, 2019: 142). Pengukuran kuesioner menggunakan skala interval dengan poin 1-4 sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

3.4 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:61). Variabel independen adalah variabel-variabel yang memiliki pengaruh atau menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independent dalam penelitian

ini yaitu persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko.

3.4.1 Variabel Keamanan

Flavia'n dan Guinali'u (2006) mengartikan Persepsi keamanan adalah keyakinan subjektif yang dimiliki oleh konsumen bahwa informasi pribadi mereka, baik dalam konteks perdata maupun moneter, tidak akan diakses, disimpan, atau dimanipulasi oleh pihak lain selama proses pengiriman dan penyimpanan. Hal ini secara konsisten menciptakan harapan dan kepercayaan diri mereka terhadap keamanan informasi mereka. Pengukuran variable ini dilakukan atas 5 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Sari ,2019) yang sudah dimodifikasi,

Di bawah ini merupakan beberapa pernyataan penelitian penelitian tentang persepsi keamanan:

1. Saya yakin *e-money* dapat menjaga informasi data penggunanya.
2. Saya merasa *e-money* dapat memberikan jaminan atas informasi data penggunaanya.
3. Saya merasa aman menggunakan *e-money* secara keseluruhan
4. Saya merasa menggunakan *e-money* akan lebih aman dibandingkan uang tunai

3.4.2 Variabel Kemudahan

Jogiyanto (2015:1909) menyatakan Persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan dilakukan tanpa kesulitan. Dari definisi ini, dapat dipahami bahwa persepsi

kemudahan merupakan keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi dapat digunakan dengan mudah, maka ia akan menggunakan sistem tersebut. pertanyaan dalam penelitian ini bersumber dari penelitian (Falah, 2021) yang sudah dimodifikasi

1. Tahapan dalam *e-money* dapat dipahami dalam waktu singkat
2. Fitur dan layanan dalam *e-money* jelas dan mudah dimengerti
3. *E-money* dapat digunakan secara fleksibel
4. Proses pengisian saldo *e-money* cepat dan mudah

3.4.3 Variabel Kepercayaan

Menurut Phonthanukitithaworn *et al,* (2016) pengertian persepsi kepercayaan. Seberapa yakin seseorang bahwa menggunakan layanan pembayaran *mobile* akan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran dan meningkatkan kinerja produktivitasnya. *E-money* dapat dianggap bermanfaat jika dapat menyederhanakan proses transaksi pembayaran, mempercepatnya, memberikan keuntungan tambahan saat transaksi selesai, memberikan rasa aman selama transaksi dilakukan, serta meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran. (Davis *et al.,* 1989). Pertanyaan dalam kuesioner ini berdasarkan penelitian oleh (Falah, 2021)yaitu:

1. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap mahasiswa pengguna *e-money.*
2. Keamanan yang menjamin privasi data pengguna *e-money.*
3. Teknologi *e-money* menjamin transaksi yang dilakukan sudah mempunyai izin.
4. Proses pengamanan data pribadi pengguna dalam system *e-money*

3.4.4 Variabel Resiko

Persepsi risiko (*perceived risk*) menurut Oglethorpe dan Monroe (1994), persepsi risiko atau perceived risk adalah bagaimana konsumen melihat kemungkinan konsekuensi negatif dari suatu keputusan yang diambil. Teori ini menunjukkan bahwa persepsi risiko mempengaruhi minat seseorang dalam membuat keputusan sebagai konsumen. Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner ini berdasarkan penelitian oleh (Falah, 2021) yaitu:

1. Besarnya risiko yang akan dihadapi mahasiswa dalam menggunakan *e-money*
2. Risiko akan adanya kebocoran data pengguna *e-money*
3. Teknologi *e-money* menjamin keamanan pengguna dalam bertransaksi
4. Adanya resiko terkait dengan kegagalan system atau gangguan teknis yang mempengaruhi penggunaan *e-money*

3.5 Variabel Dependen

Variabel Dependen menurut Sugiyono (2019:69) sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibar, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minat penggunaan *e-money*.

3.5.1 Minat

Menurut (Slameto, 2015) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Dengan adanya minat maka akan menimbulkan rasa untuk mencoba, menggunakan, ataupun memiliki.

