Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Ajeng Nurmalasari

No Mahasiswa : 14312259

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Ajeng Nurmalasari

No Mahasiswa : 14312259

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash

Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Ajeng Nurmalasari

No Mahasiswa : 14312259

Telah disetujui oleh Dosen Pemimbing

Pada Tanggal..10.....April 2018

Dosen Pembimbing,

(Sigit Handoyo,, S.E., M.Bus)

iii

PERNYATAAN BUKTI PLAGIARISME

"Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan penulis 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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, penulis sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 10 April 2018

Penulis,



(Ajeng Nurmalasari)

iv

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN T-CASH PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Disusun Oleh : **AJENG NURMALASARI**

Nomor Mahasiswa : **14312259**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 15 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Handoyo, SE., M.Bus .....

Penguji : Hendi Yogi Prabowo, SE, M.For.Accy., Ph.D. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT,

Dengan segenap kerendahan hati penulis persembahkan penelitian Skripsi ini kepada:

Almamater penulis Fakultas Ekonomi UII, Mama dan Papa Tercinta, Kakak Penulis, Teman-Teman dan Segenap Keluarga

MOTTO

"Jadilah seperti bunga yang mengharumkan bahkan kepada tangan yang menghancurkannya"

(Ali Bin Abi Thalib)

"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak"

(Aldous Huxley)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Allah Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita dari jaman Jahiliyah menuju jaman seperti sekarang ini dimana ilmu pengetahuan dan kemudahan beribadah kepada Allah dapat kita nikmati.

Penyusunan skripsi ini adalah sebagai tugas akhir yang merupakan syarat meraih gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dan kelemahan, sehingga segala bentuk masukan berupa kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari laporan penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis sendiri, segala pihak yang terlibat didalamnya serta pembaca secara umum.

Penulis tidak lupa untuk mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Hardjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S. Si., M.Com(IS)., Ph. D selaku Kaprodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

3. Bapak Sigit Handoyo,, S.E., M.Bus selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah membimbing penulis dari awal pembuatan proposal skripsi hingga penelitian skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Orang tua yaitu kepada Mama dan Papa, tak lupa juga kepada Kakak dan juga sanak saudara dari penulis yang selalu senantiasa mendoakan dan juga memberi semangat motivasi untuk selalu berusaha dengan baik dan maksimal dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Rachmawati, Bella, Kiky, Nia, Billa, Rahma, Olly, Maghfira yang banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini berupa bimbingan, motivator serta sebagai pemberi semangat.
6. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Yogyakarta, 10 April 2018

Penulis

(Ajeng Nurmalasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

HALAMAN PERNYATAAN BUKTI PLAGIARISME ..... **iv**

HALAMAN BERITA ACARA ..... **v**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**

HALAMAN MOTTO ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

HALAMAN DAFTAR ISI ..... **x**

HALAMAN DAFTAR TABEL ..... **xv**

HALAMAN DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN ..... **xvii**

HALAMAN ABSTRAK ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan 9

1.4 Manfaat Penelitian 9

1.5 Sistematika Penulisan 10

BAB II KAJIAN TEORI 12

2.1 Landasan Teori 12

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM) 12

2.1.2 Theory Planned of Behavior (TPB) 14

2.1.3 Sistem Informasi Akuntansi 15

2.1.4 Jenis-Jenis Transaksi 16

2.1.5 E-Money 19

2.1.6 T-Cash 20

2.1.7 Persepsi Kemudahan 24

2.1.8 Persepsi Kebermanfaatan 25

2.1.9 Kepercayaan 26

2.1.10 Keamanan 27

2.1.11 Minat 28

2.2 Penelitian Terdahulu 28

2.3 Hipotesis Penelitian 31

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash Oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia 31

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash Oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia 32

2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash Oleh

Mahasiswa Universitas Islam Indonesia 33

2.3.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash Oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia 34

2.4 Kerangka Pemikiran 35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36

3.1 Populasi dan Sampel 36

3.1.1 Populasi 36

3.1.2 Sampel 37

3.2 Jenis dan Sumber Data 38

3.3 Variabel Penelitian 39

3.3.1 Variabel Independen 40

3.3.2 Variabel Dependen 43

3.4 Metode Analisis Data 44

3.4.1 Statistik Deskriptif 44

3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 44

3.4.3 Uji Asumsi Klasik 45

3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data 47

3.4.5 Uji T-Statistik 48

3.4.6 Uji F 49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 50

4.1 Penentuan Sampel Penelitian 51

4.2 Hasil Pengumpulan Data 51

4.3 Deskripsi Responden 52

4.3.1 Fakultas 52

4.3.2 Jurusan 54

4.3.3 Umur 56

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas 56

4.4.1 Validitas 58

4.4.2 Reliabilitas 60

4.5 Uji Asumsi Klasik 63

4.5.1 Uji Normalitas 63

4.5.2 Uji Multikolinearitas 64

4.5.3 Uji Autokorelasi 65

4.5.4 Uji Heteroskedastisitas 66

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda 68

4.6.1 Koefisien Determinasi 70

4.7 Uji T-Statistik 71

4.8 Uji F 72

4.9 Pembahasan Hasil Hipotesis 73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 78

5.1 Kesimpulan..... 78

5.2 Saran..... 79

DAFTAR PUSTAKA..... 80

LAMPIRAN..... 84

DAFTAR TABEL

1.2 Jumlah Peredaran Uang Elektronik dan Transaksi Uang Elektronik yang terjadi di Indonesia pada tahun 2013-2017 5

4.1 Hasil Pengumpulan Data 51

4.2 Klasifikasi Berdasarkan Fakultas Responden 53

4.3 Klasifikasi Berdasarkan Program Studi Responden 54

4.4 Klasifikasi Berdasarkan Usia Responden 56

4.5 Tingkat Reliabilitas 57

4.6 Uji Validitas 58

4.7 Analisa Validitas 58

4.8 Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan 60

4.9 Uji Reliabilitas Persepsi Kebermanfaatan 61

4.10 Uji Reliabilitas Kepercayaan 62

4.11 Uji Reliabilitas Keamanan 62

4.12 Uji Normalitas 64

4.13 Uji Multikolinearitas 65

4.14 Uji Autokorelasi 66

4.15 Uji Rank Spearman 68

4.16 Analisis Regresi 69

4.17 Uji Determinasi 70

4.18 Uji T 71

4.19 Uji F 72

DAFTAR GAMBAR

2.1 Bentuk Technology Acceptance Model 14

2.2 Merchant T-Cash 24

2.3 Kerangka Pemikiran.....35

4.1 Uji Heteroskedastisitas.....67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Data Kuesioner

Lampiran 3: Transformasi Data Kuesioner

Lampiran 4: Transformasi Data Kuesioner untu Rank Spearman

Lampiran 5: Hasil Uji Validitas

Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8: Regresi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Sampel diambil dengan metode *random sampling*. Jenis data yang diambil pada penelitian ini merupakan data primer yang berupa kuisioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS versi 20. Hasil yang didapat dari analisis data menunjukan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, Keamanan, T-Cash

Abstract

The study purposes to provide evidence of the influence empirical perceived ease of use, perceived usefulness, trust and security of interest in the use of T-Cash among the students Islamic University of Indonesia. Sample were taken using random sampling method. Data used in this study is primary data from questionnaires. The method used in this study is a quantitative method by using multiple linear analysis and hypothesis testing processed with SPSS version 20. Result of data analysis showed that: trust affect interest in the use of T-Cash, while perceived ease of use, perceived usefulness and security of partial no effect on the desirability of using T-Cash.

Key word: Perceived ease of use, Perceived Usefulness, Trust, Security, T-Cash

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi pada masa kini terus mengalami kemajuan, sehingga menjadikan masyarakat modern begitu bergantung dan terasa semakin sulit untuk dipisahkan dengan teknologi. Sedangkan dengan adanya teknologi tersebut, seperti tidak ada lagi batasan di lingkungan kehidupan. Banyak hal yang dapat diketahui, dilakukan, dan dipermudah dengan hadirnya sebuah teknologi. Sehingga dengan berkembangnya suatu teknologi secara terus menerus diharapkan dapat memberi dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan bangsa. Sepertihalnya dalam dunia perbankan perkembangan teknologi memberikan dampak yang besar karena dengan adanya teknologi baru yang terus bermunculan dapat mempermudah untuk melakukan transaksi. Inovasi-inovasi dalam dunia perbankan terus dilahirkan dan dikembangkan melalui teknologi modern untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen. Salah satu kegiatan penting dalam siklus perekonomian ialah kegiatan transaksi, dimana kegiatan tersebut melibatkan alat pembayaran. Alat pembayaran menjadi bagian penting dalam dunia perbankan juga mengalami perubahan pesat mengikuti perkembangan teknologi.

Menurut Jack Weatherford (2005) dalam bukunya yang berjudul The History of Money, Alat pembayaran yang berupa uang sudah dikenal sejak ratusan tahun lalu dimana transaksi awal dilakukan dengan cara barter yang kemudian saat ini dikenal menggunakan alat tukar logam atau kertas dimana setiap negara sudah menerbitkan mata uangnya masing-masing. Inovasi dalam sistem pembayaran tidak berhenti disitu karena selanjutnya muncul alat pembayaran berbasis elektronik. Dalam Undang-Undang Bank Indonesia Nomor 6 tahun 2009 dinyatakan bahwa sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup aturan lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Di Indonesia terdapat dua sistem pembayaran yaitu tunai dan non tunai dimana terdapat beberapa contoh pembayaran non tunai yaitu disebutkan dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 bahwa Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK) adalah seluruh instrumen sistem pembayaran yang pada umumnya suatu alat pembayaran yang berupa kartu kredit, kartu anjungan tunai mandiri (ATM), dan/atau kartu debet.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran, guna untuk memberikan kemudahan dalam proses transaksi maka munculah alat pembayaran non tunai lainnya yaitu *Electronic money* (e-money). Disebutkan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 bahwa e-money merupakan alat pembayaran yang

diterbitkan atas dasar nilai uang yang di setor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Menurut Bank For International Settlements (1996) nilai uang yang disetor tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik, yang kemudian dapat digunakan sebagai alat pembayaran oleh konsumen kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik.

Electronic money merupakan alat pembayaran non tunai yang relatif masih baru di Indonesia dimana memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan beberapa alat pembayaran lain yaitu mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi saat terjadinya sebuah transaksi, sehingga e-money diharapkan dapat mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai di Indonesia (BI, 2006). Berdasarkan dari banyaknya manfaat yang didapat, oleh karena itu dalam Siaran Pers No. 16/58/DKom Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak 14 Agustus 2014. Sehingga diharapkan dengan adanya GNNT dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai seperti e-money. E-money diterbitkan oleh bank ataupun lembaga yang sudah dianggap memenuhi syarat oleh Bank Indonesia dimana para penerbit uang elektronik ini lebih sering disebut dengan istilah issuer.

Menurut Fitriana dan Wingdes (2017) banyak issuer yang tercatat di Bank Indonesia turut mengembangkan produk e-money guna mendukung program Bank Indonesia dalam menciptakan komunitas atau

masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*) di Indonesia. Per tanggal 8 Januari 2018, jumlah penerbit e-money yang telah memperoleh ijin dari Bank Indonesia berjumlah 27 penerbit (Bank Indonesia, 2018) yang terdiri atas PT. Bank Central Asia Tbk, PT. Bank DKI, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT. Bank Mega Tbk, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, PT. Indosat Tbk, PT. Skye Sab Indonesia, PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Telekomunikasi Seluler, PT. Telekomunikasi Seluler, PT. XL Axita Tbk, PT. Artajasa Pembayaran Elektronis, PT. Finnet Indonesia, PT. Bank Permata, PT. Nusa Satu Inti Artha, PT. Bank CIMB Niaga, PT. Bank Nationalnobu, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Dompet Anak Bangsa (d/h PT. MV Commerce Indonesia), PT. Witami Tunai Mandiri, PT. Espay Debit Indonesia Koe, PT. Bank QNB Indonesia Tbk, PT. BPD Sumsel Babel, PT. Buana Media Teknologi, PT. Bimasakti Multi Sinergi, PT. Visionet Internasional, PT. Inti Dunia Sukses.

Berdasarkan data yang didapat dari Bank Indonesia (2018) terjadi peningkatan kebutuhan individu untuk mempunyai alat pembayaran yang mudah digunakan dan efisien. Peningkatan tersebut salah satunya dapat dilihat melalui jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia. Berikut merupakan tabel yang menunjukan jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia pada tahun 2013-2017:

Tabel 1.2
Jumlah Peredaran Uang Elektronik dan Transaksi Uang Elektronik yang Terjadi di Indonesia Pada Tahun 2013-2017

No.	Tahun	Jumlah Peredaran Uang Elektronik	Transaksi Uang Elektronik
1.	2013	36,2 Juta	RP 2,90 T
2.	2014	35,7 Juta	RP 3,31 T
3.	2015	34,3 Juta	RP 5,28 T
4.	2016	51,2 Juta	RP 7,06 T
5.	2017	90,0 Juta	RP 12,37 T

Sumber: Bank Indonesia, data diolah

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan pada peredaran dan transaksi uang elektronik, maka dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap penggunaan e-money semakin meningkat. Hal tersebut sejalan dengan yang terjadi pada jumlah pengguna T-Cash yang terus mengalami peningkatan. Pada akhir tahun 2016 T-Cash diklaim telah berhasil menembus lebih dari sejuta pelanggan Telkomsel dan di akhir tahun 2017 Vice President MFS Operations Telkomsel menyebutkan pihaknya menargetkan akan meraup 10 juta pengguna (Nistanto, 2017).

