PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)

SKRIPSI

Oleh:

Nama: Sania Fikri Ananda

No. Mahasiswa: 17312529

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2022

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)

SKRIPSI

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

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Sania Fikri Ananda

No. Mahasiswa: 17312529

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 10 September 2022

Penulis,



Sania Fikri Ananda

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Sania Fikri Ananda

No. Mahasiswa: 17312529

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 26 September 2022

Dosen Pembimbing



Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si., Ak., CA. Asean CPA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)

Disusun oleh : SANIA FIKRI ANANDA

Nomor Mahasiswa : 17312529

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Jum'at, 11 November 2022

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

Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

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

MOTTO

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmu hendaknya kamu berharap."

(QS. AL-INSYIRAH: 5-8)

"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebijakan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya."

(QS. AL-BAQARAH: 286)

"Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut belum tentu punya pikiran"

-Albert Einstein-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini saya persembahkan untuk:

Mamahku tersayang Ibu Yunita Sy, Papaphku tersayang Bapak Edy Rakhman

Yang selalu memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis, karena tidak ada kata yang lebih indah dari doa dan tidak ada doa yang lebih khusyuk dari doa orang tua untuk anaknya. Ucapan terima kasih saja tidak cukup untuk membalas kebaikan papah dan mamah. Maka dari itu terimalah persembahan bukti dan cintaku untuk kalian.

Abangku Riefaldi , Adikku Alisya Fitria Risanti dan Adikku Muhammad Fadel Fahrezi

Yang selalu memberikanku motivasi, dukungan, serta doa untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi ini.

Aku persembahkan juga untuk diriku, sebagai penghargaan atas hasil dari semua proses yang telah dilewati selama ini.

Semoga karya ini dapat bermanfaat di kemudian hari.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho, serta hidayah-Nya. Shalawat serta salam dihaturkan kepada Nabi kita Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Uang Elektronik Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)".** Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat tugas akhir untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari apa yang telah disajikan masih jauh dari kesempurnaan dan dalam proses pembuatan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat doa, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak penulis harapkan agar tercapainya penelitian yang terbaik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT**, Tuhan Semesta Alam yang selalu memberikan petunjuk, ridho, keikhlasan, kasih sayang, serta rasa sabar kepada setiap hamba-Nya terkhusus penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. **Orang tuaku tersayang dan tercinta, Bapak Edy Rakhman dan Ibu Yunita SY** yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi, nasehat, memberikan dukungan moril, material, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan kepada penulis. Kalian akan selalu menjadi inspirasi bagi penulis untuk mewujudkan semua impian di masa mendatang. Terima kasih atas segala pembelajaran formal maupun non formal yang telah diberikan selama ini, tidak ada kata yang mampu penulis sampaikan untuk semua yang telah kalian berikan. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
3. **Abangku tersayang Riefaldi S.Hub.Int, adikku tersayang Alisya Fitria Risanti, dan adikku Muhammad Fadel Fahrezi** yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
4. **Tanteku Eni Astari SY S.Psi, M.Psi , Busu Meirti, dan Om Efrizal SY** yang selalu memberikan dukungan moril, material, dan selalu memberikan semangat.
5. **Ibu Dra. Abriyani Puspaningsih, M.Si., Ak., CA, ACPA** selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang meluangkan waktunya untuk membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. **Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia** yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
7. **Jul Feryanto**, sahabat dekat penulis dari kecil hingga sekarang yang selalu memberikan semangat, dukungan, saling memberikan motivasi satu sama lain untuk terus berjuang hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu menemani mengerjakan skripsi, semangat dan sukses terus untukmu.
8. **Rani Widyaningrum**, sahabat dekat penulis dari awal semester 1 hingga sekarang, yang selalu ada dalam suka maupun duka, yang tidak pernah bosan untuk memberikan keceriaan, motivasi, semangat, nasehat, doa, dan membantu dalam segala hal. Terima kasih untuk selalu mengingatkan aku untuk mengerjakan skripsi dan terima kasih telah memberikan warna warni di masa perkuliahan.
9. **Muhammad Afif Ikhlasul**, terima kasih selalu memberikan penulis dukungan yang luar biasa besar, selalu menjadi tempat curhat dan berkeluh kesah, selalu memberikan semangat, dan selalu memberikan motivasi yang tiada hentinya. Terima kasih selalu menemani dan semoga sukses untukmu.
10. **Tiara Agusty Caesarany**, teman seperjuangan selama di Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang selalu memberikan dukungan, saling menyemangati, doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk selalu menjadi pendengar keluh kesah penulis dan terima kasih

sampai saat ini selalu ada menemani penulis. Semoga sehat, sukses, dan terima kasih untuk segalanya.

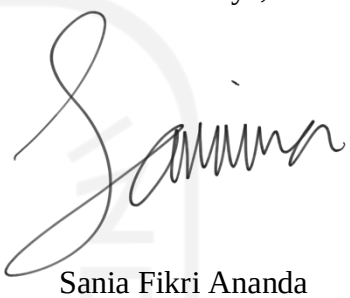
11. **Dwi Ayu Aprilia**, teman sekost di kost putri anggrek yang selalu menemani penulis hingga sekarang, memberikan pendapat dikala penulis sedang kebingungan, memberikan semangat, dan selalu menjadi pendengar curhatan. Terima kasih sudah menemani dan semoga kamu diberi kelancaran dan kemudahan dalam segala urusan.
12. **Anis Salwa**, teman selama di kampus dan teman seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terima kasih sudah membantu selama pengerjaan skripsi ini. Semoga sehat selalu, sukses, dan terima kasih untuk segalanya.
13. **Teman-teman Akuntansi FBE UII 2017**, teman seperjuangan penulis selama berkuliah di FBE UII. Terima kasih atas pengalamannya di masa perkuliahan, semoga Allah SWT memberikan kemudahan dalam segala urusan kita semua dan semoga sukses untuk kalian.
14. Serta seluruh pihak yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak diatas atas segala bantuan dan doa yang tercurah kepada penulis. Terima kasih juga untuk seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga amal kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Mohon maaf

dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,



Sania Fikri Ananda

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA ..... **Error! Bookmark not defined.**
MOTTO vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
ABSTRACT xx
ABSTRAK xx
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.5 Sistematika Pembahasan 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA 9
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Definisi TAM 9
2.1.2 Definisi Uang Elektronik (*E-money*) 10
2.1.3 Definisi Minat 13
2.1.4 Definisi Persepsi Kemanfaatan 13
2.1.5 Definisi Persepsi Kemudahan 14
2.1.6 Definisi Persepsi Risiko 15
2.1.7 Definisi Daya Tarik Promosi 16
2.2 Penelitian Terdahulu 16
2.3 Hipotesis Penelitian 24

2.3.1 Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 24
2.3.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 25
2.3.3 Pengaruh persepsi resiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 25
2.3.4 Pengaruh daya tarik promosi terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 26
2.4 Kerangka Penelitian 27
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1 Populasi dan Sampel 28
3.2 Metode Pengumpulan Data 29
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel 30
3.4 Metode Analisis Data 35
3.4.1 Statistik Deskriptif 36
3.4.2 Uji Instrumen 36
3.4.3 Uji Asumsi Klasik 37
3.4.4 Uji Hipotesis 38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data 41
4.2 Karakteristik Responden 41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan 42
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi 43

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang elektronik Dalam Sebulan. 44
4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif 45
4.4 Hasil Uji Instrumen 47
4.4.1 Uji Validitas 47
4.4.2 Uji Reliabilitas 48
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik 49
4.5.1 Uji Normalitas 49
4.5.2 Uji Multikolinieritas 50
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas 51
4.6 Hasil Uji Hipotesis 52
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda 52
4.6.2 Uji T 54
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square) 57
4.7 Pembahasan 58
4.7.1 Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19. 58
4.7.2 Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 59
4.7.3 Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 59
4.7.4 Persepsi daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19 60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 61
5.1 Kesimpulan 61
5.2 Implikasi Penelitian 62
5.3 Keterbatasan Penelitian 64

5.4 Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN 68

DAFTAR GAMBAR

1. 1 Penggunaan Layanan Digital di Indonesia selama Pandemi Covid-19 2
2. 1 Kerangka Penelitian 27

DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian Terdahulu 16
3. 1 Definisi Variabel 30
3. 2 Pengukuran Variabel 32
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan 42
4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi 43
4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang Elektronik Dalam Sebulan 45
4. 6 Statistik Deskriptif 45
4. 7 Hasil Uji Validitas 47
4. 8 Hasil Uji Reliabilitas 49
4. 9 Hasil Uji Normalitas 50
4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 51
4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 51
4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 53
4. 13 Hasil Uji T 55
4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) 58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian 68
Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian..... 77
Lampiran 3: Hasil Uji Statistik Deskriptif 103
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas..... 103
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas 110
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik..... 111
Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis 113

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and attractiveness of promotion on student interest in using electronic money during the covid-19 pandemic. The method used for sampling in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique. The population in this study were students in Yogyakarta who were still active in 2016-2020 with a sample of 200 respondents. This study uses primary data obtained by sending an online questionnaire. The method used in this research is a quantitative method using Multiple Linear Regression analysis method. The results of this study indicate that: perceived usefulness has a positive effect on student interest in using electronic money during the Covid-19 pandemic; the perception of ease of use has a positive effect on student interest in using electronic money during the Covid-19 pandemic; the perception of risk negatively affects student interest in using electronic money during the Covid-19 pandemic; Promotional attractiveness has a positive effect on student interest in using electronic money during the Covid-19 pandemic.

***Keywords**: perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, attractiveness of promotion, student interest, student interest in using electronic money during the pandemic*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, dan daya tarik promosi terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi covid-19. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Yogyakarta yang masih aktif tahun 2016-2020 dengan sampel sebanyak 200 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan mengirimkan kuesioner *online*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19; persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19; persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19; daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, daya tarik promosi, minat mahasiswa, minat mahasiswa menggunakan uang elektronik di masa pandemi

BAB I

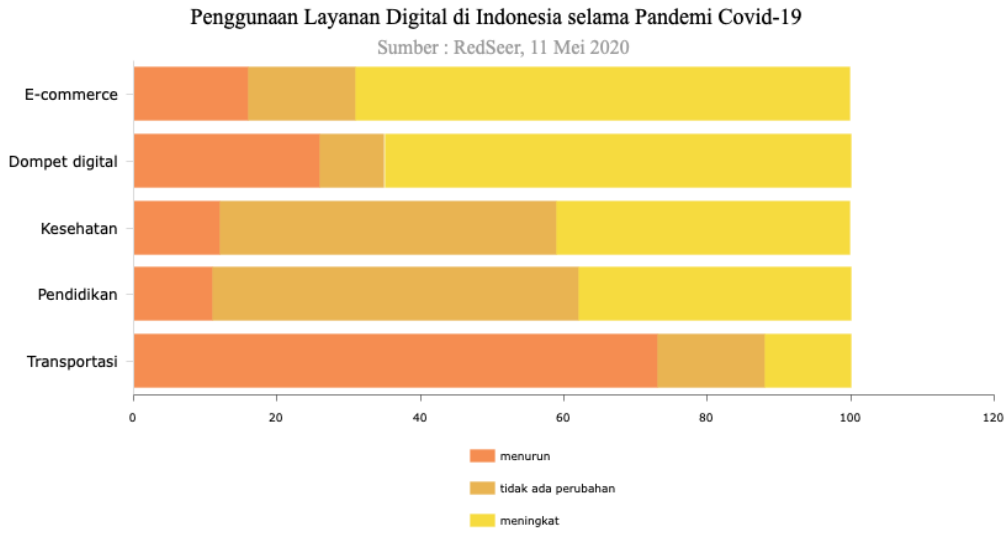
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengingat negara Indonesia sekarang ini sedang dilanda oleh sebuah virus yang bernama Covid-19. Virus Covid-19 adalah virus yang ditularkan melalui udara dan menyerang sistem pernapasan manusia. Virus ini pertama kali muncul di Wuhan, China pada bulan Desember 2019 dan sejauh ini telah menjangkiti hampir seluruh dunia. Dengan adanya virus tersebut masyarakat tidak bisa keluar rumah dengan bebas dikarenakan harus menjaga jarak dan tidak banyak melakukan aktivitas diluar rumah. Pandemi virus Covid-19 ini tidak hanya berdampak pada bidang kesehatan saja, tetapi berdampak buruk pada bidang perekonomian dan mengganggu aktivitas ekonomi Indonesia. Keputusan pemerintah Indonesia yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sangat berdampak dalam proses produksi, distribusi, dan kegiatan ekonomi lainnya. Pandemi ini dengan demikian mengubah tatanan kehidupan, salah satunya mempengaruhi aktivitas bertransaksi. Sistem bertransaksi yang berubah secara relevan dan cukup signifikan.

Masyarakat Indonesia biasanya menggunakan uang kertas dan uang logam sebagai alat tukar resmi dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, sistem pembayaran yang semula menggunakan uang tunai kini perlahan-lahan berubah menjadi sistem pembayaran non tunai atau menggunakan uang elektronik *(electronic money)*.

Sejak adanya pandemi Covid-19, semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan uang elektronik untuk melakukan sistem pembayaran non-tunai. Berdasarkan data (Redseer, 2020), penggunaan layanan digital di Indonesia meningkat selama pandemi Covid-19 ini. *E-commerce* menempati peringkat pertama dan dompet digital menempati peringkat kedua, naik sebanyak 65%. Hal ini membuktikan bahwa dompet digital menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat Indonesia, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Penggunaan Layanan Digital di Indonesia selama Pandemi Covid-19

Bank Indonesia selaku bank sentral telah mengeluarkan kebijakan terkait metode pembayaran menggunakan uang elektronik yang telah tercantum dalam ketentuan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 mengenai Uang elektronik (*Electronic Money*) yang telah diperbarui menjadi PBI No. 18/ 17/PBI/2016. Uang elektronik atau biasa disebut dengan *e-money* adalah suatu alat pembayaran yang

di mana nilai uangnya sudah tersimpan secara elektronik dengan menggunakan jaringan internet di dalam *server* atau kartu yang dapat di *top-up* atau diisi ulang apabila saldonya habis. Sekarang ini, Indonesia mengalami peningkatan dalam penggunaan uang elektronik selama masa pandemi. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2021 bulan Januari, nilai uang elektronik telah mencapai 20,7 triliun. Jumlah tersebut telah meningkat sebanyak 30,7% apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 15,9 triliun. Transaksi menggunakan uang elektronik tidak berkurang selama pandemi Covid-19. Angka tersebut justru meningkat 1,2 persen menjadi Rp 20,9 triliun pada 2020. Berdasarkan data tersebut, berarti masyarakat Indonesia semakin membutuhkan uang elektronik untuk bertransaksi di masa pandemi.

Keuntungan dari menggunakan uang elektronik yang dilansir dari (idntimes.com) ada banyak yaitu efektif dan efisien, mencegah peredaran uang palsu, mencegah terjadinya tindak pidana dikarenakan membawa uang tunai dalam jumlah besar, tidak perlu memikirkan uang kembalian, dapat memperoleh diskon spesial, mudah melakukan *top up* uang elektronik, dan lebih ramah lingkungan. Tetapi, uang elektronik juga memiliki kekurangan yaitu saldonya hanya dapat diisi ulang di mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) tertentu, jika kartu uang elektronik hilang maka uang yang ada di dalamnya juga bisa hilang serta rawan diretas oleh pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, pengguna uang elektronik harus berhati-hati dan bijaksana dalam penggunaan dan pengelolaannya.

Salah satu kota besar yang terletak di pulau Jawa dan dijuluki "Kota Pelajar" adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota Yogyakarta memiliki banyak sekali

perguruan tinggi dengan banyaknya mahasiswa/mahasiswi dari berbagai daerah di Yogyakarta, hingga permintaan untuk menggunakan uang elektronik pula semakin bertambah. Uang elektronik sangat berguna bagi para mahasiswa yang dapat digunakan untuk belanja *online* dan membeli santapan, terlebih dengan adanya pandemi ini yang mengharuskan mahasiswa untuk tinggal di kosan karena tidak diperboleh beraktivitas di luar ruangan, sehingga dapat meningkatkan minat dalam menggunakan uang elektronik.