Minat penggunaan e-money berarti seberapa besar motivasi atau keinginan seseorang untuk menggunakan e-money dalam melakukan suatu tindakan atau aktivitas seperti pembayaran *online* .Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner ini berdasarkan penelitian oleh (Falah, 2021) yaitu:

1. Saya tertarik untuk mencoba *e-money*

2.Saya memiliki keinginan untuk mengetahui tentang *e-money*

3.Saya mempunyai aplikasi atau kartu *e-money*

4.Saya akan terus menggunakan aplikasi *e-money* di masa yang akan datang

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dipergunakan bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen pengukuran dapat menunjukkan akurasi dalam mengukur variabel yang ditetapkan, sebagaimana diungkapkan oleh Ghozali (2009). Uji Validitas berguna unruk mengukur apakah kuesioner valid atau tidak.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan upaya untuk mengevaluasi tingkat keandalan suatu instrumen pengukur. Dalam konteks penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas untuk menentukan apakah kuesioner yang disebarkan kepada responden dapat diandalkan atau tidak. Pengukuran reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach Alpha, dengan nilai batas toleransi 0,6 sebagai standar untuk menilai apakah data dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, langkah awal melibatkan pengujian terhadap model regresi berganda. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Normalitas

Tujuan dari pengujian normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah dalam model yang digunakan memiliki apakah memiliki kesesuaian data. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

3.6.5 Uji Multikolinieritas

Untuk menentukan apakah terdapat multikolinieritas dalam model regresi berganda yang dibuat, dapat dilakukan dengan mengkomputasi Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi untuk setiap variabel bebas dalam model regresi. Ketidakmunculan masalah multikolinieritas dalam model regresi dapat terlihat jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1.

3.6.6 Uji Heterokesdasitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan dalam varian residual antar observasi dalam model regresi pengujian heteroskedastisitas akan dilakukan dengan menggunakan uji glejser.

3.6.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen terhadap dependen.

3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R2) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Sebuah nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen hampir secara lengkap memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jadi Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

3.6.9 Uji Kelayakan Model

Uji Kelayakan Model digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi dari hubungan yang ada secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Anova yang membandingkan Mean Square dari regresi dengan Mean Square dari residual untuk menghasilkan nilai yang disebut sebagai F hitung. Keputusan dapat diambil berdasarkan kriteria uji, di mana jika tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), ini menunjukkan bahwa model fit

3.6.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t.

3.7 Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti melakukan kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia Jogjakarta yang berminat menggunakan uang elektronik. Adapun metode yang digunakan dalam mengumpulkan data ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Deskripsi Responden

Bagian ini dilakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin dan pengeluaran *e-money* per bulan. Karakteristik ini diharapkan dapat mewakili tentang keadaan responden.

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin
2. Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi
3. Karakteristik Responden berdasarkan rata-rata pengeluaran *e-money* dalam satu bulan

Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah analisis data. Ini akan dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang relevan, seperti analisis regresi, untuk melihat bagaimana variabel keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan minat penggunaan *e-money* berhubungan satu sama lain. Selain itu, analisis statistik deskriptif dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang karakteristik variabel yang diteliti dan karakteristik mereka. Hasil analisis data akan ditafsirkan untuk menunjukkan faktor-faktor penting yang memengaruhi minat penggunaan *e-money*, termasuk keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, serta risiko yang terkait dengannya.

Temuan dan kesimpulan yang relevan akan disusun berdasarkan hasil analisis data. Selanjutnya, rekomendasi akan diberikan kepada penyedia *e-money* dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, serta mengurangi risiko yang terkait dengan pengguna. Laporan penelitian yang rinci akan dibuat yang mencakup seluruh proses penelitian, hasil, analisis, kesimpulan, dan saran. Penelitian ini akan menjadi sumber penting informasi dan pengetahuan untuk pihak-pihak yang terkait, seperti penyedia uang elektronik, pembuat kebijakan, dan akademisi.