Menurut Pratiwi dkk (2017) T-Cash merupakan salah satu bentuk e-money yang memungkinkan pengguna tersebut melakukan kegiatan pembayaran atau pun transaksi tanpa harus menggunakan uang cash, dikarenakan T-Cash telah bekerjasma dengan berbagai pihak Merchants. Kerjasama tersebut akan mendatangkan banyak keuntungan bagi pengguna T-Cash, seperti akan mendapatkan beraneka ragam promosi/ discount,

kemudahan dalam isi ulang, serta kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapapun.

Melihat jumlah pengguna T-Cash yang semakin meningkat serta peranan pentingnya sebagai bagian dari sarana untuk mewujudkan cita-cita Bank Indonesia, maka hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan T-Cash. Kemudian, pada penelitian kali ini penulis akan meneliti beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan T-Cash, antara lain adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaaatan, kepercayaan dan keamanan.

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan yaitu tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu, bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sehingga, kemudahan dalam penggunaan dianggap sebagai faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash. Kemudahan penggunaan yang dimaksud dalam konteks ini bukan saja hanya mengenai kemudahan yang didapat saat mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi, tetapi juga mengacu pada kemudahan serta manfaat yang didapat saat menggunakan teknologi dibandingkan dengan tidak menggunakan teknologi.

Persepsi kebermanfaatan juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat penggunaan T-Cash. Davis (1989) menyatakan, bahwa pengertian dari manfaat itu merupakan kemampuan dari teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga persepsi

kebermanfaatan disefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan mempengaruhi minat penggunaan T-cash.

Kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan T-Cash. Kepercayaan menurut Morgan dan Hunt (1994) didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain. Sehingga penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan T-Cash.

Faktor keamanan dari sebuah teknologi juga merupakan suatu hal yang mempengaruhi minat penggunaan T-Cash. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna T-Cash. Sehingga dengan jaminan keamanan yang diberikan, diharapkan akan memunculkan rasa aman serta kepercayaan pada pengguna teknologi dan mempengaruhi minat jumlah penggunaan T-Cash.

Pada penelitian ini penulis akan meneliti responden yang berasal dari kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta. Mahasiswa merupakan sebuah miniatur dari masyarakat intelektual yang memiliki keberagaman pemahaman dan pemikiran. Mentri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo (2017) menyatakan bahwa diera globalisasi

seperti saat ini peranan mahasiswa sangat dibutuhkan melalui pemberdayaan ideologi, sosial budaya dan teknologi untuk mencapai kesejahteraan masyarakat yang berkeadilan. Sehingga diharapkan Mahasiswa dapat memainkan peran sebagai kontrol sosial untuk memperkuat wawasan bangsa. Penulis juga melihat adanya peluang besar untuk mahasiswa menggunakan T-cash sebagai alat pembayaran non tunai dikarenakan keterbatasan yang dimiliki mahasiswa jika ingin menggunakan alat pembayaran non tunai lainnya seperti kartu kredit dll.

Berdasarkan uraian diatas mengenai segala kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi T-Cash, khususnya kepada mahasiswa pengguna T-Cash sebagai sarana alat pembayaran pengganti uang tunai, maka penulis ingin meneliti pengaruh kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan Teknologi T-Cash yang mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016) serta Saripah dkk (2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia?
2. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia
2. Untuk menguji hubungan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia
3. Untuk menguji hubungan kepercayaan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
4. Untuk menguji hubungan keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Bisnis

   Melalui penelitian bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu Telkomsel, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wacana dan memberi gambaran tentang analisa perilaku konsumen dalam menyusun strategi pemasaran yang berhubungan dengan perilaku konsumen dan kemudahan teknologi yang mendukung sehingga dapat meningkatkan minat keputusan penggunaan T-Cash di Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang di peroleh selama perkuliahan dengan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Serta dapat mengimplementasikan kemampuan penulis dalam pengetahuannya mengenai objek yang akan dibahas pada penelitian ini. Kemudian, hasil dari penelitian ini nantinya akan menjadi pengetahuan tambahan bagi penulis mengenai bagaimana dampak kemunculan T-Cash pada tingkat minat mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kajian pustaka berisi uraian tentang teori yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis, penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang meliputi tentang populasi dan sampel, pengukuran sampel, pengukuran variabel, metode analisis, dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil olah data yang dilakukan dalam penelitian ini, serta data-data yang dikumpulkan dan pembahasan tentang hasil penemuan penelitian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari pengujian dalam penelitian ini, beserta saran dari pihak yang terkait untuk penelitian di masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Ada beberapa model yang dengan sengaja dibentuk dan dibangun untuk menganalisis, mendalami dan memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi dlaam lingkungan tertentu. Diantaranya adalah yang tercatat dalam beberapa literatur maupun referensi hasil dari riset berbagai bidang teknologi informasi, seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Sebenarnya model *Technology Acceptance Model (*TAM*)* merupakan hasil adopsi dari model *Theory of Reasoned Action (*TRA*)* yang dikemukakan Ajzen dan Fisbein (1980), mereka mengungkapkan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal dapat menentukan sikap dan perilaku yang akan dialmbil oleh seseorang dimasa yang akan datang. Reaksi dan persepsi orang tersebut pasti nantinya akan mempengaruhi sikap serta penilaiannya atas penerimaan hadirnya suatu teknologi baru.

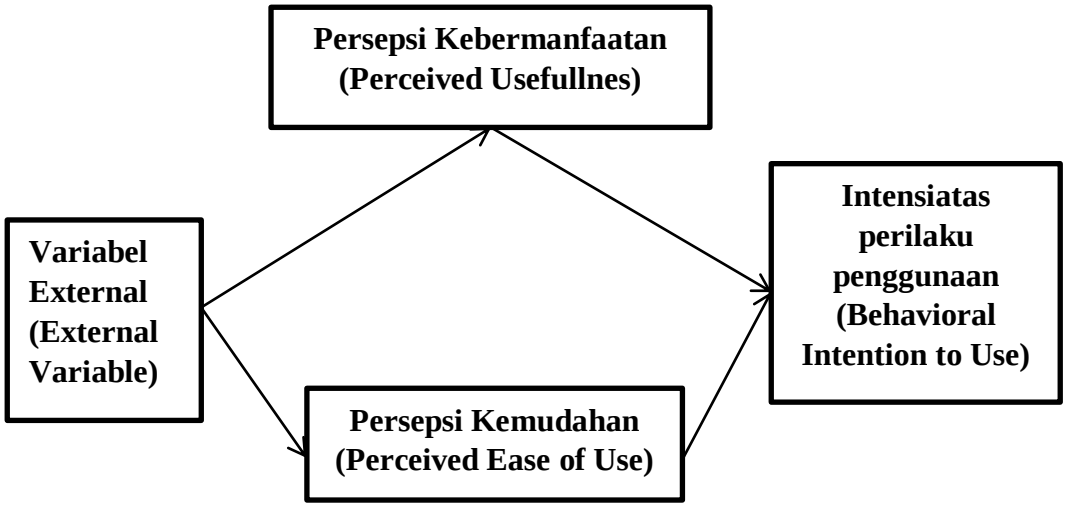
Kebermanfaatan dan kemudahan merupakan faktor yang dapat dianalisis menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori dari sebuah sistem informasi yang dirancang dan dikembangkan guna untuk menjelaskan bagaimana nantinya pengguna (*user*) tersebut dapat

mengerti dan menggunakan sebuah teknologi. Sedangkan menurut Wibowo (2008) tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku atau sikap pengguna (*user*) terhadap hadirnya teknologi baru. Dapat disimpulkan dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap munculnya suatu teknologi bahwa pengguna sistem cenderung akan menggunkan sistem apabila sistem tersebut mudah digunkaan dan dapat mendatangkan manfaaat bagi penggunanya.

Penelitian ini didukung oleh konsep model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk membantu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap munculnya suatu teknologi baru yaitu teknologi T-Cash dikalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Technology Acceptance Model (TAM) dalam penelitian ini juga sebagai dasar seluruh hipotesis. Dengan penjelasan bahwa pengguna teknologi T-Cash (user) akan berminat menggunakan alat pembayaran T-Cash jika didasari dengan adanya kemudahan, manfaat, kepercayaan dan keamanan yang akan didapat dalam penggunaan sistem tersebut. Sebaliknya jika pengguna T-Cash tidak merasakan kemudahan, manfaat, kepercayaan dan keamanan dari hadirya alat pembayaran T-Cash maka individu tersebut tidak akan menggunakan T-Cash, sehingga tidak ada penggunaan yang berkelanjutan atas teknologi tersebut.

Gambar 2.1
Bentuk Technology Acceptance Model (Davis F. , 1989)



2.1.2 Theory Planned of Behavior (TPB)

Theory Planned of Behavior (TPB) merupakan model yang dikembangkan dan dikemukakan oleh Ajzen (1985), dalam teorinya menyebutkan bahwa *Theory Planned of Behavior* (TPB) berfokus pada faktor-faktor yang menentukan perilaku aktual individu. Dalam model *Theory Planned of Behavior* (TPB) terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku.

Menurut Davis (1986), minat merupakan perilaku yang didefiniskan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Dalam penelitian kali ini penulis akan

menjadikan *Theory Planned of Behavior* (TPB) sebagai dasar untuk mengukur minat seseorang dalam melakukan sesuatu.

2.1.3 Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses data serta transaksi untuk menghasilkan informasi yang lebih bermanfaat guna merencankan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis (Krismiaji, 2015). Menurut Rommey dan Steinbart (2015) ada enam komponen dari SIA yaitu:

1. Orang yang menggunakan sistem
2. Prosedur dan instruksi yang digunkan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data
3. Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnisnya
4. Perangkat lunak yang digunkan untuk mengolah data
5. Infrastruktur teknologi informasi, seperti komputer perangkat periferal, dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam SIA
6. Pengendalian internal dan pengukuran keamanan yang menyimpan data SIA.

Michael Porter dan Victor Millar (1985) menjelaskan bahwa sebuah sistem informasi akan menambah nilai bagi perusahaan. Sehingga SIA yang didesain baik akan menambah nilai bagi perusahaan dengan cara berikut (Rommey & Steinbart, 2015):

1. Peningkatan kualitas dan pengurangan biaya produk atau jasa
2. Peningkatan efisiensi

3. Berbagi pengetahuan
4. Peningkatan efisiensi dan efektivitas rantai pasokannya
5. Peningkatan struktur pengendalian internal
6. Peningkatan pengambilan keputusan.

Dari uraian diatas karena sistem informasi dalam dunia bisnis menambah nilai bagi perusahaan dan semakin canggih seiring dengan perkembangan teknologi, maka perusahaan akan terus berusaha melakukan pengembangan dibidang sistem informasi akuntansi. Begitu pula yang terjadi pada bidang perbankan. Salah satu bentuk tanda perkembangan dunia perbankan adalah dengan diterbitkannya e-money sebagai alat pembayaran non tunai. Pembayaran yang biasa dilakukan dengan manual dapat dilakukan dengan berbasis teknologi.

2.1.4 Jenis-Jenis Transaksi

Mankiw dkk (2012) menjelaskan bahwa uang merupakan aset dalam ekonomi yang biasanya digunakan oleh orang untuk bertransaksi dalam pembayaran barang dan jasa. Dimana menurut Pohan (2011) terdapat empat generasi dalam transaksi pembayaran, mulai dari full bodied money (uang logam); fiat money (uang kertas); checking accounts (rekening giro); sampai transaksi elektronik. Hal tersebut menandakan bahwa ada pergeseran serta perkembangan yang terjadi dalam sistem pembayaran Indonesia dari tunai ke non tunai.

2.1.4.1 Tunai

Alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan dua jenis uang yaitu uang logam dan uang kertas. Saat ini keberadaan uang tunai masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dikarenakan transaksi non tunai dirasa masih kurang nyaman untuk digunakan dan dianggap masih sulit karena hanya dapat digunakan di tempat-tempat tertentu. Sehingga, pemerintah memiliki misi yang tertuang dalam Undang- Undang No. 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang yaitu bagaimana agar dapat memenuhi kebutuhan uang tunai di masyarakat dengan jumlah nominal yang cukup, jenis pecahan yang sesuai, tepat waktu, dan dalam kondisi yang layak untuk diedarkan. Oleh karena itu menurut Pohan (2011) uang tunai yang digunakan dalam kegiatan transaksi harus memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Setiap uang yang dikeluarkan dimaksudkan untuk mempermudah kelancaran transaksi pembayaran tunai, dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Sehingga sejalan dengan hal tersebut maka uang diperlukan untuk memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:
    a. Mudah dan nyaman digunakan (user friendly)
    b. Tahan lama (durable)
    c. Tidak sulit untuk dikenali (easily recognized)
    d. Sulit dipalsukan (secure againts counterfeiting)
2. Jumlah yang yang tersedia harus cukup untuk masyarakat dengan tidak melupakan kesesuaian jenis pecahannya. Hal tersebut membutuhkan

perencanaan yang baik dalam pengadaan maupun saat pendistribusiannya.

3. Diperlukan upaya untuk menyediakan lembaga pendukung guna mewujudkan terciptanya kelancaran arus uang tunai yang layak edar baik secara regional maupun nasional.