Guna mengukur seberapa besar tingkat minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode ini merupakan metode yang berfungsi untuk menganalisis faktor-faktor dan bagaimana pengaplikasian suatu teknologi baru, apakah memberikan manfaat atau tidak bagi penggunanya. Model TAM memberikan pemahaman kepada kita bahwa suatu sistem akan banyak digunakan oleh masyarakat apabila sistem tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Pencetus metode ini adalah (Davis, 1989). Menurutnya, metode TAM memiliki dua konsep utama yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, dan daya tarik promosi terkait ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan apa yang terdapat pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wijayanti, 2017), satu diantara mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan variabel independen persepsi manfaat, kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko guna mengetahui tingkat minat dalam

menggunakan uang elektronik. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah persepsi manfaat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik, persepsi kemudahan memberikan dampak positif terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik, dan persepsi risiko memberikan dampak negatif terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh (Brilianto & Arianti, 2020), dua orang mahasiswa Ekonomi yang berasal dari Universitas Diponegoro menggunakan variabel bebas persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan daya tarik promosi untuk mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Hasil dari penelitian tersebut adalah persepsi manfaat dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik. Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik.

Penelitian ini mereplikasi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wijayanti, 2017). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dengan menambahkan variabel daya tarik promosi dari penelitian (Brilianto & Arianti, 2020). Dikarenakan hal tersebutlah maka penulis memutuskan untuk menggunakan **"Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Uang Elektronik Di Masa Pandemi Covid-19"** sebagai judul dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka didapati rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik?

3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik?

4. Apakah daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat siswa menggunakan uang elektronik.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat siswa menggunakan uang elektronik.
3. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik.
4. Menganalisis pengaruh daya tarik promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah:

1. Bagi Perusahaan

   Dapat memberikan informasi faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan uang elektronik dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan perusahaan mengenai penggunaan uang elektronik.

2. Bagi Peneliti lain

   Penulis berharap agar hasil dari penelitian ini dapat membantu peneliti lain untuk mempelajari lebih lanjut tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan penggunaan uang elektronik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai bagaimana latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metodologi penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini akan menjelaskan secara singkat teori-teori yang digunakan dalam penelitian, termasuk didalamnya konsep-konsep

yang mendasari teori penelitian. Bab ini juga akan mencakup penelitian sebelumnya.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi penjelasan metode penelitian yang dilakukan berisi tentang populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil data yang berkaitan dengan penyelesaian penelitian yang ditemukan dan dikumpulkan dengan alat ukur dan analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk meningkatkan penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi TAM

TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikembangkan oleh (Davis, 1989). TAM (*Technology Acceptance Model*) diadopsi dan dikembangkan dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh (Fishbein & Ajzen, 1975) adalah teori tindakan yang beralasan. Model ini dikembangkan dari teori psikologi yang menjelaskan tentang perilaku pengguna berdasarkan keyakinan, sikap, niat, dan hubungan dengan perilaku pengguna. Menurut teori ini, ada dua faktor yang dapat menentukan penerimaan penggunaan dalam menggunakan teknologi, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Persepsi kemanfaatan merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya dan persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan mempermudah dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Kemanfaatan dan kemudahan adalah dua karakteristik yang telah dipelajari secara mendalam dan termasuk hal utama yang ada di dalam teori ini.

Menurut (Sultan, 2017), TAM memiliki kelebihan dan kekurangan. Adapun kelebihannya sebagai berikut:

a. Termasuk model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem informasi teknologi informasi yang gagal diterapkan karena tidak ada niat untuk menggunakannya.
b. TAM telah diuji dalam banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM adalah model yang sangat baik.
c. Keuntungan utama dari model ini adalah parsinomi, yaitu model yang sederhana namun valid.

Adapun kekurangannya sebagai berikut:

a. TAM hanya memberikan informasi yang sangat umum kepada penerima sistem informasi tentang niat dan perilaku pengguna sistem.
b. Dalam penelitian, biasanya hanya sistem informasi yang digunakan.
c. Biasanya hanya satu subjek yang digunakan dalam suatu penelitian. Secara umum, studi TAM tidak dapat sepenuhnya menjelaskan hubungan antar variabel dalam model.

2.1.2 Definisi Uang elektronik (*E-money*)

Pada dasarnya uang elektronik adalah uang tanpa fisik (*cashless money)*. Menurut ketentuan Pasal 1 (3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018 tentang uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

a. Diterbitkan berdasarkan nilai moneter yang disetorkan sebelumnya kepada penerbit.

b. Nilai moneter disimpan secara elektronik pada *server* media atau *chip*.
c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan menurut undang-undang perbankan.

Dalam Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018 menjelaskan bahwa nilai Uang elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

2.1.2.1 Jenis-Jenis Uang elektronik dan Batas Nilai Uang elektronik

Berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pengguna pada penerbit uang elektronik sesuai ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018 dibedakan menjadi:

a. Uang elektronik *Unregistered* atau uang elektronik yang tidak terdaftar adalah uang yang informasi identitas pemiliknya belum terdaftar secara sah. Uang elektronik *Unregistered* biasanya berbentuk *chip* atau media *server* dengan nilai maksimum sebesar Rp1.000.000,00.
b. Uang elektronik *Registered* atau uang elektronik terdaftar adalah uang yang informasi identitas pemiliknya sudah terdaftar secara sah. Nilai maksimum yang dimiliki oleh uang jenis Uang elektronik *Registered* adalah sebesar Rp5.000.000,00.

2.1.2.2 Manfaat dan Risiko Penggunaan Uang elektronik

Beberapa manfaat dari penggunaan uang elektronik:

1. Mudah dan praktis, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus membawa uang tunai. Konsumen cukup membawa kartu atau *smartphone* yang berisi uang elektronik.
2. Mencegah peredaran uang palsu, menggunakan pembayaran non-tunai dapat mengurangi peredaran uang palsu.
3. Mendapatkan diskon tambahan karena beberapa pemilik usaha menawarkan potongan harga atau gratis ongkos kirim apabila melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik.
4. Dengan adanya uang elektronik, maka negara tidak perlu untuk mencetak uang kertas sehingga hal tersebut dapat mengurangi penebangan pohon yang merupakan bahan baku utama pembuatan kertas.

Beberapa risiko dari penggunaan uang elektronik:

1. Uang elektronik memiliki risiko yang lebih besar karena uang elektronik dapat diakses dan digunakan oleh orang lain yang mengetahui pin atau kode kita. Apabila uang elektronik tersebut hilang, maka kita tidak dapat mengklaimnya pada penerbit uang elektronik tersebut
2. Risiko yang dimiliki oleh uang elektronik juga lebih tinggi karena masih kurangnya tingkat kepahaman masyarakat dalam menggunakan uang elektronik. Sosialisasi penggunaan perangkat elektronik juga masih awam dan kurang bagi sebagian besar masyarakat.

2.1.3 Definisi Minat

Minat adalah ketertarikan terhadap sesuatu menurut perasaan individu sebagai sumber motivasi. Pada dasarnya, minat dapat ditentukan oleh kecenderungan untuk bereaksi dengan cara tertentu di sekelilingnya. Minat dapat dipahami sebagai keadaan yang timbul ketika seseorang melihat karakteristik atau situasi yang berkaitan dengan suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut (Slameto, 2015) minat adalah kecenderungan yang terus-menerus untuk memperhatikan dan mengingat beberapa aktivitas. Jadi, jika seseorang memperhatikan suatu kegiatan dan tertarik untuk terlibat di dalamnya, maka harus didasarkan pada rasa senang. Jika menimbulkan perasaan senang, maka seseorang pada masa yang akan datang secara terus-menerus ingin menggunakannya. Fungsi minat sangat berkaitan erat dengan emosi dan pikiran. Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa minat adalah minat terhadap sesuatu yang bersifat permanen, mudah diingat, dan diperhatikan secara terus-menerus, dan merupakan suatu kesenangan untuk mendapatkan kepuasan.

2.1.4 Definisi Persepsi kemanfaatan

Menurut (Triani, 2016) persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemanfaatan adalah cara berpikir tentang penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja dan memberi manfaat bagi pengguna (Andriyano, 2014). Kemanfaatan dan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna akan mempengaruhi niat perilaku ke minat perilaku. Pengguna teknologi tertarik untuk menggunakan suatu teknologi

(*behavioral interest*) apabila mereka merasa bahwa suatu sistem teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan. Kemanfaatan penggunaan juga mempengaruhi kemudahan penggunaan itu sendiri.