Penelitian "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-money*" akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang komponen yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* dengan menggunakan metodologi ini. Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan bagi penyedia *e-money* dan pembuat kebijakan tentang bagaimana meningkatkan keberhasilan penggunaan *e- money* dan mendorong adopsi yang lebih luas.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisi penjelasan tentang analisis data dan pembahasan Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, serta Risiko Terhadap Minat Penggunaan *e-money*. Analisis data berdasarkan hipotesis yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia angkatan 2019 – 2023 yang masih aktif.

Dari 132 Kuesioner yang penulis sebar melalui *google form*, terdapat 132 kuesioner yang terisi. Sebanyak 5 kuesioner tidak memenuhi persyaratan sehingga tidak dapat digunakan, sehingga sebanyak 127 kuesioner telah memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Berikut merupakan hasil pengumpulan data yang disebar oleh penulis.

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
Kuesioner yang terisi	132	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	5	3,8 %
Kuesioner yang memenuhi kriteria	127	96,2 %

4.2 Karakteristik Responden

Bagian ini dilakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, program studi, dan rata-rata pengeluaran *e-money* per bulan. Karakteristik ini diharapkan dapat mewakili tentang keadaan responden.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	65	49,2%
Perempuan	62	48,8%
Total	127	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah laki-laki dengan jumlah 65 orang atau 49,2%, sedangkan sebanyak 62 orang atau 48,8% adalah perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase
Akuntansi	54	42,5 %
Manajemen	46	36,2 %
Ilmu Ekonomi	27	21,3 %
Total	127	100%

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa perolehan responden tertinggi berada pada jurusan Akuntansi yaitu sebanyak 54 orang (42,5%), kemudian Ilmu ekonomi sebanyak 47 orang (36,2%), dan yang terakhir adalah ilmu ekonomi yaitu sebanyak 27 orang (21,3%).

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata pengeluaran *E-money* dalam satu bulan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan rata-rata pengeluaran *e-money* Dalam Satu Bulan

Rata-Rata Pengeluaran	Jumlah	Persentase
Rp 0 – 1.000.000	50	39,4%
Rp 1.000.000 – 3.000.000	56	44%
Diatas 3 juta	21	16,6%
Total	127	100%

Berdasarkan tabel diatas responden memiliki pengelaran yang paling sering berada pada rata-rata pengeluaran Rp 1.000.000 – 3.000.000 yaitu sebanyak 56 orang (44%) kemudian Rp 0 – 1.000.000 sebanyak 50 orang (39,4%), dan yang terakhir atau paling jarang adalah diatas 3 juta yaitu sebanyak 21 orang (16,6%).

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan menggunakan SPSS. Pengujian ini menggambarkan total data (n), nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), nilai rata-rata (*mean*) dan Standar deviasi (*standar deviation*).

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keamanan	127	4.00	16.00	12.9921	2.51818
Kemudahan	127	7.00	16.00	14.3386	1.89912
Kepercayaan	127	4.00	16.00	12.7323	2.77302
Risiko	127	7.00	16.00	13.2520	2.23240
Minat	127	6.00	16.00	12.5827	2.46061
Valid N (listwise)	127				

4.4 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

4.4 Uji Validitas

Uji Validitas berguna unruk mengukur apakah kuesioner valid atau tidak. Uji Validitas dilakukan dengan pendekatan Pearson Correlation. Item pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai r hitung > r tabel atau nilai sig lebih kecil dari 0,05. Hasil Uji Validitas bisa dipaparkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Keamanan	1	0,785	0,230	Valid
	2	0,892	0,230	Valid
	3	0,887	0,230	Valid
	4	0,867	0,230	Valid
Kemudahan	1	0,817	0,230	Valid
	2	0,851	0,230	Valid
	3	0,772	0,230	Valid
	4	0,734	0,230	Valid
Kepercayaan	1	0,884	0,230	Valid
	2	0,902	0,230	Valid
	3	0,940	0,230	Valid
	4	0,811	0,230	Valid
Risiko	1	0,720	0,230	Valid
	2	0,705	0,230	Valid
	3	0,813	0,230	Valid
	4	0,817	0,230	Valid
Minat Pengguna *E-money*	1	0,443	0,230	Valid
	2	0,461	0,230	Valid
	3	0,403	0,230	Valid
	4	0,475	0,230	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.5, seluruh nilai indikator pada variabel bebas yaitu Keamanan (X1), Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Risiko (X4) serta variabel dependen Minat Pembayaran (Y) melebihi r table 0,230 sehingga seluruh data pertanyaan yang digunakan pada kuesioner penelitian dapat dikatakan valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan upaya untuk mengevaluasi tingkat keandalan suatu instrumen pengukur. Dalam konteks penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas untuk menentukan apakah kuesioner yang disebarkan kepada responden dapat diandalkan atau tidak. Pengukuran reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach Alpha, dengan nilai batas toleransi 0,6 sebagai standar untuk menilai apakah data dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai.