2.1.4.2 Non Tunai

Perkembangan sistem non tunai diawali dengan instrumen pembayaran yang bersifat *paperbased* seperti cek, bilyet giro, dan warkat lainnya. Kemudian dunia perbankan mengalami perkembangan dan mendorong masyarakat untuk mulai membiasakan diri menggunakan alat pembayaran dengan sistem elektronik. Sehingga lama kelamaan penggunaan alat pembayaran *paperbased* mengalami penurunan.

Menurut Pohan (2011) alat pembayaran non tunai dapat digolongkan menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu alat pembayaran *credit transfer* dan alat pembayaran *debit transfer*. Dimana berdasarkan trimonologi yang dibuat oleh Bank International Settlement (1996) *credit transfer* merupakan perintah untuk pembayaran yang bertujuan guna penempatan dana dari pengirim ke penerima yang memungkinkan untuk menggunakan bank lain sebagai perantara. Sedangkan *debit transfer* adalah sistem transfer dana dimana perintah transfer dibuat atau diotorisasi oleh pihak yang memiliki dana dan akan melakuka pengiriman dana tersebut kepada pihak lain.

2.1.5 E-Money

Sejalan dengan perkembangan alat pembayaran di Indonesia yang berbasis dengan kartu, maka perkembangan tersebut terus mengalami kemajuan pesat dengan bertambahnya inovasi didunia perbankan dengan variasi-variasi yang dilakukan melalui kartu kredit, kartu ATM dan berbagai jenis uang elektronik. Pembayaran elektronik secara garis besar merupakan pembayaran yang menggunakan teknologi informasi sebagai sarananya. Penerbitan uang elektronik pada awalnya hanya dalam bentuk chip yang tertanam dalam kartu namun saat ini sudah mengalami perkembangan dengan telah diterbitkannya melalui media lain yaitu suatu media yang jika ingin digunakan untuk bertransaksi maka harus terkoneksi dahulu dengan server penerbit. Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik *(Elctronic money)* disebutkan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip;
3. Digunkan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan

4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan

Saat ini hampir seluruh uang elektronik bersifat *multi purpose* yaitu dapat digunakan dan diterima untuk bertransaksi di banyak merchants yang berbeda. Berikut beberapa kelebihan yang ditawarkan oleh e-money jika dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya (BI, 2006):

1. Lebih cepat dan nyaman jika dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi dengan jumlah nominal yang kecil sehingga tidak perlu menyediakan uang yang pas atau tidak perlu menyimpan uang kembalian. Selain itu juga untuk menghindari terjadinya salah penghitungan saat transaksi;
2. Waktu transaksi yang diperlukan saat menggunakan e-money *relative* lebih singkat jika dibandingkan saat menggunakan kartu kredit ataupun debit karena tidak perlu melakukan proses otorisasi online, tanda tangan dan PIN;
3. Jumlah uang dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang telah disediakan dan telah bekerja sama dengan issuer (penerbit kartu).

2.1.6 T-Cash

Telkomsel merupakan salah satu operator seluler terbesar di Indonesia dan telah meluncurkan produk mobile payment yang bernama

T-Cash (Pratiwi, Indriani, & Sugiarto, 2017). T-Cash adalah uang elektronik yang diselenggarakan oleh Telkomsel yang telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia, memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai sebagai alat pembayaran yang sah, dimana nilainya setara dengan nilai uang tunai yang disetorkan terlebih dahulu ke rekening T-Cash dan uang yang disetorkan bukanlah bersifat simpanan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan perbankan, sehingga T-Cash tidak memberikan bunga serta tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (Telkomsel). Pada 2014 lalu, layanan ini diperbarui dengan dukungan teknologi *Near Field Communication* (NFC), berbeda dengan pulsa, T-Cash dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti belanja, membayar tagihan, membayar merchant, isi pulsa, dan kirim uang (Nistanto, e-business, 2017). Sedangkan jenis layanan T-Cash terbagi menjadi dua yaitu (Telkomsel):

1. *T-Cash Basic Service* merupakan jenis layanan T-Cash yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat di Telkomsel, yang dapat dipergunakan untuk fasilitas layanan sebagai berikut:
    a. Isi Saldo (Cash In/Top Up)
    b. Pembayaran Transaksi
    c. Pembayaran Tagihan
2. *T-Cash Full Service* merupakan jenis layanan T-Cash yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat di Telkomsel; yang dapat dipergunakan untuk fasilitas layanan sebagai berikut:

a. Isi Saldo (Cash In/Top Up)
b. Pembayaran Transaksi
c. Pembayaran Tagihan
d. Transfer Dana
e. Tarik Tunai
f. Penyaluran program bantuan pemerintah kepada masyarakat

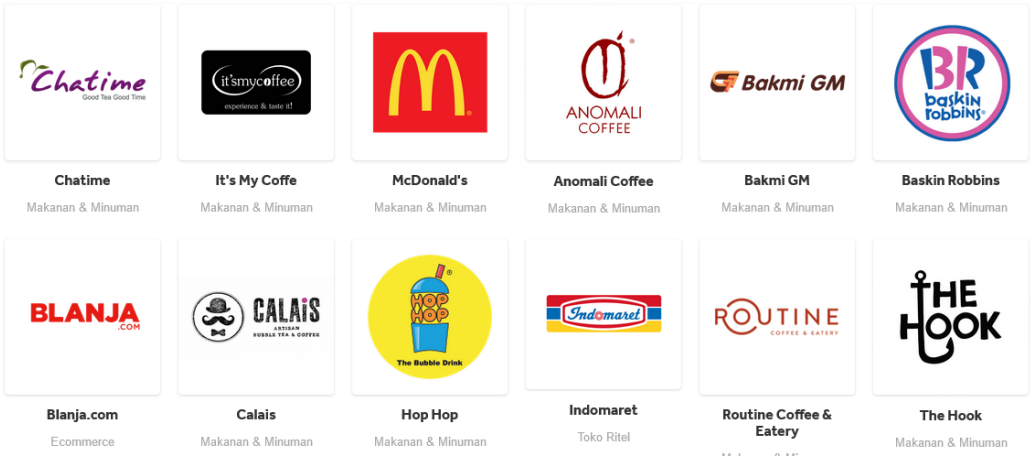
Telkomsel mengklaim layanan T-Cash dengan teknologi NFC yang sudah mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia dan sering disebut T-cash Tap dapat memberikan banyak kemudahan serta pengalaman kepada pelanggannya dalam bertransaksi dimana pengguna T-Cash yang sudah ditempelkan stiker NFC di ponsel dan sudah mengaktifkannya, tinggal menempelkan (tap) di mesin NFC merchants (Rachmatunnisa, 2016). Berikut adalah cara aktivasi layanan T-Cash (Telkomsel):

1. Untuk dapat menggunakan layanan T-Cash, Pemegang harus terlebih dahulu melakukan aktivasi T-Cash dengan ketentuan sebagai berikut:
    1. Menggunakan nomor telepon selular dalam jaringan Telkomsel.
    2. Melakukan aktivasi T-Cash melalui media yang disediakan oleh Telkomsel dari waktu ke waktu seperti tetapi tidak terbatas pada; Aplikasi, USSD (*800#), atau dengan melakukan isi saldo T-Cash pada saat pertama kali.
2. Pemegang yang belum mendaftarkan data identitas pada Telkomsel hanya akan aktif sebagai Pemegang *T-Cash Basic Service*.

3. Pemegang yang sudah mendaftarkan data identitas dan memberikan dokumen identitas kepada Telkomsel akan aktif sebagai Pemegang *T-Cash Full Service* apabila telah lulus uji tuntas oleh Telkomsel.
4. Pemegang *T-Cash Basic Service* dapat melakukan upgrade menjadi Pemegang *T-Cash Full Service* dengan cara mendaftarkan data pribadi dan memberikan dokumen identitas Pemegang T-Cash kepada Telkomsel sebagaimana dipersyaratkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan lulus proses uji tuntas yang dilakukan oleh Telkomsel.
5. Pendaftaran dan pemberian dokumen indentitas dimaksud di atas dapat dilakukan di seluruh GraPARI Telkomsel atau Mitra Layanan Keuangan Digital (LKD) yang bekerjasama untuk melakukan registrasi Pemegang.
6. Untuk memenuhi kaidah *Customer Due Diligence* (CDD), Telkomsel dapat meminta informasi/dokumen tambahan tentang Pemegang bila diperlukan sesuai peraturan yang berlaku.
7. Telkomsel berhak atas pertimbangannya sendiri karena alasan apapun, untuk melakukan pembatalan dan/atau penolakan proses upgrade dari *Basic Service* menjadi *Full Service*.
8. Pemegang T-Cash membebaskan Telkomsel dari segala tuntutan dalam bentuk apapun dari pihak ketiga manapun termasuk suami/istri/ahli waris Pemegang sehubungan dengan proses pembatalan upgrade dari *Basic Service* menjadi *Full Service T-Cash*.

Jika layanan T-Cash sudah aktif, maka pelanggan dapat melakukan isi saldo T-Cash melalui berbagai cara, bisa melalui GrapaRi, ATM Bersama, atau gerai Indomaret terdekat. Setelah itu, pengguna bisa langsung menggunakan layanan T-Cash di merchant-merchant pilihan yang telah bekerja sama dengan Telkomsel, seperti McDonald's, The Coffee Bean, Baskin Robbins, Wendy's, Seven Eleven, Cinema XXI, Blanja.com, Gramedia, dan lainnya.

Gambar 2.2



Sumber: Telkomsel.com

2.1.7 Persepsi Kemudahan

Davis (1989) menyatakan persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sedangkan menurut Wibowo dkk (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi

(2016), yang mengungkapkan jika sebuah layanan ternyata lebih rumit dibandingkan dengan manfaat yang didapat maka pelanggan akan memutuskan lebih memilih melakukan transaksi secara konvensional atau tidak lagi menggunakan teknologi tersebut.

Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan (Pratiwi, Indriani, & Sugiarto, 2017):

1. Penggunaan yang mudah dipelajari;
2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami;
3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar;
4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.1.8 Persepsi Kebermanfaatan

Davis (1989) menyatakan, bahwa pengertian dari manfaat itu merupakan kemampuan suatu teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Tjini dan Baridwan (2012), persepsi kebermanfaatan merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memusaskan dibanding saat tidak menggunakan teknologi baru tersebut (Wibowo, Rosmauli, & Suhud, 2015). Sejalan dengan penelitian sebelumnya, Saripah dkk (2016) mendefisisikan persepsi kebermanfaatan sebagai sebuah sistem yang akan selalu berkaitan erat dengan produktivitas dan

efektivitas suatu sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh. Sehingga persepsi kebermanfaatan disefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya.

Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakan minat pengguna dalam menggunakan teknologi. Menurut Pratiwi dkk (2017) indikator pengukur persepsi kebermanfaatan terdiri dari:

1. Meningkatkan produktivitas;
2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari;
3. Mengurangi waktu bertransaksi;
4. Sangat bermanfaat.

2.1.9 Kepercayaan

Kepercayaan menurut Morgan dan Hunt (1994) didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain. Sedangkan menurut Tjini dan Baridwan (2012) , kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Dimana kepercayaan tidak dapat begitu saja diperoleh, melaikan harus dibangun dari awal dan kemudian dapat dibuktikan (Saputro & Sukirno, 2013). Sehingga jika seorang individu

sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam penggunaan teknologi.

Menurut Verhagen dan Dolen (2007) Indikator pengukuran variabel kepercayaan diantaranya yaitu:

1. Dapat diandalkan;
2. Memiliki reputasi yang baik;
3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi.

2.1.10 Keamanan

Menurut Afghani dan Yulianti (2016), Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Kemudian, jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah & Djawoto, 2017). Dapat diambil kesimpulan dari uarian diatas bahwa tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna T-Cash.

Menurut Waspada (2012) keamanan dapat diukur menggunakan indikator:

1. Tidak khawatir saat memberikan informasi;
2. Percaya akan mendapat perlindungan atas informasi yang diberikan;
3. Percaya bahwa uang yang tersimpan dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

2.1.11 Minat

Menurut Davis (1986), minat merupakan perilaku yang didefiniskan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012) minat adalah sesuatu yang timbul setelah melihat rangsangan dari produk yang dilihat nya. Kemudian, dalam penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) disebutkan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan kemanan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat menggunakannya lagi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Rakhmawati dan Isharijadi (2013) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadaap minat penggunaan sistem internet banking pada nasabah Bank Muamalat cabang pembantu Madiun". Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*, sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*. Dan seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*.

Saripah dkk (2016) melakukan penelitian tentang "Pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi resiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* bagi wajib pajak orang pribadi di kpp pratama pekanbaru tampan tahun 2015". Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahawa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Secara simultan menunjukan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*.

Wu dkk (2010) dalam penelitiannya yang memiliki judul "*A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking*" dengan menggunakan beberapa variabel yaitu *relative advantage, trust and perceived ease of use.* Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel *relative advantage, trust and perceived ease of use* dirasakan sangat penting dan berpengaruh secara positif terhadap niat pelanggan untuk menggunakan sistem online banking.

Afghani dan Yulianti (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi resiko serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya". Data dikumpulkan dengan metode convenience sampling dengan membagikan 90 kuisioner kepada nasabah BRI Surabaya yang telah menggunakan

layanan *e-banking*. Hasil penelitian menunjukan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi e-banking. Namun, kemanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking*.