Menurut (Nurmalasari, 2018) indikator mengukur persepsi kemanfaatan sebagai berikut:

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

2.1.5 Definisi Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaannya lebih mudah digunakan. Disini, persepsi kemudahan berarti tidak memerlukan banyak usaha atau kerumitan dalam penggunaannya. Orang yang merasa bahwa sistem yang digunakannya tersebut mudah dan praktis digunakan, maka ia akan menggunakan sistem tersebut karena mempermudah rangkaian aktivitasnya. Selain peluang peningkatan penggunaan teknologi, kenyamanan yang tinggi membuat penggunaan teknologi lebih dapat dirasakan oleh konsumen, sehingga meningkatkan manfaat yang dirasakan. Menurut (Davis, 1989), kemudahan penggunaan adalah seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan banyak usaha bagi pengguna untuk menggunakan sistem. Sehingga dapat diartikan kemudahan adalah suatu sistem yang dirancang untuk memberikan kemudahan, bukan bertujuan untuk

mempersulit. Sedangkan, menurut (Jogiyanto, 2016) persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan.

Kemudahan mengarah pada keyakinan individu bahwa menggunakan sistem tidak memerlukan banyak usaha, karena salah satu faktor pengguna menerima atau menolak suatu sistem berkaitan dengan penggunaan sistem tersebut. Pengguna lebih cenderung menggunakan atau tidak aplikasi yang mereka yakini dapat meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan pekerjaan. Dari kedua hal tersebut dapat dilihat bahwa setiap individu memiliki persepsi yang berbeda-beda sesuai dengan inderanya. Menurut (Davis, 1989) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kemudahan, yaitu:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)
3. Fleksibel (*flexible*)
4. Mudah digunakan (*easy to use*)
5. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

2.1.6 Definisi Persepsi Risiko

Menurut (Masoud, 2013) risiko adalah tingkat anggapan pelanggan akan hasil negatif yang mungkin terjadi ketika melakukan transaksi secara *online*. Risiko adalah suatu keadaan tidak pasti yang dipertimbangkan orang ketika memutuskan atau tidak melakukan transaksi. Orang-orang sangat sensitif terhadap infrastruktur global, termasuk jarak, suasana transaksi impersonal, dan faktor risiko. Risiko juga diartikan sebagai kerugian yang diharapkan atau dampak buruk dari penggunaan

uang elektronik. Persepsi risiko adalah bentuk dari suatu penilaian terhadap situasi risiko berdasarkan pengalaman atau keyakinan.

2.1.7 Definisi Daya Tarik Promosi

Promosi adalah kegiatan penting yang berperan aktif untuk memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan konsumen tentang manfaat suatu produk untuk mendorong konsumen membeli produk yang diiklankan. Untuk melakukan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan alat promosi untuk promosi secara akurat yang digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam penjualan. Menurut (Laksana, 2019), promosi merupakan komunikasi dari penjual ke pembeli yang berasal dari informasi tepat yang ditujukan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu sehingga memudahkan untuk membeli dan tetap mengingat produk tersebut. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk dan jasa, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat sehingga orang yang membacanya dengan mudah memahaminya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian

1.	Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)	Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Minat Menggunakan Dependen: Minat	Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, dan persepsi resiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.
2.	Yosua Arent Lonardo	Pengaruh Persepsi	Independen: Persepsi	Pengaruh persepsi

	Aritonang & Anton Arisman (2017)	Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus Pada Pengguna *Go-Pay*)	Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Minat Menggunakan Dependen: Minat	kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi serta persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi *Go-Pay*.
3.	Fantry Wijayanti (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan	Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Dependen: Minat	Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-*

		E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)		*money*, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, dan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
4.	Ashif Syifa'ul Qulub (2019)	Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap	Independen: Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dependen: Minat	Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan

		Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)		layanan *e-money*, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan layanan *e-money*.
5.	Kevin Aderin (2019)	Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Survei Pada Mahasiswa	Independen: Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi Dependen: Minat	Variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*..

		Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)		
6.	Akromudin (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi pada pengguna Jasa Bus Rapid Transit (BRT) Trans	Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Dependen: Minat	Variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan sama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

		Semarang Koridor Satu)		
7.	Edo Rifqi Brilianto & Fitrie Arianti (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *E-Money* Di Kota Semarang	Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Daya Tarik Promosi Dependen: Minat	Persepsi manfaat dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*.
8.	Heny Kurnianingsi & Trisna Maharani (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan	Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur	Pengaruh kegunaan pecivied, kemudahan penggunaan

		Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Uang elektronik* Di Jawa Tengah	Layanan, Dan Kepercayaan Dependen: Minat	perceived, fitur layanan dan kepercayaan memiliki positif pada minat menggunakan *uang elektronik*.
9.	Romadhotul Inayah (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang elektronik Pada Masyarakat	Independen: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi kemanfaatan, Dan Promosi Dependen: Minat	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada masyarakat

		(Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)		di Purwokerto baik secara parsial maupun simultan.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

Didapati kesimpulan dari salah satu penelitian yang menggunakan *Theory Acceptance Model* (TAM) di dalam penelitiannya adalah terdapat keterkaitan yang positif antara persepsi manfaat dan minat dalam menggunakan *uang elektronik*. Banyak orang menggunakan sesuatu karena ada manfaat yang dapat diambil. Seseorang akan menggunakan uang elektronik karena ada manfaatnya. Salah satu manfaat menggunakan uang elektronik adalah pembayaran yang cepat, efektif, dan praktis. Persepsi manfaat atau utilitas merupakan sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Kinerja yang disederhanakan ini dapat membawa manfaat yang lebih baik dari aspek fisik dan non-fisik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Priambodo & Prabawarin, 2016), mereka menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Penelitian yang dilakukan oleh (Aderin, 2019) juga menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang

elektronik. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

2.3.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

Persepsi kemudahan yang dirasakan adalah ukuran keyakinan individu dalam menggunakan suatu teknologi, ia mendapatkan kemudahan. Kemudahan penggunaan merupakan aspek penting yang mempengaruhi persepsi pengguna. Kesadaran akan kemudahan ini merupakan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa bahwa sistem informasi tersebut mudah, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang telah memiliki persepsi bahwa sistem informasi tersebut adalah sulit dan rumit untuk diaplikasikan maka ia tidak akan menggunakannya.

Berdasarkan penelitian (Aritonang & Arisman, 2017), bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi *Go-Pay*. Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

2.3.3 Pengaruh persepsi resiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan oleh orang ketika memutuskan apakah akan melakukan transaksi atau tidak. Risiko ini

juga didefinisikan sebagai segala kerugian yang diharapkan atau efek buruk dari penggunaan akibat penggunaan uang elektronik. Ada beberapa kelemahan uang elektronik ini menjadi faktor yang menghambat pengguna untuk menggunakannya. Risiko ini dapat dipengaruhi oleh emosi seorang individu. Jika pengguna merasa tidak aman saat menggunakan sistem, maka akan menimbulkan persepsi negatif, begitu pula sebaliknya. Persepsi risiko adalah bentuk dari suatu penilaian terhadap situasi risiko berdasarkan pengalaman atau keyakinan. Menurut (Masoud, 2013) risiko adalah tingkat anggapan pelanggan akan hasil negatif yang mungkin terjadi ketika melakukan transaksi secara *online.*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016), mereka menyimpulkan bahwa persepsi risiko memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