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Keamanan	0.878	0,6	Reliabel
Kemudahan	0.791	0,6	Reliabel
Kepercayaan	0,908	0,6	Reliabel
Resiko	0,761	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.6 Dapat dikatakan seluruh instrumen variabel yang diukur memiliki nilai reliabel yang dapat diterima atau telah memenuhi uji reliabel karena hasil Alpha Cronbach diatas 0,6.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, langkah awal melibatkan pengujian terhadap model regresi berganda. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedasitas

4.6.1 Uji Normalitas

Tujuan dari pengujian normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah dalam model yang digunakan memiliki apakah memiliki kesesuaian data. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters[a,b]	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.97398662
Most Extreme Differences	Absolute	0.107
	Positive	0.061
	Negative	-0.107
Test Statistic		0.107
Asymp. Sig (2-tailed)		.0119 [c]

Setelah melakukan pengujian Berdasarkan uji normalitas, data variabel menunjukkan bahwa residu berdistribusi normal (p-value > 0,05).

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Untuk menentukan apakah terdapat multikolinieritas dalam model regresi berganda yang dibuat, dapat dilakukan dengan mengkomputasi Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi untuk setiap variabel bebas dalam model regresi. Ketidakmunculan masalah multikolinieritas dalam model regresi dapat terlihat jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1.

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Variabel	**Tolerance**	**VIF**	**Keterangan**
Keamanan	0.477	2.097	Tidak Terjadi Mutikolinearitas
Kemudahan	0.694	1.441	Tidak Terjadi Mutikolinearitas
Kepercayaan	0.512	1.953	Tidak Terjadi Mutikolinearitas
Risiko	0.705	1.418	Tidak Terjadi Mutikolinearitas

Kesimpulan dari tutorial multikolinearitas SPSS ini adalah tidak terdapat masalah multikolinearitas berdasarkan beberapa indikator terutama VIF dan Tolerance, karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10.

4.6.3 Uji Heterokesdasitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan dalam varian residual antar observasi dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas akan dilakukan dengan menggunakan uji glejser.

Tabel 4.10 Uji Heterokesdasitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.106	0.402		2.755	0.007
	Persepsi Keamanan (X1)	-0.002	0.028	-0.008	-0.063	0.950
	Persepsi Kemudahan (X2)	0.019	0.031	0.068	0.626	0.532
	Persepsi Kepercayaan (X3)	0.003	0.025	0.013	0.103	0.918
	Risiko (X4)	-0.043	0.027	-0.180	-1.611	0.110
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan variabel yang menunjukkan nilai p-value lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.7 Analisis Hipotesis

4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen terhadap dependen.

Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized B	Coeficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig
	(Constant)	-.251	.740		-.339	.735
X1	Keamanan	.683	.051	.699	13.467	.000
X2	Kemudahan	.159	.056	.122	2.847	.005
X3	Kepercayaan	.231	.044	.261	5.208	.000
X4	Risiko	-.095	.046	-.088	-2.054	.042

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$Y = (-0,251) + 0,683\ X_1 + 0,159\ X_2 + 0,231\ X_3 – 0,095\ X_4 + e$

Interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a)

Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Minat) sebesar -0,251.