Alwafi dan Magnadi (2016) melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalam Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com". penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan membagikan kuisioner kepada 100 responden. Hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Sedangkan hasil sebaliknya diperoleh dari variabel pengalaman yang tidak berpengaruh pada minat penggunaan Tokopedia.com.

Wibowo dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)" variabel yang digunakan oleh peneliti selama penelitian ialah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan dimana hasil yang didapat dari keempat variabel tersebut menunjukan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan e-money.

Tjini dan Baridwan (2012) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking" menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model.* Peneliti memperoleh responden pengguna layanan internet banking sebanyak 125 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Brawijaya Malang. Hasil yang diperoleh dari analisis untuk model ini menunjukan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *internet banking*, serta konstruk kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan *internet banking*. Sebaliknya, konstruk persepski kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap digunkannya layanan *internet banking*.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Kemudahan dalam sistem pembayaran saat ini banyak dirasakan oleh masyarakat. Banyak muncul penerbit e-money yang mana salah satunya adalah Telkomsel dengan produknya yang sering disebut T-Cash. Masyarakat dapat merasakan kemudahan dari T-Cash karena, dengan menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kemudahan dengan minat untuk menggunakan suatu teknologi. Seperti penelitian milik Alwafi dan Magnadi (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Serta Wibowo dkk (2015) turut menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-money. Kemudian penelitian diatas juga didukung oleh penelitian milik Wu dkk (2010) dimana hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat pelanggan untuk menggunakan sistem online banking.

Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti akan mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Persepsi kebermanfaatan disefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakan minat pengguna dalam menggunakan teknologi.

Saripah dkk (2016) dalam penelitiannya menemukan, bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling.* Hasil serupa juga didapatkan dalam penelitian milik Wibowo dkk (2015) yang menunjukan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rakhmawati dan Isharijadi (2013) serta Tjini dan Baridwan (2012), yang menunjukan hasil bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*.

Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti akan mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Persepsi kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan T-Cash. Penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan T-Cash. Oleh karena itu, upaya besar harus dilakukan untuk terus meingkatkan kepercayaan pengguna, karena kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap penerimaan sistem baru.

Dalam penelitian milik Wibowo dkk (2015) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Begitu juga hasil yang didapat dalam penelitian milik Wu dkk (2010), Rakhmawati dan Isharijadi (2013), serta Afghani dan Yulianti (2016) yang menunjukan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem *internet banking.*

Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti akan mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

2.3.4 Pengaruh Keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

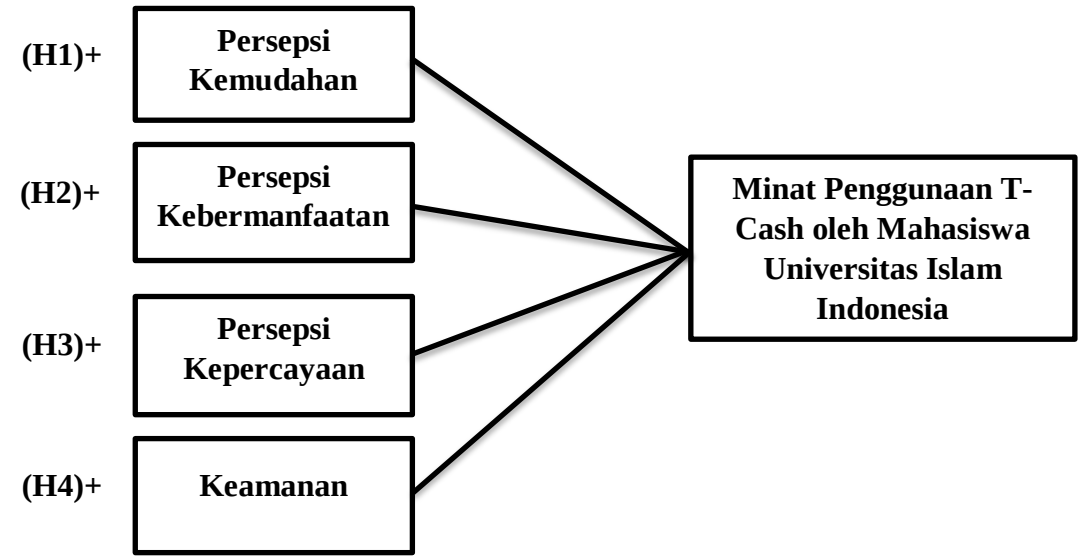
Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna T-Cash. Sehingga, sebuah teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamaanan saat proses penggunaan teknologi.

Dalam penelitian milik Afghani dan Yulianti (2016) variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking*. Sedangkan hasil berlainan didapatkan oleh penelitian milik Rafidah dan Djawoto (2017) yang menunjukan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online.

Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti akan mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.4 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, yang berguna untuk meneliti pada tingkatan populasi atau sampel tertentu. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan penulis ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan yang akan diuji pengaruhnya terhadap minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia untuk menggunkan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai. Hal-hal yang akan dibahas pada bab ini meliputi populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek maupun subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari lebih lanjut kemudian ditarik kesimpulannya. Uraian diatas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah

menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai. Yogyakarta dipilih dikarenakan memiliki jumlah mahasiswa terbesar berasal dari berbagai daerah di Indonesia yang kemudian dikenal sebagai kota pelajar. Sehingga hal tersebut menjadi bahan pertimbangan penulis untuk memilih populasi.

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyanto (2015) sampel merupkan bagian ataupun jumlah dari karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sedangkan Tuckman (1972) menyatakan sampel merupakan kelompok yang mewakili populasi yang berperan sebagai responden. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi dimana dalam pengambilan sampel penulis harus didasarkan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari kesemuanya, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus secara *representative*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam populasi ini adalah teknik *sampling purposive*. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa teknik *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kemudian menurut Suryabrata (1973) menentukan sampel didalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting karena semakin tidak sama sifat sampel dengan populasinya maka akan memiliki

kemungkinan yang besar terjadi kekeliruan dalam menggeneralisasikan kesimpulan penelitian. Oleh karena itu diupayakan dalam penentuan sampel tidak terjadi kekeliruan. Sampel yang digunakan penulis memiliki karakteristisk pertimbangan tertentu yaitu: Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, mahasiswa yang sudah pernah menggunakan T-Cash.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer didapat langsung dari mahasiswa di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket atau kuisioner secara langsung dan melalui internet. Menurut Pujihastuti (2010) kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survey untuk memdapatkan opini responden dimana kuesioner dapat didistribusikan kepada responden melalui 3 cara: (1) Langsung oleh peneliti (mandiri); (2) Dikirim lewat pos (*mailquestionair*); (3) dikirim melalui komputer, misal surat elek tronik (*e-mail*). Sehingga, penelitian dapat memperoleh informasi pribadi mengenai sikap, harapan, serta keinginan responden.

Dalam penelitian ini terdapat empat konstruk, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kemanan serta minat mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai. Dari keempat konstruk tersebut, akan diuraikan indikator dari masing-masing konstruk. Item pertanyaan yang tertera dalam kuesioner pada penelitian ini merupakan pertanyaan yang muncul dari keempat konstruk dan mengacu

pada penelitian milik Saripah dkk (2016), Alwafi dan Magnadi (2016) dan Bhattacherjee (2000).

Penggunaan ukuran penelitian dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert yang merupakan skala untuk mengukur sikap, pendapaat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai gejala sosial yang terjadi di masyarakat. Cara pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala 5 point yaitu dengan menghadapkan para responden dengan pertanyaan-pertanyaan yang kemudian diminta untuk menjawab pertanyaan dengan pilihan: "Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS)". Jawaban ini diberi poin 1 sampai dengan 5, dimulai dari skala 1 yang merujuk pada "Sangat Tidak Setuju (STS)", sedangkan skala 5 atau yang paling tinggi merujuk pada "Sangat Setuju (SS)".

3.3 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel menurut Sugiyono (2015) adalah sesuata yang berbentuk apasaja yang ditetapkan saat penelitian oleh penulis untuk dipelajari sehingga dapat memperoleh informasi mengenai hal tersebut dimana selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan dalam penggunaan. Kemudian, variabel dependen dalam penelitian ini berupa minat

mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash. Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang tidak dipengaruhi dan dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Menurut Sugiyono (2015) variabel independen merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh dan menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen berupa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan serta keaamanan dalam penggunaan T-Cash. Keempat variabel ini akan diuji pengaruhnya terhadap minat mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash. Serta manakah dari keempat variabel ini yang paling berpengaruh.

3.3.1.1 Persepsi Kemudahan

Melalui kemunculan T-Cash, kemudahan dalam sistem pembayaran saat ini banyak dirasakan oleh masyarakat. Masyarakat dapat merasakan kemudahan dari T-Cash karena, dengan menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat. Dalam penelitian milik Alwafi dan Magnadi (2016) kemudahan didefiniskan sebagai saat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak perlu menggunakan usaha keras untuk melakukannya, sehingga penggunaan teknologi dan kemudahan sistemnya haruslah sesuai dengan keinginan pengguna.

Berikut adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai persepsi kemudahan:

1. Teknologi T-Cash sangat mudah untuk dipelajari oleh saya
2. Teknologi T-Cash dengan mudah mengerjakan apa yang diinginkan oleh saya
3. Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi T-Cash
4. Teknologi T-cash sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya
5. Secara keseluruhan teknologi T-Cash sangat mudah untuk dioperasikan

3.3.1.2 Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi kebermanfaatan disefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Saripah dkk (2016) mendefisisikan persepsi kebermanfaatan sebagai sebuah sistem yang akan selalu berkaitan erat dengan produktivitas dan efektivitas suatu sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh.

Berikut adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai persepsi kebermanfaatan:

1. Dengan penggunaan T-Cash saya dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat

2. Dengan penggunaan T-Cash dapat meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya
3. Penggunaan T-Cash dapat menyederhanakan proses kegiatan pembayaran saya
4. Penggunaan T-Cash dapat meningkatkan produktivitas saya

3.3.1.3 Kepercayaan

Menurut Tjini dan Baridwan (2012), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Sehingga, penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan T-Cash.

Berikut ini adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai variabel kepercayaan:

1. Saya akan menggunakan T-Cash ini sebagai alat pembayaran selanjutnya
2. Saya merasa puas menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran
3. Saya merasa yakin saat menggunakan T-Cash
4. Saya percaya bahwa T-Cash dapat mendatangkan manfaa kepada saya
5. Saya percaya T-Cash memiliki sistem keamanan yang baik

3.3.1.4 Keamanan

Menurut Afghani dan Yulianti (2016), Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sebuah teknologi dikatakan baik jika memberikan

jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamaanan saat proses penggunaan teknologi.

Berikut ini adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai variabel keamanan:

1. Penggunaan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai adalah aman bagi saya
2. Pembayaran menggunakan T-Cash dapat memberikan jaminan yang tinggi
3. Saya tidak khawatir ketika menggunakan T-Cash
4. Permasalahan tingkat keamanan pada T-Cash tidak mempengaruhi saya dalam memanfaatkannya

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah minat mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash. Minat mahasiswa UII dalam menggunakan T-Cash dianggap sebagai tolok ukur keberhasilan T-Cash membantu Bank Indonesia dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*) di Indonesia.

3.3.2.1 Minat

Tjini dan Baridwan (2012) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa, minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang

individu mendapatkan rangsangan yang menguntungkan bagi dirinya, maka hal tersebut akan meningkatkan minat individu tersebut untuk melakukan suatu hal tertentu.

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan penelitian mengenai minat seseorang untuk menggunakan T-Cash:

1. Saya akan mencoba menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi
2. Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran
3. Saya akan menggunakan T-Cash dalam jangka waktu yang panjang

3.4 Metode analisis data

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berkaitan dengan bagaimana menyajikan data seinformatif mungkin dan dapat memberikan gambaran ataus deskripsi responden mengenai variabel-variabel penelitian (persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi kepercayaan dan keamanan pada minat penggunaan T-Cash). Sehingga statistik deskripsif ini berhubungan dengan kegiatan pengumpulan, pengorganisasian, peringkasan dan penyajian data (Warjono, 2015).

3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011), menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur kesahihan suatu kuesioner. Sedangkan Ristya (2011) menyatakan, validitas merupakan suatu indeks yang menunjukan

suatu alat ukur telah megukur dengan benar apa yang hendak diukur. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data penyebaran kuisioner. Kusioner sebagai alat ukur harus bisa menjadi pengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan untuk dapat mengetahui kuisioner tersebut layak atau tidak untuk mengukur apa yang hendak diukur maka harus dilakukan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item (pertanyaan) dengan skor total kuisioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

Menurut Ristya (2011) reliabilitas merupakan indek yang dapat menunjukan seberapa terpercayanya alat pengukuran tersebut. Kemudian, Afghani dan Yulianti (2016) menyatakan suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan pada kuesioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dengan tujuan agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Untuk melakukan uji asumsi klasi, maka yang harus dilakukan yaitu:

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2011) bahwa tingkat normalitas suatu data tidak begitu penting, tetapi sebaiknya data yang ada tersebut dapat berkontribusi

normal. Namun uji normalitas merupakan uji tentang normal atau tidaknya distribusi variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang normal atau mendekati normal.

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Afghani dan Yulianti (2016) menyatakan, model regresi yang baik merupakan model yang tidak ditemukan korelasi antara variabel bebas, apabila variabel bebas saling berkolerasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Sehingga gejala dari multikolinearitas ditunjukkan melalui adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen (variabel bebas).