2.3.4 Pengaruh daya tarik promosi terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

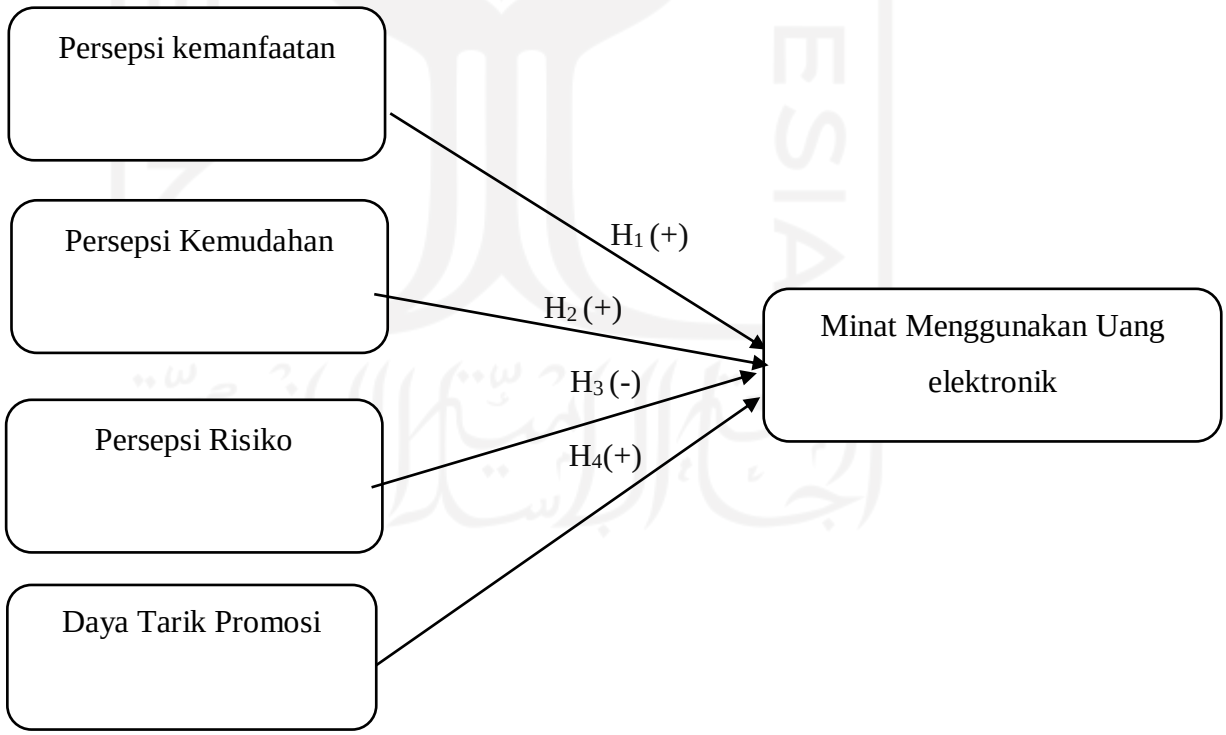
Promosi merupakan suatu alat komunikasi perusahaan yang dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai suatu produk, membujuk calon konsumen, dan mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk yang telah ditawarkan. Tujuan utama dari diberlakukannya periklanan adalah untuk memberikan informasi, menarik perhatian calon pelanggan dan membujuk mereka untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Inayah, 2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan periklanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik di Purwokerto. Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H4: Daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian hipotesis yang telah dikemukakan oleh penulis, maka dapat dibangun kerangka penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Paramita *et al.*, 2021) penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggunakan data statistik atau data numerik, yang berkaitan dengan investigasi sistematis fenomena sosial. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji populasi dan sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dan data yang terkumpul digunakan sebagai alat penelitian. Dalam hal mengumpulkan data dibutuhkan populasi dan sampel. Menurut (Sugiyono, 2016) populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, populasi terdiri dari objek dan benda-benda alam lainnya bukan hanya orang. Selain itu, populasi tidak hanya memuat jumlah yang ada pada objek/subjek yang diteliti, tetapi juga terdiri dari karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi itu sendiri merupakan objek dari penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang menggunakan sistem transaksi dengan menggunakan uang elektronik.

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi tersebut. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat

mempelajari seluruh populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diterapkan pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobabilistic sampling. Peneliti menggunakan metode ini karena tidak semua populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Karena populasi yang besar dari survei ini, sampel untuk survei ini melibatkan 200 responden. Kriteria responden dalam survei ini adalah mahasiswa dan mahasiswi yang bertempat tinggal di daerah Yogyakarta yang menggunakan *uang elektronik* dalam proses transaksinya.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan membagikan kuesioner kepada responden yang berbentuk pertanyaan yang disusun dengan menggunakan *Google Forms* dan membagikan kuesioner kepada calon responden secara *online*. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dikumpulkan oleh peneliti dimana responden memiliki alternatif jawaban yang jelas. Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data berupa tanggapan responden kemudian akan diolah dan dianalisis.

Kuesioner yang dibagikan di dalam penelitian ini menerapkan 6 skala Likert, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS); 2 = Tidak Setuju (TS); 3 = Agak Tidak Setuju (ATS); 4 = Agak Setuju (AS); 5 = Setuju (S); 6 = Sangat Setuju (SS). Untuk

petunjuk pengisian sudah diberikan di dalam kuesioner tersebut untuk memudahkan responden dalam pengisian kuesioner. Rentang skor skala Likert dalam penelitian ini untuk menghindari sikap responden dengan pilihan netral yang diberikan oleh responden.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel

Menurut (Sugiyono, 2016) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan daya tarik promosi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.

Definisi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Variabel

Variabel	Definisi
Persepsi kemanfaatan	Persepsi manfaat berarti ia memberikan persepsi mengenai bagaimana manfaat yang dirasakan apakah sistem tersebut meningkatkan kinerja individu, apakah sistem meningkatkan produktivitas individu, apakah sistem meningkatkan efektivitas

	kinerja individu, dan apakah sistem bermanfaat bagi individu atau tidak.
Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan adalah tingkat sejauh mana seseorang memberikan kepercayaannya pada penggunaannya. Mudah berarti tidak memerlukan banyak usaha atau kerumitan untuk menggunakannya. Orang yang merasa bahwa sistem yang mereka gunakan mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya dalam jangka waktu yang terus menerus. Begitupula sebaliknya, orang yang merasa bahwa suatu sistem susah untuk diaplikasikan atau digunakan maka, ia tidak akan menggunakannya.
Persepsi Resiko	Persepsi risiko adalah ketidakpastian yang muncul dari pengambilan keputusan dan keyakinan bahwa suatu peristiwa mewakili penilaian individu tentang kemungkinan bahwa suatu peristiwa akan dikaitkan dengan hasil positif atau negatif dari suatu transaksi atau situasi (Audini & Anis, 2017).
Daya Tarik Promosi	Promosi adalah satu diantara komponen penting yang terdapat dalam bauran pemasaran guna memasarkan suatu produk. Sifat pasar, sifat produk, siklus hidup produk serta pendanaan yang tersedia

	merupakan faktor pendukung yang terdapat pada promosi ini.
Minat Menggunakan	Minat adalah keinginan untuk menggunakan, upaya berkelanjutan untuk menggunakan, dan akan berlanjut di masa yang akan datang (Priambodo dan Prabawani, 2016).

Variabel dependen dan independen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan pernyataan yang telah disertakan dalam kuesioner. Pernyataan tersebut berasal dari penelitian sebelumnya mengenai minat dalam menggunakan uang elektronik. Berikut pernyataannya:

Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Pertanyaan	Referensi
1.	Persepsi kemanfaatan	Dengan menggunakan *e-money* saya dapat memperoleh manfaat dengan berbagai diskon dan promo	Priambodo & Prabawani (2015)
		Dengan menggunakan *e-money* memungkinkan saya bertransaksi dengan cepat selama masa pandemi Covid-19	
		Dengan menggunakan *e-money* dinilai lebih mudah dan efektif	

		daripada harus bertransaksi secara tunai.	
		Dengan menggunakan *e-money* dapat meningkatkan kinerja saya	
2.	Persepsi Kemudahan	Saya dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan *e-money*	Fantry Wijayanti (2017)
		Saya dapat melakukan proses transaksi dengan siapa saja menjadi lebih mudah dan praktis dengan *e-money*	
		Saya dapat mengisi ulang dana *e-money* dimanapun dan kapanpun	
		Menggunakan *e-money* sangat mudah dan fleksibel	
3.	Persepsi Risiko	Penggunaan *e-money* memiliki risiko yang tinggi	Priambodo & Prabawani (2015)
		Saya khawatir apabila saldo *e-money* akan berkurang tanpa sebab	
		Saya khawatir dengan menggunakan *e-money* kerahasiaan identitas tidak terjamin	