2. Keamanan (X_1) terhadap minat (Y)

Nilai koefisien Keamanan untuk variabel X1 sebesar 0,683. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan keamanan satu satuan maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar 0,683 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. Kemudahan (X_2) terhadap minat (Y)

Nilai koefisien Kemudahan untuk variabel X_2 sebesar 0,159 dan bertanda. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan kemudahan satu satuan maka variabel minat (Y) akan turun sebesar 0,159 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. Kepercayaan (X_3) terhadap Minat (Y)

Nilai koefisien Kepercayaan untuk variabel X_3 sebesar 0,231 dan bertanda positif, Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Kepercayaan satu satuan maka variabel minat (Y) akan naik sebesar 0,231 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

5. Risiko (X_4) terhadap Minat (Y)

Nilai koefisien Risiko untuk variabel X_4 sebesar -0,095 dan bertanda negatif, Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Risiko satu satuan maka variabel Minat (Y) akan turun sebesar 0,095 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R2) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Sebuah nilai R^2 yang

rendah menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen hampir secara lengkap memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jadi Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.12 Tabel Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.918[a]	0.843	0.838	0.98982

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.12 di atas, dapat disimpulkan bahwa Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko berpengaruh sebesar 83,8% terhadap Minat penggunaan *E-money* , sedangkan 16,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

4.7.3 Uji Kelayakan Model

Uji Kelayakan Model (uji F) digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi dari hubungan yang ada secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Anova yang membandingkan Mean Square

dari regresi dengan Mean Square dari residual untuk menghasilkan nilai yang disebut sebagai F hitung.

Tabel 4.13 Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	643.352	4	160.838	164.162	.000[b]
	Residual	119.530	122	0.980		
	Total	762.882	126			

Berdasarkan Tabel 4.13 di mana tingkat signifikansi adalah $0 < \alpha$ (0,05), ini menunjukkan bahwa model fit.

4.7.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t.

Tabel 4.14 Uji T

Model		Unstandardized B	Coeficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig
	(Constant)	-.251	.740		-.339	.735
X1	Keamanan	.683	.051	.699	13.467	.000
X2	Kemudahan	.159	.056	.122	2.847	.005
X3	Kepercayaan	.231	.044	.261	5.208	.000
X4	Risiko	-.095	.046	-.088	-.088	.042

Persepsi Keamanan (X1): Memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat (Y). Artinya, semakin tinggi persepsi keamanan, semakin tinggi pula minat.

Persepsi Kemudahan (X2): Memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat (Y). Artinya, semakin mudah penggunaan produk/jasa, semakin tinggi pula minat.

Persepsi Kepercayaan (X3): Memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat (Y). Artinya, semakin tinggi kepercayaan terhadap produk/jasa, semakin tinggi pula minat.

Risiko (X4): Memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan minat (Y). Artinya, semakin tinggi tingkat risiko maka semakin turun pula minat.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan Pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwasannya ada nilai signifikansi yaitu 0.000 (0.000 < 0,05). Nilai ini menunjukkan hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi keamanan pada minat penggunaan *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Suwandi & Azis, 2018) dan (Umaningsih & Wardani, 2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat penggunaan *E-money* .

4.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan Pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwasannya ada nilai signifikansi yaitu 0.013 (0.013 < 0,05). Nilai ini menunjukkan hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi kemudahan pada minat penggunaan *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ericaningtyas & Minarso, 2021) dan (Sari & Neprisa, 2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kemudahan terhadap minat penggunaan *E-money.*

4.8.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan Pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwasannya ada nilai signifikansi yaitu 0.000 (0.000 < 0,05). Nilai ini menunjukkan hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi kepercayaan pada minat penggunaan *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prayoga & Rakhmaddian, 2022) dan (Heny Kurnianingsih & Trisna Maharani, 2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat penggunaan *E-money*

4.8.4 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat penggunaan *E-money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwasannya ada nilai signifikansi yaitu 0.042 (0.042 < 0,05). Nilai ini menunjukkan hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh persepsi risiko pada minat penggunaan *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetya & Putra, 2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh negatif risiko terhadap minat penggunaan *E-money*