3.4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu metode pengujian untuk membuktikan bahwa residual tidak saling berhubungan. Dalam penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson. Menurut Widarjono (2015) Metode Durbin-Watson adalah salah satu metode yang mudah dan sering digunakan untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi.

3.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians dari masing-masing variabel tidak sama untuk semua pengamatan, apabila varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas sedangkan jika berbeda maka disebut

heteroskedastisitas.Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas jika menurut Afghani dan Yulianti (2016) dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu zpred dengan residual spresid. Hal serupa juga dinyatakan oleh Ghozali (2011) yaitu heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola tertentu pada grafik.

3.4.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data berisikan tahapan-tahapan yang akan digunakan untuk menolah data, untuk kemudian hasil data olahan yang diperoleh tersebut dianalisa sehingga menghasilkan kesimpulan. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa:

3.4.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan menurut Ndruru dkk (2014) regresi linear berganda berguna untuk mendapatkan pengaruh dua variabel kriterium atau untuk mencari hubungan fungsional dua prediktor atau lebih dengan variabel kriteriumnya atau untuk meramalkan dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya. Regresi dilain pihak menjelaskan pengaruh satu variabel atau lebih disebut variabel independen terhadap variabel lain disebut variabel dependen (Widarjono, 2015). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = a + b_1X_1 + \ b_2X_2 \ + \ b_3X_3 + \ b_4X_4 + e}$$

Dimana :

Y = Minat penggunaan T-cash pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi

X_1 = kemudahan penggunaan

X_2 = kebermanfaatan penggunaan

X_3 = kepercayaan

X_4 = keamanan

e = *Error*

3.4.5 Uji t-statistik

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji statistik distribusi t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual (Widarjono, 2015).

Hal ini berarti, uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, dan X4 (kemudahan penggunaan, kebermanfaatan penggunaan, kepercayaan dan

keamanan) berpengaruh terhadap variabel Y (minat penggunaan T-cash pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia) secara terpisah atau parsial.

3.4.6 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Afghani & Yulianti, 2016). Dalam penelitian ini berarti menguji pengaruh secara serempak dari pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, keercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas hasil analisa data mengenai penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan t-cash pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Analisa yang dilakukan peneliti berupa pengaruh dari kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan. Berdasarkan teori yang ada peneliti akan menganalisis data yang telah dikumpulkan sesuai dengan pokok permasalahan dengan menggunakan regresi linear berganda. Pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menyebar kuisioner kepada 180 mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia.

Analisis dalam penelitian ini terbagi menjadi tujuh bagian, yaitu : Bagian Pertama, penentuan sampel penelitian. Bagian kedua, hasil pengumpulan data yang menjelaskan jumlah data yang digunakan untuk proses analisis. Bagian ketiga, deskripsi responden yang menjadi target penelitian, berdasarkan fakultas, jurusan dan umur dari para responden yang merupakan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Bagian Keempat, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Bagian Kelima, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji asumsi klasik. Kelima, hasil pengujian regresi linear berganda dan uji t-statistik. Terakhir, keenam menyajikan hasil uji hipotesis.

4.1 Penentuan Sampel Penelitian

Data yang dipakai pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuisioner kepada responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *random sampling.* Penelitian ini mengambil subyek responden secara acak yang berasal dari kalangan mahasiswa/i aktif Universitas Islam Indonesia yang pernah menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai. Dimana diperoleh responden dari berbagai fakultas dan jurusan yang ada di UII. Jumlah sampel yang diambil peneliti adalah 175 dari 23.000 lebih mahasiswa UII (UII, 2017) atau sekitar 0,76 % dari pupulasi yang ada.

4.2 Hasil Pengumpulan Data

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, metode pengumpulan data primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan meyebarkan kuisioner dan menggunakan metode random sampling yang mengambil responden dari kalangan mahasiswa/i aktif UII. Berikut merupakan hasil pengumpulan data berupa kuisioner yang berhasil dikembalikan dan lauyak untuk dianalisis dapat disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisioner yang disebar	175	100%
Kuisioner yang tidak kembali	26	14,8%
Kuisioner yang kembali	149	85,1%
Kuisioner yang pengembaliannya tidak lengkap	1	0,6%
Kuisioner yang memenuhi syarat	148	84,6%

Sumber: Data diolah, 2018

Dari penelitian yang dilakukan, jumlah total kuesioner yang disebarkan kepada responden berjumlah 175 buah (100%). Dari 175 buah kuesioner yang disebarkan tersebut, terdapat 26 buah (14,8%)kuisioner yang tidak dikembalikan serta 149 buah (85,1%) telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti.

4.3 Deskripsi Responden

4.3.1 Fakultas

Data responden berdasarkan (UII, 2017) fakultas yang berada di UII mencakup 8 fakultas, yaitu : Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Hukum (FH), Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI), Fakultas Kedokteran (FK), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB), Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP), Fakultas Teknologi Industri (FTI). Dari penerimaan data responden melalui kuesioner didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Klasifikasi Berdasarkan Fakultas Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah	%
Fakultas	Ekonomi	124	83,8%
	Hukum	5	3,3%
	Ilmu Agama Islam	1	0,7%
	Kedokteran	1	0,7%
	Matematika dan IPA	2	1,35%
	Psikologi dan Ilmu Sosial	4	2,7%
	Teknik Sipil dan Perencanaan	1	0,7%
	Teknologi Industri	10	6,75%
Total		148	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Dari data diatas dapat dilihat bauran fakultas dari para responden yang terdiri dari Fakultas Ekonomi (FE) 124 mahasiswa aktif atau sekitar 83,8% dari keseluruhan responden, Fakultas Hukum (FH) 5 mahasiswa aktif atau sekitar 3,3% dari keseluruhan responden, Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Fakultas Kedokteran (FK) 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,35% dari keseluruhan responden, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) 4 mahasiswa aktif atau sekitar 2,7% dari keseluruhan responden, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Fakultas Teknik Industri (FTI) 10 mahasiswa aktif atau sekitar 6,75% dari keseluruhan responden.

4.3.2 Jurusan

Data responden berdasarkan jurusan terdiri dari 24 kategori, yaitu: Akuntansi, Manajemen, Ilmu Ekonomi, Ilmu Hukum, Hukum Islam, Ekonomi Islam, Pendidikan Agama Islam, Kedokteran, Farmasi, Pendidikan Kimia, Statistika, Kimia, Psikologi, Ilmu Komunikasi, Pendidikan Bahasa Inggris, Hubungan Internasional, Arsitektur, Teknik Sipil, Teknik Lingkungan, Teknik Informatika, Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Industri, dan Teknik Kimia (UII, 2017). Dari penerimaan data responden melalui kuesioner didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.3
Klasifikasi Berdasarkan Program Studi Responden

Kategori	Program Studi	Jumlah	%
Jurusan	Akuntansi	107	72,3%
	Manajemen	7	4,7%
	Ilmu Ekonomi	10	6,7%
	Ilmu Hukum	5	3,25%
	Ahwal Al-Syakhshiyyah (Hukum Islam)	1	0,7%
	Ekonomi Islam	-	-
	Pendidikan Agama Islam	-	-
	Kedokteran	1	0,7%
	Farmasi	-	-
	Pendidikan Kimia	-	-
	Statistika	2	1,35%
	Kimia	-	-
	Psikologi	2	1,35%
	Ilmu Komunikasi	1	0,7%
	Pendidikan Bahasa Inggris	1	0,7%
	Hubungan Internasional	-	-
	Arsitektur	1	0,7%
	Teknik Sipil	-	-
	Teknik Lingkungan	-	-
	Teknik Informatika	2	1,35%
	Teknik Elektro	1	0,7%
	Teknik Mesin	1	0,7%

	Teknik Industri	6	4,1%
	Teknik Kimia	-	-
Total		148	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Dari data yang telah diperoleh tesebut dapat dilihat bahwa bauran jurusan (program studi) asal dari para responden dari 24 jurusan yang ada di UII, peneliti mendapatkan pengembalian kuesioner hanya pada 15 jurusan atau bisa dikatakan 62,5% dari jurusan yang ada di UII. Kemudian, deskripsi responden menurut jurusan terdiri dari Akuntansi 107 mahasiswa aktif atau sekitar 72,3% dari keseluruhan responden, Manajemen 7 mahasiswa aktif atau sekitar 4,7% dari keseluruhan responden, Ilmu Ekonomi 10 mahasiswa aktif atau sekitar 6,7% dari keseluruhan responden, Ilmu Hukum 5 mahasiswa aktif atau sekitar 3,25% dari dari keseluruhan responden, Hukum Islam 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Kedokteran 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Statistika 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,35% dari keseluruhan responden, Psikologi 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,35% dari keseluruhan responden, Ilmu Komunikasi 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Pendidikan Bahasa Inggris 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Arsitektur 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Teknik Informatika 2 mahasiswa aktif atau sekitar 1,35% dari keseluruhan responden, Teknik Elektro 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Teknik

Mesin 1 mahasiswa aktif atau sekitar 0,7% dari keseluruhan responden, Teknik Industri 6 mahasiswa aktif atau sekitar 4,1% dari keseluruhan responden.

4.3.3 Umur

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil distribusi frekuensi berdasarkan usia responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Klasifikasi Berdasarkan Usia Responden

Kategori	Skala	Jumlah	%
Umur	18-20	22	14,9%
	21-23	126	85,1%
Total		148	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan data diatas menunjukan bahwa responden yang menggunakan alat pembayaran non tunai T-Cash di kalangan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia berusia diantara 21-23 tahun atau sekitar 85,1% dari keseluruhan responden. Kemudian sisanya diantara 18-20 tahun dengan persentase sekitar 14,9% dari keseluruhan responden. Hal ini dikarenakan peneliti lebih mengambil responden pengguna T-Cash pada mahasiswa yang sedang menempuh semester akhir.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan alat ukur untuk mengukur valid atau tidaknya penyataan-pernyataan dalam kuisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dalam membuktikan variabel penelitian. Ristya (2011) menyatakan, validitas merupakan suatu indeks yang

menunjukan suatu alat ukur telah megukur dengan benar apa yang hendak diukur. Sehingga agar dapat mengetahui kuisioner tersebut layak atau tidak untuk mengukur apa yang hendak diukur, maka harus dilakukan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item (pertanyaan) dengan skor total kuisioner tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan 148 sampel, jadi r tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,1603. Sehingga, apabila hasil dari r hitung tiap item pernyataan melebihi angka 0,1603 maka item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Menurut Ristya (2011) reliabilitas merupakan indek yang dapat menunjukan seberapa terpercayanya alat pengukuran tersebut. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden tersebut terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2011). Nilai *cronbach alpha adalah* 0,60. Jadi, apabila dalam kuesioner ini melebihi 0,60 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Tingkat reliabilitas dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.5
Tingkat Reliabilitas

Indeks Reliabilitas	Penafsiran Butir Soal
0,81 – 1	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0 – 0,20	Sangat Rendah

4.4.1 Validitas

Tabel uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6
Uji Validitas

Keterangan	Corrected Item-Total Correlation
Kemudahan 1	0,566
Kemudahan 2	0,730
Kemudahan 3	0,538
Kemudahan 4	0,147
Kemudahan 5	0,615
Kebermanfaatan 1	0,724
Kebermanfaatan 2	0,705
Kebermanfaatan 3	0,709
Kebermanfaatan 4	0,731
Kepercayaan 1	0,753
Kepercayaan 2	0,779
Kepercayaan 3	0,805
Kepercayaan 4	0,751
Kepercayaan 5	0,646
Keamanan 1	0,671
Keamanan 2	0,750
Keamanan 3	0,694
Keamanan 4	0,599
Minat 1	0,714
Minat 2	0,701
Minat 3	0,782

Sumber: Data diolah, 2018

Analisa validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Analisa Validitas

Variabel	Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
Kemudahan	Q1 (X1)	0,1603	0,566	VALID
	Q2 (X1)	0,1603	0,730	VALID
	Q3 (X1)	0,1603	0,538	VALID
	Q4 (X1)	0,1603	0,147	TIDAK VALID
	Q5 (X1)	0,1603	0,615	VALID

Kebermanfaatan	Q6 (X2)	0,1603	0,724	VALID
	Q7 (X2)	0,1603	0,705	VALID
	Q8 (X2)	0,1603	0,709	VALID
	Q9 (X2)	0,1603	0,731	VALID
Kepercayaan	Q10 (X3)	0,1603	0,753	VALID
	Q11 (X3)	0,1603	0,779	VALID
	Q12 (X3)	0,1603	0,805	VALID
	Q13 (X3)	0,1603	0,751	VALID
	Q14 (X3)	0,1603	0,646	VALID
Keamanan	Q15 (X4)	0,1603	0,671	VALID
	Q16 (X4)	0,1603	0,750	VALID
	Q17 (X4)	0,1603	0,694	VALID
	Q18 (X4)	0,1603	0,599	VALID
Minat	Q19 (Y1)	0,1603	0,714	VALID
	Q20 (Y2)	0,1603	0,701	VALID
	Q21 (Y3)	0,1603	0,782	VALID

Sumber: Data diolah, 2018

4.4.1.1 Validitas Persepsi Kemudahan (X1)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X1 (Persepsi Kemudahan) adalah Q 1 sampai dengan 5. Q 1 sampai 3 dan Q 5 dari tabel tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan >0,1603. Kemudian, Q 4 dinyatakan tidak valid karena masih dibawah nilai r tabel walaupun Q 4 tersebut positif. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel persepsi kemudahan dalam penelitian ini valid, karena dari kelima pernyataan, hanya terdapat satu butir pernyataan yang tidak valid, hal ini masih dapat ditoleransi.