		Saya khawatir apabila *e-money* yang digunakan tidak dapat difungsikan dengan baik	
		Saya khawatir menemukan banyak risiko ketika melakukan transaksi dengan *e-money*	
4.	Daya Tarik Promosi	Penerbit uang elektronik melakukan promosi melalui iklan secara menarik	Sholehuddin Zulqurnain (2017)
		Promosi yang dilakukan penerbit produk *e-money* mudah dipahami dan memberikan kejelasan mengenai produk tersebut	
		Penampilan visual/gambar yang disajikan pada alat promosi (spanduk, poster, dll) produk *e-money* sangat menarik	
		E-money banyak memberikan potongan harga untuk penggunanya	
		Promosi yang ditawarkan dalam menggunakan *e-money* bervariasi	

5.	Minat Menggunakan Uang elektronik di Masa Pandemi Covid-19	Saya akan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi	Fantry Wijayanti (2017)
		Saya akan selalu menggunakan *e-money* ketika saya melakukan transaksi	
		Saya akan menggunakan *e-money* dalam jangka panjang	
		Saya lebih berminay menggunakan *e-money* dibandingkan uang tunai	

3.4 Metode Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan berupa tanggapan terhadap kuesioner yang sebelumnya diberikan kepada responden yang memenuhi syarat. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program IBM SPSS versi 26. Latar belakang penggunaan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah karena penelitian ini menggunakan satu variabel terikat dan lebih dari dua variabel bebas. Dalam penelitian ini, kesediaan responden untuk mengisi kuesioner sangat penting untuk menguji kualitas sumber data. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah data primer yang digunakan akurat, valid dan merupakan informasi yang dapat dipercaya.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendefinisikan ringkasan data dan menyajikan hasil ringkasan data tersebut. Kelebihan statistik deskriptif adalah uji ini menyajikan data dan rangkuman penjelasan data dengan menghitung nilai maksimum, minimum, mean dan standar deviasi.

3.4.2 Uji Instrumen

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji validitas atau ketidakabsahan kuesioner (Ghozali, 2018, 51). Suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik uji korelasi Pearson digunakan untuk uji validitas penelitian ini. Metode ujinya adalah dengan menghitung korelasi antara skor setiap item dengan skor total pertanyaan. Jika hasil perhitungan uji validitas menunjukkan nilai korelasi Pearson lebih besar dari 0,05 maka angket tersebut valid, tetapi jika nilai korelasi Pearson lebih kecil dari 0,05 maka angket tersebut tidak valid.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap setiap butir soal yang ada pada kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan relieabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018, 45). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach's dengan bantuan software SPSS. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana yang dijelaskan oleh (Ghozali, 2018, 46), yaitu apabila nilai signifikansi Cronbach's Alpha di atas 0,6

atau lebih besar dari pada 0,60 maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan reliabilitas.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau *residual* dalam suatu model regresi terdistribusi normal (Ghozali, 2018, 161). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan software SPSS untuk melihat apakah variabel yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Data *residual* terdistribusi normal

H_a : Data *residual* tidak terdistribusi normal

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima yang berarti data tersebut terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak yang berarti data tersebut tidak terdistribusi normal (Ghozali,2018, 167).

3.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk memungkinkan kita menguji apakah ada korelasi yang ditemukan oleh model regresi antar variabel bebas (Ghozali, 2018, 107). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya dan toleransi variance inflation factor (VIF). VIF = 1/toleransi, jadi toleransi yang lebih rendah sesuai dengan VIF

yang lebih tinggi. Suatu model regresi dikatakan multikolinear jika toleransinya mendekati 1 dan VIF tidak lebih dari 10 (Sekaran & Bougie, 2016).

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk dapat menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya pada model regresi. Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang lebih baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Sebagian besar dari data *crossection* mengandung situasi heteroskedasitas, karena data ini yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Uji Heteroskedastisitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji *glesjer* yang dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Pengujian ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikan > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikan < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.4.4 Uji Hipotesis

3.4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda digunakan untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas dengan lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen, menggunakan persamaan Regresi Linier Berganda (*Multiple Regressions*). Analisis regresi tidak hanya mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, tetapi juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018). Dengan menerapkan metode analisis

regresi linier berganda ini untuk mengetahui pengaruh, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan daya tarik promosi terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Adapun hasil pengujian melalui bantuan Software SPSS, dengan rumus:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \varepsilon}$$

Keterangan:

Y: Minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik

α: Konstanta

X1: Persepsi kemanfaatan

X2: Persepsi kemudahan

X3: Persepsi resiko

X4: Daya tarik promosi

β: Koefisien Regresi

ε: Eror

3.4.4.2 Uji T-Test

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji statistik didasarkan pada probabilitas bahwa data, atau data yang lebih ekstrim, datang secara kebetulan dan pada dasarnya mengukur probabilitas bahwa data tersebut memenuhi hipotesis nol. Semakin kecil probabilitas (disebut p-value), semakin besar perbedaan statistik antara data dan hipotesis nol. Jika probabilitas ini lebih besar dari nilai yang ditentukan (biasanya p = 0,05), hipotesis nol biasanya diterima dan hipotesis

ditolak. Jika probabilitasnya kurang dari atau sama dengan nilai yang diberikan (biasanya p = 0,05), ini berarti hipotesis diterima (Saunders et al., 2019).

3.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi memungkinkan peneliti untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel dependen numerik dan variabel independen numerik tunggal. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel prediktor dalam persamaan regresi. Jika persamaan prediksi sempurna, berarti koefisien determinasinya adalah 1. Jika hanya dapat memprediksi 50 persen, maka koefisien determinasinya adalah 0,5, dan jika persamaan tersebut tidak memprediksi perubahan, maka koefisiennya adalah 0 (Saunders et al., 2019).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarkan dengan menggunakan *Google Forms* secara *online*. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan sistem transaksi uang elektronik. Untuk menentukan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* agar setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sehingga didapatkan sampel sebesar 200 responden.

4.2 Karakteristik Responden

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan beberapa kriteria yaitu, jenis kelamin, usia, angkatan, dan nama asal perguruan tinggi.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini pemaparan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang akan dijelaskan pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	114	57%
Laki-Laki	86	43%
Total	200	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden paling banyak merupakan jenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebesar 114 dan persentase sebesar 57% sedangkan frekuensi pada responden laki-laki sebesar 86

dengan persentase sebesar 43%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan uang elektronik pada masa pandemi covid-19 di Yogyakarta adalah mahasiswa perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini pemaparan karakteristik responden berdasarkan usia yang akan dijelaskan pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18-20 Tahun	33	16.5%
21-23 Tahun	151	75.5%
24-26 Tahun	16	8.0%
Total	200	100.0%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia dengan frekuensi responden paling besar adalah pada usia 21-23 tahun dengan jumlah responden sebesar 151 dan persentase sebesar 75.5 %. Sedangkan frekuensi paling sedikit berada pada usia 24-25 dengan jumlah sebesar 16 responden dan persentase sebesar 8%. Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini mayoritas responden merupakan mahasiswa yang menggunakan uang elektronik pada masa pandemi di Yogyakarta memiliki usia 21-23 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Berikut ini pemaparan karakteristik responden berdasarkan angkatan yang akan dijelaskan pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Persentase
2016	7	3.5%

2017	80	40.0%
2018	47	23.5%
2019	30	15.0%
2020	36	18.0%
Total	200	100.0%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai frekuensi responden paling besar berada pada angkatan 2017 dengan jumlah frekuensi sebesar 80 responden dan persentase sebesar 40 %. Sedangkan frekuensi paling sedikit berada pada angkatan 2016 dengan jumlah frekuensi sebesar 7 responden dan persentase sebesar 3.5 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki mayoritas responden merupakan mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan uang elektronik pada masa pandemi merupakan mahasiswa angkatan 2017.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Berikut ini pemaparan karakteristik responden berdasarkan asal perguruan tinggi yang akan dijelaskan pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Asal Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
Universitas Islam Indonesia	103	51.5%
Universitas Gajah Mada	6	3.0%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	13	6.5%
Universitas Ahmad Dahlan	8	4.0%
Universitas Teknologi Yogyakarta	4	2.0%
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	3	1.5%
Universitas Atma Jaya	15	7.5%

Universitas Sanata Dharma	10	5.0%
Universitas Negeri Yogyakarta	3	1.5%
Universitas Mercu Buana	15	7.5%
Universitas Kristen Duta Wacana	11	5.5%
Universitas Islam Sunan Kalijaga	6	3.0%
Institut Pertanian Yogyakarta	1	0.5%
STIE YKPN	1	0.5%
Institut Sains & Teknologi AKRPIND Yogyakarta	1	0.5%
Total	200	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi paling banyak pada penelitian ini adalah responden yang berasal dari Universitas Islam Indonesia dengan jumlah frekuensi sebesar 103 dan persentase sebesar 51.5%. Sedangkan untuk jumlah responden paling sedikit berasal dari Institut Pertanian Yogyakarta, STIE YKPN, Institut Sains & Teknologi AKRPIND Yogyakarta dengan masing-masing jumlah frekuensi 1 responden dengan masing-masing persentase sebesar 0.5%. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada penelitian ini memiliki mayoritas responden yang menggunakan uang elektronik pada masa pandemi di Yogyakarta berasal dari Universitas Islam Indonesia.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang elektronik Dalam Sebulan.