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Keamanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif kepada minat pengguna *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII Yogyakarta.
- Kemudahan mempunyai pengaruh signifikan dan positif kepada minat pengguna *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII Yogyakarta.
- Kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif kepada minat pengguna *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII Yogyakarta.
- Risiko mempunyai pengaruh signifikan dan negatif kepada minat pengguna *E-money* sebagai alat transaksi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII Yogyakarta.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian dapat memberikan dampak bagi penerbit e-*money*, yaitu penerbit dapat memperhatikan beberapa aspek yang mempengaruhi pengguna dalam melakukan pembayaran menggunakan e-*money*, seperti persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko. Dengan adanya beberapa persepsi ini diiharapkan bagi penerbit *e*-money dapat meningkatkan

kualitasnya khususnya pada tingkat keamanan karena perkembangan teknologi sekarang ini dapat disalahgunakan orang untuk melakukan kejahatan dalam bidang e-*money* kepada pengguna maupun penerbit yang di mana pihak penrbit dapat memperbanyak promosi karena semakin majunya jaman menyebabkan penerbit e-*money* di Indonesia akan semakin banyak sehingga menyebabkan semakin banyaknya saingan.

5.2.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan tambahan bukti empiris tentang keamanan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko penggunaan e-money. Hasil penelitian ini juga memperluas pengetahuan tentang teknologi melalui aplikasi e money. Hasil studi ini dapat dimanfaatkan oleh penyedia *e-money* di masa depan. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan dukungan terhadap penelitian sebelumnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti sadar adanya keterbatasan yang diharapkan dapat disempurnakan oleh penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang dipercaya memengaruhi penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan berdasarkan analisis data kuesioner yang diterima, di mana data hanya menunjukkan persepsi pengguna sehingga tidak menutup kemungkinan tidak tercerminnya keadaan yang sesungguhnya akibat ketidakseriusan ataupun ketidakjujuran responden.

2. Responden terbatas hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi sehingga tidak dapat digunakan persepsi penggunaan *E-money* secara umum pada universitas di Yogyakarta.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis pengujian, kesimpulan, dan kelemahan penelitian Peneliti merekomendasikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti dapat menambahkan metode lainnya selain kuesioner, seperti metode wawancara.

2. Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan luas responden. Apabila sasarannya mahasiswa Yogyakarta maka dapat memperluas sampel ke seluruh fakultas yang ada di perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan GERAKAN LESS CASH SOCIETY Pada Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *4*, 196–206.

Daliyah, R., & Patrikha, F. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *8*. https://www.idntimes.com/

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–339.

Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, *2*(2), 1–20. http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka

Falah, M. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi COVID-19*.

Fawzi, M., & Sulistyowati, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Efisien Terhadap Minat E-Wallet Saat COVID-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *11*.

Heny kurnianingsih, & Trisna Maharani. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *JURNAL ILMIA AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI*, *12*, 2541–3503.

Juana, A. L. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi COVID-19*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di

Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, *17*(2), 151–158. https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340

Prayoga, R. A. S., & Rakhmaddian, N. N. (2022). Perkembangan Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Ponorogo). *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, *7*(1), 1–10. https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17110

Puspita, E., & Solikah, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, *21*(1), 29–41. https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i1.154

Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM-TPB Dengan PERCEIVED RISK. *Jurnal Nominal*, *8*(2), 274–284.

Rodiah, R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, *1*(2), 66. https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293

Sari, N., & Neprisa. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi E-Money Di Bandar Lampung. *Jurnal Gema Ekonomi*, *11*(1), 1733–1743.

Sheila, U., Lestary, R. A. D., & Kholis, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan E-Money Sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, *3*(1), 575–587. https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art3

Suryani, D., Kurniawan, A., & Umiyati, I. (2020). IT Self Efficacy, IT Anxiety dan Minat Menggunakan E-money. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *8*(1), 89–108. https://doi.org/10.17509/jrak.v8i1.20387

Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 IPB). *E-Proceeding of Management*, *5*, 3104.

Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) Dalam analisis minat perilaku penggunaan E-MONEY Pada mahasiswa universitas telkom. *Wahyuni Nur Syahril*, *1*(2), 201–214.

Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, *5*, 113–119.

Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-COMMERCE. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, *01*, 79–93.