4.4.1.2 Validitas Persepsi Kebermanfaatan (X2)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X2 (Persepsi Kebermanfaatan) adalah Q 6 sampai dengan 9. Keempat pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang

dihasilkan >0,1603. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini valid.

4.4.1.3 Validitas Kepercayaan (X3)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X3 (Kepercayaan) adalah Q 10 sampai dengan 14. Kelima pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan >0,1603. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini valid.

4.4.1.4 Validitas Keamanan (X4)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X4 (Keamanan) adalah Q 15 sampai dengan 18. Keempat pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena semua r hitung yang dihasilkan >0,1603. Jadi, dapat dikatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini valid.

4.4.2 Reliabilitas

4.4.2.1 Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X1)

Hasil uji reliabilitas pada variabel persepsi kemudahan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan

Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	N of Items
0,861	0,6	4

Sumber: Data diolah, 2018

Dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan uji reliabilitas, didapatkan bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,861, jumlah tersebut sudah melebehi 0,6 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat tinggi.

4.4.2.2 Reliabilitas Persepsi Kebermanfaatan (X2)

Hasil uji reliabilitas pada variabel persepsi kebermanfaatan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Persepsi Kebermanfaatan

Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	N of Items
0,902	0,6	4

Sumber: Data diolah, 2018

Dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan uji reliabilitas, didapatkan bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,902, jumlah tersebut sudah melebehi 0,6 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel Persepsi kebermanfaatan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat tinggi.

4.4.2.3 Reliabilitas Kepercayaan (X3)

Hasil uji reliabilitas pada variabel kepercayaan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Kepercayaan

Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	N of Items
0,894	0,6	5

Sumber: Data diolah, 2018

Dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan uji reliabilitas, didapatkan bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,894, jumlah tersebut sudah melebehi 0,6 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel kepercayaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat tinggi.

4.4.2.4 Reliabilitas Keamanan (X4)

Hasil uji reliabilitas pada variabel keamanan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Keamanan

Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	N of Items
0,873	0,6	4

Sumber: Data diolah, 2018

Dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan uji reliabilitas, didapatkan bahwa hasil reliabilitas sebesar 0,873, jumlah tersebut sudah melebehi 0,6 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam kuesioner ini reliabel. Serta tingkat reliabilitas variabel kepercayaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat tinggi.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dengan tujuan agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Uji asumsi Klasik merupakan uji pra-syarat yang harus dilakukan sebelum uji hipotesis. Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dimana asumsi yang harus terpenuhi adalah data harus berdistribusi normal serta bebas dari gangguan multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan spss.20. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0,47980192
Most Extreme Differences	Absolute	0,097
	Positive	0,097
	Negative	-0,049
Kolmogorov-Smirnov Z		1,183
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,122

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diperoleh asymp.sig sebesar 0,122 yang berarti lbih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mempunyai distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gangguan multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance.* Jika nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi terbebas dari gangguan multikoliniearitas, sehingga jika

sebaliknya nilai VIF menunjukan angka lebih dari 10 dan tolerance kurang dari 0,1 maka model regresi mengalami gangguan multikolinearitas. Berikut merupakan hasil dari uji multikolienaritas pada penelitian ini:

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Kemudahan	0,519	1,925	Bebas Multikolinearitas
Kebermanfaatan	0,360	2,776	Bebas Multikolinearitas
Kepercayaan	0,236	4,245	Bebas Multikolinearitas
Keamanan	0,391	2,558	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel diatas menunjukan bahwa seluruh tabel indipenden yang diteliti telah mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada penelitian dengan mosel regresi ini tidak terjadi Multikolinearitas.

4.5.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu metode pengujian untuk membuktikan bahwa residual tidak saling berhubungan. Uji autokorelasi dalam penelitian ini dengan spss.20 menggunakan metode uji Durbin Watson. Telah dibahas sebelumnya, bahwa uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik

autokorelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Selanjutnya, nilai hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini akan dibandingkan dengan nilai durbin watson pada tabel durbin watson dengan signifikansi 5%. Data dikatakan bebas autokorelasi jika nilai durbin watson > nilai du. Dalam penelitian ini dengan variabel 4 (k=4) dan jumlah responden 148 dalam tabel durbin watson menunjukkan angka du sebesar 1,8016. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,867

Sumber: Data diolah, 2018

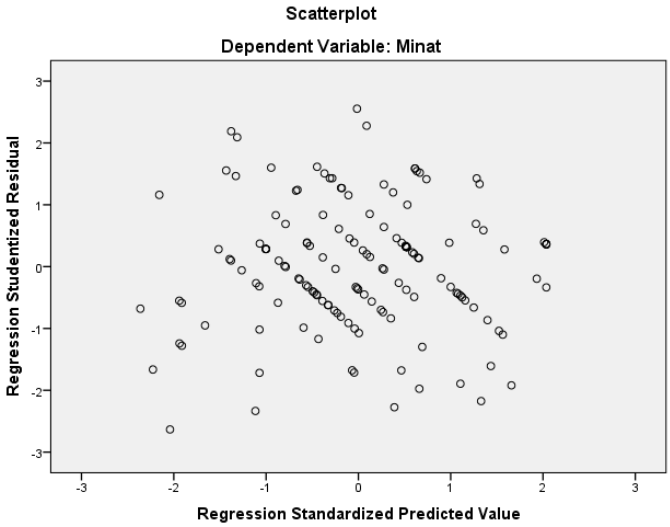
Berdasarkan hasil uji durbin watson diatas diperoleh nilai durbin watson yang lebih besar dari 1,8016 yaitu sebesar 1,867, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

4.5.4 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik berupa adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasayarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman untuk memprediksi atau mendeteksi ada tidaknya gejala heterokedastisitas tersebut dengan melihat pola gambar scatterplots hasil dari output spss.20.

Jika tidak terlihat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.1



Sumber: Data diolah, 2018

Gambar tersebut menunjukan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya diketahui tersebar diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Pernyataan mengenai tidak ditemukannya gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini juga didukung dengan menggunakan uji *Rank Spearman* sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji Rank Spearman

			Unstandadized Residual
Spearman's rho	Kemudahan	Sig. (2-tailed)	0,891
	Kebermanfaatan		0,629
	Kepercayaan		0,877
	Keamanan		0,699

Sumber: Data diolah, 2018

Dapat dilihat dari hasil uji *rank spearman* tersebut bahwa seluruh angka yang dihasilkan lebih dari 0,05. Jadi dengan menggunakan uji *rank spearman* data dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

4.6 Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan menurut Ndruru dkk (2014) regresi linear berganda berguna untuk mendapatkan pengaruh dua variabel kriterium atau untuk mencari hubungan fungsional dua prediktor atau lebih dengan variabel kriteriumnya atau untuk meramalkan dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = a + b_1X_1 + \ b_2X_2 \ + \ b_3X_3 + \ b_4X_4 + e}$$

Dimana :

Y = Minat penggunaan T-cash pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi

X_1 = kemudahan penggunaan

X_2 = kebermanfaatan penggunaan

X_3 = kepercayaan

X_4 = keamanan

e = *Error*

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16
Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-0,081	0,256
	Kemudahan	0,062	0,082
	Kebermanfaatan	0,175	0,093
	Kepercayaan	0,611	0,117
	Keamanan	0,134	0,088

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 diatas maka persamaan regresi mengenai pengaruh kemudahan, kegunaaan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash dikalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia diuraikan sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = -0,081 + 0,062X_1 + \ 0,175X_2 + 0,611X_3 + \ 0,134X_4 + e}$$

4.6.1 Koefisien Determinasi

Uji determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2). Hasil uji determinasi dengan menggunakan spss.20 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Uji Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,645	0,635

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji determinasi diatas didapatkan nilai R^2 sebesar 0,645, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), Kepercayaan (X3), serta Keamanan (X4) mempengaruhi minat penggunaan T-Cash (Y) sebesar 64,5%.

Sedangkan, sisanya (35,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

4.7 Uji T-Statistik

Analisis pengujian individual atau parsial (Uji t) telah dijelaskan sebelumnya. Pengujian ini diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dan t tabel sebesar 1,97612. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.18
Uji T

Model	T	Sig.
(Constant)	-0,318	0,751
Kemudahan	0,760	0,499
Kebermanfaatan	1,870	0,064
Kepercayaan	5,245	0,000
Keamanan	1,527	0,129

Sumber: Data diolah, 2018

Dari data hasil output spss.20 diatas, peneliti dapat memberikan analisa hasil uji hipotesis sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan (X1) menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,760 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,499 > 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).
2. Persepsi Kebermanfaatan (X2) menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,870 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,064 > 0,05, sehingga

dapat diambil kesimpulan bahwa Persepsi Kebermanfaatan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).

3. Kepercayaan (X3) menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,245 > 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Kepercayaan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).
4. Keamanan (X4) menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,527 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,129 > 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Keamanan (X4) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).

4.8 Uji F

Uji F atau dikenal sebagai uji serentak bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh semua variabel independen dalam suatu penelitian secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika hasilnya signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/ peramalan dalam penelitian. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi, jika kurang dari 5% (0,05), maka bisa dikatakan bahwa variabel independen dalam penelitian ini signifikan. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19
Uji F

Model	F	Sig.
Regression	64,824	,000[b]
Residual		
Total		

Sumber: Data diolah, 2018

Dari data hasil output spss.20 diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), Kepercayaan (X3), serta Keamanan (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).

4.9 Pembahasan Hasil Hipotesis

H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan data yang diolah, variabel persepsi kemudahan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar 0,760 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,499 > 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash (Y).

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H1 yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai T-Cash ditolak/ tidak terbukti. Sehingga apabila kemudahan layanan T-Cash meningkat ataupun menurun maka tidak akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan T-Cash.

Peneliti menduga tidak adanya keterkaitan pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan T-Cash mungkin disebabkan karena responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah

mahasiswa. Responden mahasiswa telah terbiasa menggunakan berbagai sistem atau teknologi baru yang dapat mempermudah kegiatan mereka sehingga tidak ada hambatan bagi responden dalam menggunakan teknologi T-Cash.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Rakhmawati dan Isharijadi (2013) serta Tjini dan Baridwan (2012). Dimana hasil penelitian yang didapat adalah bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

H2: Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan data yang diolah variabel persepsi kemudahan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar 1,870 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,064 > 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi Kebermanfaatan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H2 yang menjelaskan bahwa Kebermanfaatan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai T-Cash ditolak/ tidak terbukti. Sehingga apabila Kebermanfaatan layanan T-Cash meningkat ataupun menurun maka tidak akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan T-Cash.

Peneliti menyimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash mungkin dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa strata 1 (S1) yang berusia diantara 18-23 tahun. Responden disini cenderung akan lebih mengikuti ternd yang ada tanpa melihat manfaat apa yang akan dirasakan selama penggunaan teknologi tersebut. Sehingga responden penelitian ini mungkin lebih melihat sisi trend-nya dari pada sisi manfaat sesungguhnya yang ditawarkan oleh teknologi T-Cash.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Pratiwi dkk (2017) yang menunjukan persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan T-Cash. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakhmawati dan Isharijadi (2013) serta Tjini dan Baridwan (2012), dimana hasil yang didapat dari penelitian tersebut menunjukan persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sesuatu teknologi.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan data yang diolah variabel Kepercayaan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar 5,245 > 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap miant mahasiswa dalam menggunakan T-Cash

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H3 yang menjelaskan bahwa kepercayaan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai T-Cash diterima/ terbukti. Sehingga apabila tingkat kepercayaan pada layanan T-Cash meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan T-Cash.

Menurut peneliti, hasil yang menunjukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan dikarenakan adanya anggapan, bahwa penerimaan dalam bentuk kepercayaan maka akan mendatangkan minat bagi pengguna untuk terus menggunakan T-Cash. Sehingga jika seorang individu sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam penggunaan teknologi.

Hasil ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Saripah dkk (2016) yang menunjukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *e-filling*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu dkk (2010) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan untuk menggunakan sistem online banking.

H4: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Berdasarkan data yang diolah variabel Keamanan memberikan hasil t hitung sebesar sebesar 1,527 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar

0,129 > 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap miant mahasiswa dalam menggunakan T-Cash.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H4 yang menjelaskan bahwa keamanan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai ditolak/ tidak terbukti. Sehingga apabila tingkat keamanan layanan T-Cash meningkat ataupun menurun maka tidak akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan T-Cash.

Peneliti menganggap hasil penelitian yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan T-Cash dikarenakan responden yang tidak begitu memperhatikan tingkat keamanan T-Cash. Responden menganggap T-Cash sebagai alat pembayaran yang sudah pasti aman karena T-Cash merupakan salah satu penerbit e-money yang telah memperoleh ijin dari Bank Indonesia.