Berikut ini pemaparan karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan uang elektronik dalam sebulan yang akan dijelaskan pada tabel 4.5.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang elektronik Dalam Sebulan

Frekuensi Penggunaan Uang elektronik Dalam Sebulan	Frekuensi	Persentase
Setiap hari	69	34.5%
1-3 kali/ bulan	43	21.5%
4-5 kali/ bulan	18	9.0%
> 5 kali/ bulan	70	35.0%
Total	200	100%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi penggunaan paling banyak berada pada > 5kali/ bulan dengan jumlah frekuensi sebesar 70 responden dan persentase sebesar 35 %. Sedangkan nilai frekuensi penggunaan paling sedikit berada pada 4-5 kali/ bulan dengan frekuensi sebesar 18 responden dan besar persentase sebesar 9 % . sehingga dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan uang elektronik dalam sebulan pada penelitian ini mayoritas berada pada frekuensi > 5 kali/ bulan.

4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik deskriptif bertujuan untuk meringkas data dan penyajian hasil data dengan menghitung nilai maksimum, minimum, mean, dan standard deviation. Berikut ini hasil perhitungan statistik deskriptif yang akan dijelaskan pada tabel 4.6.

Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi kemanfaatan (X1)	200	12.00	24.00	21.45	2.236

Persepsi Kemudahan (X2)	200	12.00	24.00	21.84	2.201
Persepsi Risiko (X3)	200	5.00	30.00	18.78	5.500
Daya Tarik Promosi (X4)	200	15.00	30.00	25.86	3.212
Minat Mahasiswa Menggunakan Uang elektronik (Y)	200	6.00	24.00	20.41	3.001
Valid N (listwise)	200				

a) Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai minimum-maksimum untuk variabel Persepsi kemanfaatan adalah 12.00-24.00 dengan nilai mean sebesar 21.45 dan standar deviasi sebesar 2.23. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel kemanfaatan adalah sebesar 2.23 dari 200 responden.

b) Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa nilai minimum-maksimum untuk variabel Persepsi Kemudahan adalah 12.00-24.00 dengan nilai mean sebesar 21.45 dan nilai standar deviasi sebesar 2.20. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel kemudahan sebesar 2.20 dari 200 responden.

c) Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa nilai minimum-maksimum untuk variabel Persepsi Resiko adalah sebesar 5.00-30.00 dengan nilai mean sebesar 18.78 dan nilai standar deviasi sebesar 5.50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran variabel risiko sebesar 5.50 dari 200 responden.

d) Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa nilai minimum-maksimum untuk variabel Daya Tarik adalah 15.00-30.00 dengan nilai mean sebesar 25.86 dan besar nilai standar deviasi adalah 3.21. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran variabel daya tarik sebesar 3.21 dari 200 responden.

e) Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai minimum-maksimum untuk variabel Minat Menggunakan Uang elektronik adalah sebesar 6.00-24.00 dengan nilai mean sebesar 20.41 dan nilai standar deviasi sebesar 3.00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran variabel Minat Menggunakan sebesar 3.00 dari 200 responden.

4.4 Hasil Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas membantu mengukur valid atau tidak validnya kuesioner (Ghozali, 2018). Suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam survei tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh survei tersebut. Uji validitas penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi Pearson. Hal ini dapat diuji dengan menghitung korelasi antara skor setiap item dan skor total untuk pertanyaan tersebut. Jika hasil perhitungan uji validitas menunjukkan nilai korelasi Pearson lebih besar dari 0,05 maka angket tersebut valid, tetapi jika nilai korelasi Pearson lebih kecil dari 0,05 maka angket tersebut tidak valid. Berikut adalah hasil uji efektivitas yang dijelaskan pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	X1.1	0,671	0,00	Valid
	X1.2	0,703	0,00	Valid

	X1.3	0,745	0,00	Valid
	X1.4	0,776	0,00	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,739	0,00	Valid
	X2.2	0,731	0,00	Valid
	X2.3	0,787	0,00	Valid
	X2.4	0,768	0,00	Valid
Persepsi Risiko (X3)	X3.1	0,823	0,00	Valid
	X3.2	0,830	0,00	Valid
	X3.3	0,862	0,00	Valid
	X3.4	0,858	0,00	Valid
	X3.5	0,886	0,00	Valid
Daya Tarik Promosi (X4)	X4.1	0,842	0,00	Valid
	X4.2	0,743	0,00	Valid
	X4.3	0,784	0,00	Valid
	X4.4	0,704	0,00	Valid
	X4.5	0,721	0,00	Valid
Minat Mahasiswa Menggunakan Uang elektronik (Y)	Y.1	0,789	0,00	Valid
	Y.2	0,821	0,00	Valid
	Y.3	0,740	0,00	Valid
	Y.4	0,888	0,00	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui semua variabel memiliki nilai pearson correlation (r hitung) lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel pada penelitian ini bersifat valid dan dapat diuji selanjutnya.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap setiap butir soal yang ada pada kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan relieabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018,). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach's dengan bantuan software SPSS. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana yang dijelaskan oleh (Ghozali, 2018,), yaitu apabila nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6 atau lebih besar

dari pada 0,60 maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan reliabilitas. Berikut ini hasil uji reabilitas yang akan dijelaskan pada tabel 4.8.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	0.697	Realiabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.746	Realiabel
Persepsi Risiko (X3)	0.905	Realiabel
Daya Tarik Promosi (X4)	0.816	Realiabel
Minat Menggunakan Uang Elektronik (Y)	0.823	Realiabel

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pada semua variabel memiliki nilai cronbach alpha > 0,60 sehingga dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner tersebut dinyatakan bersifat reliabilitas dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau *residual* dalam suatu model regresi terdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan software SPSS untuk melihat apakah variabel yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Nilai residu dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika memiliki nilai probabilitas dengan tingkat signifikansi > 0,05. Berikut ini hasil uji normalitas yang akan dijelaskan pada tabel 4.9.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters[a,b]	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.27592420
Most Extreme Differences	Absolute	0.110
	Positive	0.110
	Negative	-0.100
Test Statistic		0.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.281

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *Asymptotic Sig*. atau nilai residu memiliki nilai 0.281 > 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residu penelitian ini berdistribusi dengan normal dan dapat diteliti lebih lanjut.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk memungkinkan kita menguji apakah ada korelasi yang ditemukan oleh model regresi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya dan toleransi variance inflation factor (VIF). VIF = 1/toleransi, jadi toleransi yang lebih rendah sesuai dengan VIF yang lebih tinggi. Suatu model regresi dikatakan multikolinear jika toleransinya mendekati 1 dan VIF tidak melebihi 10 (Sekaran & Bougie, 2016). Jika nilai yang dihasilkan oleh uji multikolinieritas memenuhi kondisi di atas, maka model regresi

tidak menunjukkan korelasi. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas yang dijelaskan pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	**Collinearity Statistics**	
	Tolerance	**VIF**
Persepsi Kemanfaatan (X1)	0.404	2.475
Persepsi Kemudahan (X2)	0.416	2.403
Persepsi Risiko (X3)	0.999	1.001
Daya Tarik Promosi (X4)	0.733	1.365