LAMPIRAN

Lembar Kuesioner Penelitian

1. Data Responden
    1. Nama :
    2. Jenis Kelamin :
        - Laki – Laki
        - Perempuan
    3. Angkatan :
        - 2019
        - 2020
        - 2021
        - 2022
        - 2023
    4. Program Studi :
        - Manajemen
        - Akuntansi
        - Ilmu Ekonomi
    5. Rata-rata Pengeluaran *e-Money* per Bulan ?
        - Rp 0 – 1.000.000
        - Rp 1.000.000 – 3.000.000
        - Diatas Rp 3 Juta
    6. Nomor Handphone :

• Dimohon para responden memilih sesuai dengan pengalaman Anda

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

• Persepsi Keamanan

	1	2	3	4
Saya yakin e-money dapat menjaga informasi data penggunanya.				
Saya merasa e-money dapat memberikan jaminan atas informasi data penggunaanya.				
Saya merasa aman menggunakan e-money secara keseluruhan				
Saya merasa menggunakan e-money akan lebih aman dibandingkan uang tunai				

• Persepsi Kemudahan

	1	2	3	4
Tahapan dalam e-money dapat dipahami dalam waktu singkat				
Fitur dan layanan dalam e-money jelas dan mudah dimengerti				
E-money dapat digunakan secara fleksibel				
Proses pengisian saldo e-money cepat dan mudah				

• Persepsi Kepercayaan

	1	2	3	4
Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap mahasiswa pengguna e-money.				
Keamanan yang menjamin privasi data pengguna e-money.				
Teknologi e-money menjamin transaksi yang dilakukan sudah mempunyai izin.				
Proses pengamanan data pribadi pengguna dalam system e-money				

• Persepsi Risiko

	1	2	3	4
Besarnya risiko yang akan dihadapi mahasiswa dalam menggunakan e-money				
Risiko akan adanya kebocoran data pengguna e-money				
Teknologi e-money menjamin keamanan pengguna dalam bertransaksi				
Adanya resiko terkait dengan kegagalan sistem atau gangguan teknis yang mempengaruhi penggunaan e-money				

• Minat

	1	2	3	4
Saya tertarik untuk mencoba e-money				
Saya memiliki keinginan untuk mengetahui tentang e-money				
Saya mempunyai aplikasi atau kartu e-money				

Saya akan terus menggunakan aplikasi e-money di masa yang akan datang				

Lampiran 2

Tabel Data Penelitian

Jenis kelamin	Angkatan	Program Studi	Rata-rata pengeluaran *e-money* per bulan
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2021	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2021	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2019	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2022	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Manajemen	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2021	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000

Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2021	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2021	Manajemen	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2023	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2019	Manajemen	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2022	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000

Laki-laki	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2019	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2019	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2021	Manajemen	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2023	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2021	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000

Perempuan	2023	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2021	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2021	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2022	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2020	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2023	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2022	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2022	Manajemen	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2020	Akuntansi	Rp 1.000.000 - 3.000.000

Perempuan	2021	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2022	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2020	Ilmu Ekonomi	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2021	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Laki-laki	2022	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2022	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2022	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2022	Ilmu Ekonomi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2021	Akuntansi	Rp 0 - 1.000.000
Perempuan	2023	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Perempuan	2021	Akuntansi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2023	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2020	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 1.000.000 - 3.000.000
Perempuan	2022	Ilmu Ekonomi	Diatas Rp 3 Juta
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000
Laki-laki	2020	Manajemen	Rp 0 - 1.000.000

Lampiran 3

Data Kuesioner

Persepsi Keamanan [X	Persepsi Keamanan [	Persepsi Keamanan [X	Persepsi Keamanan [X	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kepercayaar	Persepsi Kepercayaar	Persepsi Kepercayaar	Persepsi Kepercayaar	Risiko [X4.1]	Risiko [X4.2]	Risiko [X4.3]	Risiko [X4.4]	Minat [Y1]	Minat [Y2]	Minat [Y3]	Minat [Y4]
2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	4	4	3	4	2	2	2	2	4	4	2	3	3	3	2	2
3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2
2	3	3	2	3	4	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3
3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2
3	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1
2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
2	2	2	1	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	1	1	4	2	1	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	1	4	4	4
2	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2
3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	1	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
1	2	2	2	4	3	3	4	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
1	1	1	1	3	3	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4
4	2	2	2	3	4	3	3	2	1	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2
3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2
4	2	2	2	4	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	4	2	2	2	2	2
2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2
2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3