Hasil ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Afghani & Yulianti (2016). Hasil yang didapat dari penelitian tersebut menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. Walaupun dari beberapa penelitian diatas memiliki perbedaan objek dengan yang diteliti oleh peneliti saat ini, namun peneletian diatas memiliki kesamaan karakteristik yaitu menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat orang dalam menggunakan suatu teknologi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash dikalangan mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan Persepsi Kemudahan (X1) menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,760 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,499 > 0,05.
2. Persepsi Kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash dikalangan mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan Persepsi Kebermanfaatan (X2) menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,870 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,064 > 0,05.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan T-Cash dikalangan mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan Kepercayaan (X3) menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,245 > 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.
4. Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash dikalangan mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan Keamanan (X4) menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,527 < 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,129 > 0,05.
5. Berdasarkan hasil uji determinasi, didapatkan nilai R^2 sebesar 0,645. Hal ini menunjukan bahwa minat penggunaan T-Cash (Y) dipengaruhi oleh

Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), Kepercayaan (X3), serta Keamanan (X4) sebesar 64,5%. Sedangkan, sisanya (35,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

5.2 Saran

Diharapkan pada penelitian yang selanjutnya untuk menambah responden sehingga dapat menggeneralisasikan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking Vol. 6 No. 6*, 113-128.

Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, in Action Control: From Cognition to Behavior.* NY: Springer- Vrlag.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.* Englewood Cliffs. New Jersey: Pretice Hall International Inc .

Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalam Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal of Management Vol.5 No.2*, 1-15.

Bank For International Settlements. (1996). *Implications for Central Banks for the Development of Electronic Money.* Basley.

Bank Indonesia. (2018). Retrieved Maret 3, 2018, from http://www.bi.go.id

Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik,https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/pbi_111209.aspx

Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI/2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/11/PBI/2009 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu https://www.bi.go.id/elicensing/helps/PBI%2014.2.2012%20-%20APMK.pdf

Bhattacherjee, A. (2000). Acceptance of E-Commerce Services The Case of Electronic Brokerages. *IEEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics- Part A: Systems and Humans Vol.30 No. 4*, 411-420.

BI. (2006). *Kajian Operasional E-Money.* Laporan Kajian Bank Indonesia.

Davis, F. (1989). Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use And User Accep. *MIS Quarterly Vol. 13 No. 3*, 319.

Davis, F. D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Results.* Dissertation. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

E, R. W. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej) Vol. 8 No. 1*, 27-34.

Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunkaan E-Money Indomaret Card di Pontianak. *Techno.Com Vol. 16 No. 4*, 401-410.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Kemendagri. (2017, September 8). *Berita*. Retrieved Februari 3, 2018, from Kemendagri Mobile: http://www.kemendagri.go.id/news/2017/09/08/mahasiswa-adalah-agen-perubahan-bangsa

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Krismiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi Edisi Keempat.* Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro: Edisi Asia.* Biro Bahasa Alkemis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). the commitment trust theory of relationship marketing. *Jurnal of marketing Vol. 58*, 20-38.

Ndruru, R. E., Situmorang, M., & Taringan, G. (2014). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Hasil Produksi Padi di Deli Serdang. *Saintia Matematika Vol. 2 No. 1*, 71-83.

Nistanto, R. K. (2017, Juni 23). *e-business*. Retrieved Maret 6, 2018, from Kompas.com:https://tekno.kompas.com/read/2017/06/23/18050057/apa.itu.t-cash.dan.cara.menggunakannya

Pohan, A. (2011). *Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia.* Jakarta: Rajawali Pers.

Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). How Information Gives You Competitive Advantage. *Harvard Business Review 63 No. 4*, 149-160.

Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Anlisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi Vol. 26 No. 1*, 76-88.

Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol. 2 No. 1*, 43-56.

Rachmatunnisa. (2016, Februari 3). *detikinet*. Retrieved Maret 6, 2018, from detik.com: https://inet.detik.com/telecommunication/d-3134112/nfc-jadi-senjata-penetrasi-t-cash-telkomsel

Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6 No.2*, 1-7.

Rakhmawati, S., & Isharijadi. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadaap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol.2 No. 2*, 71-84.

Rommey, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems, 13th ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

Saputro, B. D., & Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal Vol. 2 No.1*, 36-63.

Saripah, Putri, A. A., & Darwin, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Resiko, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filling Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2015. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika Vol. 6 No. 2*, 134-149.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: AFABETA.

Suryabrata, S. (1973). *Metodologi Penelitian.* Jakarta: C.V Rajawali.

Telkomsel. (n.d.). *Telkomsel*. Retrieved Maret 6, 2018, from Telkomsel T-Cash: https://digitalpayment.telkomsel.com/terms_conditions

Tjini, S. S., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Universitas Brawijaya*.

Tuckman, B. W. (1972). *Conducting Educational Research.* New York: Harcourt Brace Jovanovich. Inc.

UII. (2017, Desember 1). *UII*. Retrieved March 23, 2018, from UII: www.uii.ac.id

Undang-undang Republik Indonesia No. 6 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia Menjadi Undang-Undang, https://www.bi.go.id/id/tentangbi/uubi/Documents/UU_6_Tahun_2009.pdf

Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang, http://peraturan.go.id/uu/nomor-7-tahun-2011.html

Verhagen, T., & Dolen, W. V. (2007). Explaining Online Purchase Intentions: A Multi-Channel Store Image Perspective. *Serie Research Memoranda No. 8*.

Warjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Exel dan SPSS.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol. 16 No. 1*, 122-131.

Weatherford, J. (2005). *Sejarah Uang.* Terjemahan oleh: Noor Cholis. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *ResearchGate*, 2.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 6 No. 1*, 440-456.

Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wu, H. Y., Lin, C.-C., Li, O., & Lin, H. H. (2010). A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking. *Global Journal of Business Research Vol. 4 No.3*, 101-108.

LAMPIRAN 1

Kuisioner Penelitian

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

I. Identitas Responde

Nama :

NIM :

Fakultas/ Jurusan :

II. Petunjuk pengisian

1. Kuisioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan intensitas, niat serta dorongan mahasiswa dalam minat penggunaan T-Cash

2. Responden hanya perlu memilih dengan cara mencentang skala yang diberikan dari angka 1 sampai denga 5. Angka 1 menunjukkan bahwa responden “Sangat Tidak Setuju”, angka 2 “Tidak Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Setuju”, serta angka 5 “Sangat Setuju” atas pernyataan yang diberikan, semakin besar skala dalam kuesioner ini menunjukan tingkat persetujuan responden atas pernyataan yang diberikan.

III. Pengisian Kuesioner

Persepsi Kemudahan

Pernyataan	1	2	3	4	5
Teknologi T-Cash sangat mudah untuk dipelajari oleh saya					
Teknologi T-Cash dengan mudah mengerjakan apa yang diinginkan oleh saya					
Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi T-Cash					
Teknologi T-cash sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya					
Secara keseluruhan teknologi T-Cash sangat mudah untuk dioperasikan					

Persepsi Kebermanfaatan

Pernyataan	1	2	3	4	5
Dengan penggunaan T-Cash saya dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat					
Dengan penggunaan T-Cash dapat meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya					
Saya sangat mudah beradaptasi dengan teknologi T-Cash					
Penggunaan T-Cash dapat meningkatkan produktivitas saya					

Kepercayaan

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya akan menggunakan T-Cash ini sebagai alat pembayaran selanjutnya					
Saya merasa puas menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran					
Saya merasa yakin saat menggunakan T-Cash					
Saya percaya bahwa T-Cash dapat mendatangkan manfaat kepada saya					
Saya percaya T-Cash memiliki sistem keamanan yang baik					

Keamanan

Pernyataan	1	2	3	4	5
Penggunaan T-Cash sebagai alat pembayaran non tunai adalah aman bagi saya					
Pembayaran menggunakan T-Cash dapat memberikan jaminan yang tinggi					
Saya tidak khawatir ketika menggunakan T-Cash					
Permasalahan tingkat keamanan pada T-Cash tidak mempengaruhi saya dalam memanfaatkannya					

Minat

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya akan mencoba menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi					
Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan T-Cash sebagai alat pembayaran					
Saya akan menggunakan T-Cash dalam jangka waktu yang panjang					

LAMPIRAN 2

Data Kuesioner

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
4	4	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	3	4	3	3	4	4	2	4	2
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4
5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2
5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
2	1	2	1	2	3	3	3	4	3	3	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1
4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	2	2	2	2	4	4	3	2	3	2	2	4	4	3	3	2	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

2	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
5	3	5	2	5	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	1	1	1
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	4	3
4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
4	4	2	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	3
4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3
3	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2
4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3
4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	5	4	3	4	2	2	2	2	3	1	3	4	1	1	2	2	2
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	3	5	5	3	4	4	3	4	4	3	5	1	3	2	2	5	5	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2
4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	3	4	3	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	
4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
3	2	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	2	2	1	
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	
4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	
5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	
3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	
3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
4	3	2	2	4	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5
4	3	4	3	5	4	4	4	2	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	
5	4	5	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	2	2	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	
5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	
5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	2	5	5	5	

4	3	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	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	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
4	2	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2	1	2
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
5	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2
3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3
4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2
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	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1
5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3
3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2
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	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3

LAMPIRAN 3

Transformasi Data Kuesioner

X1	X2	X3	X4	Y
4.25	3	2.8	3	2.33
3.25	3.25	3.6	3.75	4
4.75	4.75	4.4	4.5	4.67
3.5	3.75	3.8	3	3
3.75	3.75	3.6	3.25	4
3	3.75	2.6	3.5	2.67
4	3.5	3.2	3.5	3
4.75	5	4.8	3.75	4
4.5	4	3.8	4	4.33
3.5	4.5	4	4.25	4
4	3.75	3.4	3	3
4.5	4.5	3	2.5	3.33
3	3.5	2.8	2.75	2.67
4.25	4	2.8	4	2.67
5	4.75	4.6	4.25	3.67
4.25	4.5	4.6	4.75	4
4.5	4.25	4	4	4.67
4	4	4	4	4
5	5	4.4	3.5	4
5	4	4	4.25	4.67
4	3.25	3.2	3.5	3
1.75	3.25	2.2	1	1.33
4	4	3.8	3.75	4.33
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	3.8	3.75	4
3	3.25	2.6	3	3.67
4	4	4	4	4
3.5	2	3	2.5	3.33
4	4	3.2	3	4
5	4	4	4	4.67
3.75	3.75	3.2	3.75	3.67
4	4	3	3	3
2.25	3.75	3.4	3.5	3
4	4.75	3.4	3.5	3.67
4.5	2	2.2	2.25	1
3.25	4	3.4	3	3

4	3.75	2.8	2.75	3.67
4.25	4	3.6	2.75	3.67
5	5	4.2	4.25	4
4	4.5	4.2	3.5	4.67
3.5	4	3.6	3.5	3.33
3.75	4	4.2	3.25	4
5	3.75	3	2.75	3.67
4	4.25	4	4	4
4.25	4.75	3.6	3.5	3.67
4.25	4	4	3.5	3.67
3.75	4	3.4	2.5	3.33
2.75	2	2.2	2.5	2.67
3.75	4.25	3.2	3.75	3.33
3.5	3.5	3.2	3.5	3.33
4	4	4.4	4	4
3.75	4	3	3.5	3.33
3.75	3.75	3.6	3.25	3
4	3.25	2	2.25	2
3.5	4	3.2	3	3
4.5	4	3.4	4	3.33
3.75	3.25	3.4	3.25	2.67
4	4	4	3.75	3
5	5	5	5	5
4.25	5	4.2	4	4
3	3	3	3	3
2.75	3	2.2	2.25	1.67
3.75	3.75	3	3.25	3.67
4	4.75	3.8	4	4.33
4.75	5	4.6	4.75	4.67
2.25	2.5	2.2	3.25	2
3.5	3.25	4	4	3.33
3	3	3	3	3
4.75	4	3.8	2	4.67
3	4	3.2	4.25	4
3	3.5	2.8	2	2.67
4	3.5	3.8	3.5	4.67
5	5	5	5	5
4	3.25	3.8	4	3.67
3.25	3	3.2	3	3.33
4.25	4.75	4.4	5	3.33
3.5	3.75	3	3.5	3

2.75	1.75	2	2.75	1.67
3.75	4	3.2	3.5	4
4	3.75	3.6	4.25	4
3.25	3.5	3	2.75	3.33
3.5	4.5	4	4	3.67
5	4	4	4	4.67
5	5	4.4	4.25	5
3	3	2.6	2.75	3.33
3	3	2.6	3	2.67
4.5	3.25	3.6	3.75	2.67
3.25	4	4.6	4.25	4
5	5	5	5	5
4	4	3.8	3.75	3.67
4.25	4.75	4	3.75	3.33
3.25	1.75	2.8	2.25	2
3	3	3	3	3
3	2.5	2.8	2.75	3.67
5	5	5	4.5	4.67
4	3.5	3.8	4.25	3.33
4.5	4.5	4	3.75	4
4.25	4.5	4.4	4.25	4
4.5	3.5	2.4	2.5	2.67
4	3	3.8	3.5	2.67
3.75	4	3.6	3.25	3
3.75	3.25	3	3	3
3.5	4	4	4	4
3.25	3.5	3.4	3.75	4
4.5	4.75	4.4	4.5	4
4.75	3.75	3.4	4	3.67
5	5	4.6	5	3.67
4	4	4	3.5	4
4	4	4.2	3.5	4
5	4.75	4	3.25	3
3.75	3.75	3.6	2.75	3.67
5	5	4.4	3.25	3.33
4.5	4	4.6	3.75	4
5	4.25	4.8	3.25	5
3.25	3.5	2.4	2.5	2.67
4	4	4	4	4
3.5	4	3.6	4	3.67
3.75	3.5	3.4	3.75	3