3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	2	3	4	4	4	4	1	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
4	2	2	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	2	2	3
4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	2	1	1	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4
3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4
2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3

Lampiran 4

Output SPSS

Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Persepsi Keamanan (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.603**	.504**	.558**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X1.2	Pearson Correlation	.603**	1	.816**	.662**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X1.3	Pearson Correlation	.504**	.816**	1	.747**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X1.4	Pearson Correlation	.558**	.662**	.747**	1	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	127	127	127	127	127
Persepsi Keamanan (X1)	Pearson Correlation	.785**	.892**	.887**	.867**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Persepsi Kemudahan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.642**	.440**	.585**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X2.2	Pearson Correlation	.642**	1	.500**	.544**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X2.3	Pearson Correlation	.440**	.500**	1	.364**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X2.4	Pearson Correlation	.585**	.544**	.364**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	127	127	127	127	127
Persepsi Kemudahan (X2)	Pearson Correlation	.817**	.851**	.772**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Persepsi Kepercayaan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.738**	.806**	.563**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X3.2	Pearson Correlation	.738**	1	.807**	.642**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X3.3	Pearson Correlation	.806**	.807**	1	.699**	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X3.4	Pearson Correlation	.563**	.642**	.699**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	127	127	127	127	127
PersepsiKepercayaan (X3)	Pearson Correlation	.884**	.902**	.940**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Risiko (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.562**	.331**	.464**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X4.2	Pearson Correlation	.562**	1	.398**	.302**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	127	127	127	127	127
X4.3	Pearson Correlation	.331**	.398**	1	.647**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	127	127	127	127	127
X4.4	Pearson Correlation	.464**	.302**	.647**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	127	127	127	127	127
Risiko (X4)	Pearson Correlation	.720**	.705**	.813**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	127	127	127	127	127

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	4

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Keamanan (X1)	127	4.00	16.00	12.9921	2.51818
Persepsi Kemudahan (X2)	127	7.00	16.00	14.3386	1.89912
Persepsi Kepercayaan (X3)	127	4.00	16.00	12.7323	2.77302
Risiko (X4)	127	7.00	16.00	13.2520	2.23240
Minat (Y)	127	6.00	16.00	12.5827	2.46061
Valid N (listwise)	127				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			127
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.98352350
Most Extreme Differences	Absolute		.116
	Positive		.067
	Negative		-.116
Test Statistic			.116
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.058[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.052
		Upper Bound	.064

a. Test distribution isNormal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Keamanan (X1)	.477	2.097
	Persepsi Kemudahan (X2)	.694	1.441
	Persepsi Kepercayaan (X3)	.512	1.953
	Risiko (X4)	.705	1.418

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Heterokesdasitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.106	.402		2.755	.007
	Persepsi Keamanan (X1)	-.002	.028	-.008	-.063	.950
	Persepsi Kemudahan (X2)	.019	.031	.068	.626	.532
	Persepsi Kepercayaan (X3)	.003	.025	.013	.103	.918
	Risiko (X4)	-.043	.027	-.180	-1.611	.110

a. Dependent Variable: Abs_RES

Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.251	.740		-.339	.735
	Persepsi Keamanan (X1)	.683	.051	.699	13.467	.000
	Persepsi Kemudahan (X2)	.159	.056	.122	2.847	.005
	Persepsi Kepercayaan (X3)	.231	.044	.261	5.208	.000
	Risiko (X4)	-.095	.046	-.088	-2.054	.042

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Uji F

ANOVA [a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	643.352	4	160.838	164.162	.000[b]
	Residual	119.530	122	.980		
	Total	762.882	126			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Risiko (X4), Persepsi Kepercayaan (X3), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Keamanan (X1)

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918[a]	.843	.838	.98982

a. Predictors: (Constant), Risiko (X4), Persepsi Kepercayaan (X3), PersepsiKemudahan (X2), Persepsi Keamanan (X1)

b. Dependent Variable: Minat (Y)