4	4	4	4	4
3.75	3	3.4	3.5	3
3.25	3	2.8	3.25	1.67
3	3.75	3	3	3
4.25	4	3.8	4	3.33
4.25	4.75	4.2	4.25	4.33
5	5	5	5	4.67
5	4.5	4.6	5	4
4.25	3.5	3.2	3.5	3
3.5	3	3.6	4	4
3.5	3.5	3	2.75	2.67
5	5	5	5	5
4	3.75	3.2	2.75	3
4	5	4.6	4	4.67
3.75	4	4	3.5	2.67
4	4	4	4	4
3.25	3.75	3.4	4	3
3.75	3	2.8	3.25	3
3	2.5	2.4	2	1.67
4.75	4.25	3.8	4.25	3.67
3.5	3.5	3.8	4	3.33
3.75	4	3.4	3.25	3
3.5	3.75	3.6	3.75	3.33
2.75	3.5	3	3.5	3
5	3.75	3.8	4.75	4
4.75	5	5	5	5
4.25	3	2.8	3	2
4	4	4	4	4
3.75	4	3.6	3.75	3.33

LAMPIRAN 4

Transformasi Data Kuesioner Untuk Rank Spearman

Lne1	LnX1	LnX2	LnX3	LnX4
-1.45	1.45	1.1	1.03	1.1
-0.99	1.18	1.18	1.28	1.32
-2.2	1.56	1.56	1.48	1.5
-1.33	1.25	1.32	1.34	1.1
-1.16	1.32	1.32	1.28	1.18
-3.79	1.1	1.32	0.96	1.25
-3.2	1.39	1.25	1.16	1.25
-1.3	1.56	1.61	1.57	1.32
-1.09	1.5	1.39	1.34	1.39
-5.47	1.25	1.5	1.39	1.45
-2.4	1.39	1.32	1.22	1.1
-3.41	1.5	1.5	1.1	0.92
-4.1	1.1	1.25	1.03	1.01
-1.55	1.45	1.39	1.03	1.39
-0.52	1.61	1.56	1.53	1.45
-1.76	1.45	1.5	1.53	1.56
-0.58	1.5	1.45	1.39	1.39
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-2.7	1.61	1.61	1.48	1.25
-0.64	1.61	1.39	1.39	1.45
-3.69	1.39	1.18	1.16	1.25
-0.6	0.56	1.18	0.79	0
-0.88	1.39	1.39	1.34	1.32
-3.98	1.1	1.1	1.1	1.1
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-2.34	1.39	1.39	1.34	1.32
0.01	1.1	1.18	0.96	1.1
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-0.77	1.25	0.69	1.1	0.92
-0.5	1.39	1.39	1.16	1.1
-0.55	1.61	1.39	1.39	1.39
-1.82	1.32	1.32	1.16	1.32
-4.6	1.39	1.39	1.1	1.1
-2.7	0.81	1.32	1.22	1.25
-4.17	1.39	1.56	1.22	1.25
0.35	1.5	0.69	0.79	0.81
-2.42	1.18	1.39	1.22	1.1

-0.53	1.39	1.32	1.03	1.01
-3.05	1.45	1.39	1.28	1.01
-2.88	1.61	1.61	1.44	1.45
-0.77	1.39	1.5	1.44	1.25
-3.55	1.25	1.39	1.28	1.25
-3.81	1.32	1.39	1.44	1.18
-1.08	1.61	1.32	1.1	1.01
-4.4	1.39	1.45	1.39	1.39
-8.61	1.45	1.56	1.28	1.25
-4.13	1.45	1.39	1.39	1.25
-5.28	1.32	1.39	1.22	0.92
-1.2	1.01	0.69	0.79	0.92
-8.07	1.32	1.45	1.16	1.32
-3.64	1.25	1.25	1.16	1.25
-4.82	1.39	1.39	1.48	1.39
-3.41	1.32	1.39	1.1	1.25
-1.64	1.32	1.32	1.28	1.18
-2.71	1.39	1.18	0.69	0.81
-3.31	1.25	1.39	1.16	1.1
-3.47	1.5	1.39	1.22	1.39
-1.14	1.32	1.18	1.22	1.18
-0.42	1.39	1.39	1.39	1.32
-3.51	1.61	1.61	1.61	1.61
-3.7	1.45	1.61	1.44	1.39
-3.98	1.1	1.1	1.1	1.1
-1.05	1.01	1.1	0.79	0.81
-1.05	1.32	1.32	1.1	1.18
-1.47	1.39	1.56	1.34	1.39
-4.03	1.56	1.61	1.53	1.56
-2.59	0.81	0.92	0.79	1.18
-2.1	1.25	1.18	1.39	1.39
-3.98	1.1	1.1	1.1	1.1
0.31	1.56	1.39	1.34	0.69
-0.79	1.1	1.39	1.16	1.45
-7.16	1.1	1.25	1.03	0.69
0.19	1.39	1.25	1.34	1.25
-3.51	1.61	1.61	1.61	1.61
-5.19	1.39	1.18	1.34	1.39
-2.21	1.18	1.1	1.16	1.1
0.07	1.45	1.56	1.48	1.61
-4.76	1.25	1.32	1.1	1.25

-2.29	1.01	0.56	0.69	1.01
-0.64	1.32	1.39	1.16	1.25
-1.79	1.39	1.32	1.28	1.45
-1.83	1.18	1.25	1.1	1.01
-2.9	1.25	1.5	1.39	1.39
-0.55	1.61	1.39	1.39	1.39
-0.89	1.61	1.61	1.48	1.45
-0.58	1.1	1.1	0.96	1.01
-6.09	1.1	1.1	0.96	1.1
-0.44	1.5	1.18	1.28	1.32
-3.23	1.18	1.39	1.53	1.45
-3.51	1.61	1.61	1.61	1.61
-7.56	1.39	1.39	1.34	1.32
-0.94	1.45	1.56	1.39	1.32
-1.65	1.18	0.56	1.03	0.81
-3.98	1.1	1.1	1.1	1.1
0.09	1.1	0.92	1.03	1.01
-4.74	1.61	1.61	1.61	1.5
-2.18	1.39	1.25	1.34	1.45
-5.32	1.5	1.5	1.39	1.32
-2.97	1.45	1.5	1.48	1.45
-5.74	1.5	1.25	0.88	0.92
-0.41	1.39	1.1	1.34	1.25
-1.45	1.32	1.39	1.28	1.18
-6.14	1.32	1.18	1.1	1.1
-3.37	1.25	1.39	1.39	1.39
-0.75	1.18	1.25	1.22	1.32
-2.29	1.5	1.56	1.48	1.5
-3.37	1.56	1.32	1.22	1.39
-0.18	1.61	1.61	1.53	1.61
-3.01	1.39	1.39	1.39	1.25
-4.62	1.39	1.39	1.44	1.25
-0.13	1.61	1.56	1.39	1.18
-2.46	1.32	1.32	1.28	1.01
-0.23	1.61	1.61	1.48	1.18
-3.13	1.5	1.39	1.53	1.32
-0.83	1.61	1.45	1.57	1.18
-4.02	1.18	1.25	0.88	0.92
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-4.67	1.25	1.39	1.28	1.39
-2.14	1.32	1.25	1.22	1.32

-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-3.01	1.32	1.1	1.22	1.25
0.23	1.18	1.1	1.03	1.18
-10.41	1.1	1.32	1.1	1.1
-1.81	1.45	1.39	1.34	1.39
-3.36	1.45	1.56	1.44	1.45
-3.66	1.61	1.61	1.61	1.61
-1.41	1.61	1.5	1.53	1.61
-3.05	1.45	1.25	1.16	1.25
-1.01	1.25	1.1	1.28	1.39
-2.53	1.25	1.25	1.1	1.01
-3.51	1.61	1.61	1.61	1.61
-3.86	1.39	1.32	1.16	1.01
-2.55	1.39	1.61	1.53	1.39
0.18	1.32	1.39	1.39	1.25
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-1.89	1.18	1.32	1.22	1.39
-3.44	1.32	1.1	1.03	1.18
-0.99	1.1	0.92	0.88	0.69
-3.43	1.56	1.45	1.34	1.45
-2.61	1.25	1.25	1.34	1.39
-2.03	1.32	1.39	1.22	1.18
-3.67	1.25	1.32	1.28	1.32
-12.05	1.01	1.25	1.1	1.25
-3.69	1.61	1.32	1.34	1.56
-3.34	1.56	1.61	1.61	1.61
-0.4	1.45	1.1	1.03	1.1
-3.73	1.39	1.39	1.39	1.39
-3.04	1.32	1.39	1.28	1.32

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kemudahan1	73.6419	161.891	.566	.921
kemudahan2	73.8919	156.981	.730	.918
kemudahan3	73.7297	161.233	.538	.921
kemudahan4	73.9122	157.047	.147	.957
kemudahan5	73.7027	159.653	.615	.920
kebermanfaatan 1	73.6554	157.683	.724	.918
kebermanfaatan 2	73.8041	157.955	.705	.918
kebermanfaatan 3	73.7500	158.692	.709	.918
kebermanfaatan 4	74.0338	157.067	.731	.918
kepercayaan1	74.2297	154.682	.753	.917
kepercayaan2	74.1149	155.286	.779	.917
kepercayaan3	74.1554	155.520	.805	.916
kepercayaan4	73.9662	157.257	.751	.917
kepercayaan5	73.8919	160.614	.646	.919
keamanan1	73.9595	158.543	.671	.919
keamanan2	74.0946	157.324	.750	.917
keamanan3	74.0608	157.745	.694	.918
keamanan4	74.3108	158.039	.599	.920
minat1	74.0608	157.173	.714	.918
minat2	74.0068	156.878	.701	.918
minat3	74.4054	154.447	.782	.916

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	4

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	5

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.47980192
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		1.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Multikolinearitas

Coefficients[a]

.kblguModel		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.081	.256		-.318	.751		
	Kemudahan	.062	.082	.053	.760	.449	.519	1.925
	Kebermanfaatan	.175	.093	.155	1.870	.064	.360	2.776
	Kepercayaan	.611	.117	.539	5.245	.000	.236	4.245
	Keamanan	.134	.088	.122	1.527	.129	.391	2.558

a. Dependent Variable: Minat

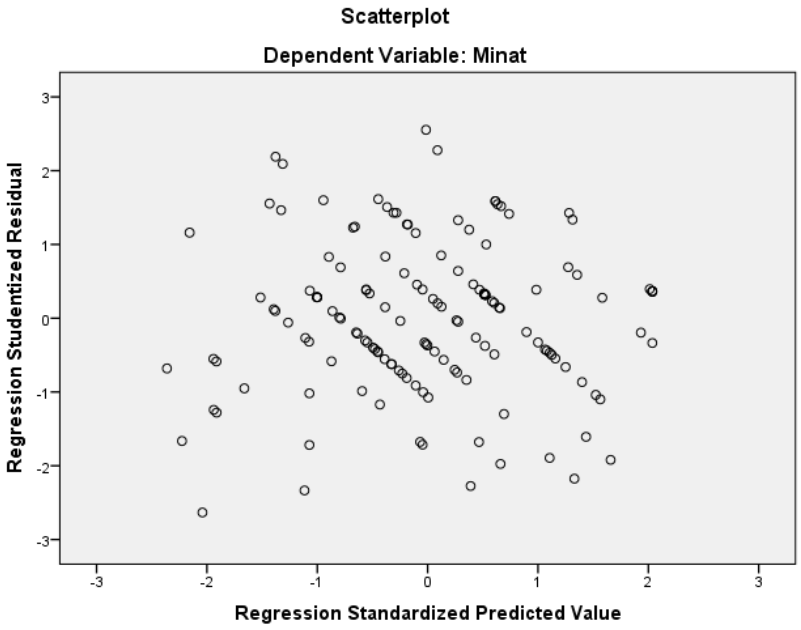
Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.803[a]	.645	.635	.48647	1.867

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan, Kebermanfaatan, Kepercayaan
b. Dependent Variable: Minat

Heteroskedastisitas



Uji Rank Spearman

Correlations

			Kemudahan	Keberman faatan	Kepercayaan	Keamanan	Minat	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kemudahan	Correlation Coefficient	1.000	.658**	.641**	.503**	.544**	.011
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.891
		N	148	148	148	148	148	148
	Kebermanfaatan	Correlation Coefficient	.658**	1.000	.791**	.626**	.677**	.040
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.629
		N	148	148	148	148	148	148
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	.641**	.791**	1.000	.764**	.765**	.013
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.877
		N	148	148	148	148	148	148
	Keamanan	Correlation Coefficient	.503**	.626**	.764**	1.000	.659**	.032
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.699
		N	148	148	148	148	148	148
	Minat	Correlation Coefficient	.544**	.677**	.765**	.659**	1.000	.602**

		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000
		N	148	148	148	148	148	148
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.011	.040	.013	.032	.602**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.891	.629	.877	.699	.000	.
		N	148	148	148	148	148	148

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

LAMPIRAN 8

Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.081	.256		-.318	.751
	Kemudahan	.062	.082	.053	.760	.449
	Kebermanfaatan	.175	.093	.155	1.870	.064
	Kepercayaan	.611	.117	.539	5.245	.000
	Keamanan	.134	.088	.122	1.527	.129

a. Dependent Variable: Minat

Hasil R Square (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803[a]	.645	.635	.48647

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan, Kebermanfaatan, Kepercayaan

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.363	4	15.341	64.824	.000[b]
	Residual	33.841	143	.237		
	Total	95.203	147			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kemudahan, Kebermanfaatan, Kepercayaan