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Tolerance untuk semua variabel memiliki nilai > 0,1 dan untuk nilai Variance Inflation factor (VIF) < 10. Sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat korelasi atau tumpang tindih atau tidak terjadi gejala multikolinieritas dan data dapat digunakan untuk diteliti lebih lanjut.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk dapat menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya pada model regresi. Model regresi yang lebih baik adalah model dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas karena data cross-sectional mengandung ukuran yang berbeda. Kriteria penentuan hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai sig > 0,05. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	0.083
	Persepsi Kemanfaatan (X1)	0.659
	Persepsi Kemudahan (X2)	0.605
	Persepsi Risiko (X3)	0.690
	Daya Tarik Promosi (X4)	0.132

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukan bahwa nilai sig pada semua variabel memiliki nilai > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga data pada penelitian ini dapat diuji untuk lebih lanjut.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari tanggapan responden dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Peneliti menerapkan analisis regresi berganda untuk menentukan pengaruh promosi terhadap minat siswa dalam menggunakan uang elektronik, manfaat yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, dan daya tarik promosi. Hasil pengujian menggunakan software SPSS menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \varepsilon}$$

Keterangan:

Y: Minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik

α: Konstanta

X1: Persepsi kemanfaatan

X2: Persepsi kemudahan

X3: Persepsi resiko

X4: Daya tarik promosi

β: Koefisien Regresi

ε: Eror

Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda yang akan dijelaskan pada tabel 4.12:

Tabel 4. 11 Hasil analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Persepsi Kemanfaatan (X1)	1.399	1.865		0.750	0.454		
	Persepsi Kemudahan (X2)	0.407	0.115	0.303	3.547	0.000	0.404	2.475
	Persepsi Risiko (X3)	0.134	0.115	0.098	1.168	0.048	0.416	2.403
	Daya Tarik Promosi (X4)	-0.063	0.030	-0.116	-2.128	0.035	0.999	1.001
	Persepsi Kemanfaatan (X1)	0.331	0.059	0.354	5.578	0.000	0.733	1.365

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.12, persamaan regresi untuk penelitian ini adalah:

$$Y= 1{,}399 + 0{,}407X1 + 0{,}134X2 - 0{,}063X3 + 0{,}331X4$$

Dari model regresi di atas, diperoleh interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1.399 Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka kesempatan tumbuh minat menggunakan uang elektronik sebesar 1.399.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemanfaat adalah sebesar 0.407 Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi manfaat naik satu satuan,maka akan meningkatkan minat menggunakan uang elektronik sebesar 0.407, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0.134. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan naik satu satuan,maka akan meningkatkan minat menggunakan uang elektronik sebesar 0.134, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel persepsi resiko adalah sebesar -0.063. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi resiko naik satu satuan, maka minat untuk menggunakan uang elektronik akan turun sebesar -0.633, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
5. Nilai koefisien regresi variabel daya tarik adalah sebesar 0.331. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel kepercayaan naik satu satuan,maka akanmeningkatkan minat menggunakan uang elektronik sebesar 0.331, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

4.6.2 Uji T

Uji-T didasarkan pada probabilitas data atau data yang lebih ekstrim yang terjadi secara kebetulan dan pada dasarnya mengukur probabilitas bahwa data tersebut konsisten dengan hipotesis nol. Semakin kecil probabilitas (disebut p-value), semakin besar perbedaan statistik antara data dan hipotesis nol. Jika probabilitas ini lebih besar dari nilai yang ditentukan (biasanya p = 0,05), hipotesis nol biasanya diterima dan hipotesis ditolak. Jika probabilitasnya lebih kecil atau sama dengan nilai yang ditentukan (biasanya p = 0,05), ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Berikut hasil uji-T yang dijelaskan pada tabel 4.13.

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Coefficients[a] Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Persepsi Kemanfaatan (X1)	1.399	1.865		0.750	0.454
	Persepsi Kemudahan (X2)	0.407	0.115	0.303	3.547	0.000
	Persepsi Risiko (X3)	0.134	0.115	0.098	1.168	0.048
	Daya Tarik Promosi (X4)	-0.063	0.030	-0.116	-2.128	0.035
	Persepsi Kemanfaatan (X1)	0.331	0.059	0.354	5.578	0.000

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat diketahui:

1. Pengujian H1: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan tabel 4.13 bahwa nilai sig. untuk variabel X1 sebesar 0.000 < 0.05 hal ini menunjukan bahwa variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik. Nilai t untuk variabel X1 adalah 3.547 hal ini menunjukan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi covid-19. Sehingga **H1 diterima**.

2. Pengujian H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *uang elektronik* di masa pandemi Covid-19

   Berdasarkan tabel 4.13 menunjukan bahwa nilai sig untuk variabel X2 sebesar 0.048 < 0.050 hal ini menunjukan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Nilai t menunjukan sebesar 1.168 hal ini menunjukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi covid-19. Sehingga **H2 Diterima.**

3. Pengujian H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukan bahwa nilai sig untuk variabel X3 adalah 0.035 < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Nilai t menunjukan sebesar -2.128 hal ini menunjukan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik di masa pandemi covid-19. Sehingga **H3 Diterima.**

4. Pengujian H4: Persepsi daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *uang elektronik* di masa pandemi Covid-19.

   Berdasarkan tabel 4.13 menunjukan bahwa nilai sig untuk variabel X4 adalah 0.00 < 0.05 hal ini menunjukan bahwa variabel persepsi daya tarik memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Nilai t menunjukan 5.578 hal ini menunjukan bahwa persepsi daya tarik memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi daya tarik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Sehingga **H4 Diterima.**

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi digunakan sebagai ukuran seberapa baik prediktor dalam persamaan regresi peneliti. Jika rumus prediksi sempurna, koefisien

determinasinya adalah 1. Koefisien determinasi adalah 0,5 jika hanya 50% yang dapat diprediksi, dan 0 jika rumus memprediksi tidak ada variasi. Hasilnya adalah sebagai berikut. Berikut uji koefisien determinasi pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652[a]	0.425	0.413	2.29915

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui nilai determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.413. Hal ini menunjukan besarnya variasi variabel independen untuk mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 41.3% dan sisa nya 58.7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.

Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan suatu kinerja. Kegiatan yang disederhanakan ini dapat memberikan manfaat yang lebih baik dari aspek fisik maupun non fisik, seperti hasil yang lebih cepat dan memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk teknologi baru sama sekali. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Priambodo & Prabawarin, 2016), ia menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan secara positif dan signifikan

mempengaruhi minat terhadap layanan uang elektronik. Sedangkan para penelitian yang dilakukan oleh (Aderin, 2019), ia menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan uang elektronik.

4.7.2 Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

Persepsi kemudahan yang dirasakan mengukur keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi itu mudah. Konsep kemudahan ini merupakan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, dia akan menggunakannya. Di sisi lain, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan, dia tidak akan menggunakannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aritonang & Arisman, 2017) menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik.

4.7.3 Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi

Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang ketika memutuskan apakah akan menggunakan transaksi online atau tidak. Risiko didefinisikan sebagai penilaian subjektif individu mengambil kerugian untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut (Shomad, 2012), individu melihat risiko sehubungan dengan transaksi online ketika ada ketidakpastian tentang kemungkinan hasil transaksi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

(Priambodo & Prabawarin, 2016), dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

4.7.4 Persepsi daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19

Promosi adalah media komunikasi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk, membujuk dan mempengaruhi calon konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari prmosi adalah untuk menyampaikan informasi, menarik perhatian calon pelanggan dan meyakinkan mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan penelitian (Inayah, 2020), didapati hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan uang elektronik di Purwokerto baik secara parsial maupun simultan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan penjelasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Menggunakan sampel 200 responden mahasiswa di Yogyakarta, penelitian ini mengkaji persepsi kemanfaatan, kemudahan, risiko dan daya tarik promosi yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19.
2. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Yogyakarta menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan maka semakin tinggi minat menggunakan uang elektronik.
3. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Yogyakarta menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi minat menggunakan uang elektronik.
4. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa Yogyakarta menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko maka semakin rendah minat menggunakan uang elektronik.

5. Daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Yogyakarta menggunakan uang elektronik di masa pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik promosi maka semakin tinggi minat menggunakan uang elektronik.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan minat untuk menggunakan uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, peryang telah dilakukan maka berikut ini implikasi dari penelitian yang dilakukan:

1. Bagi Perusahaan

   Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi berupa persepsi-persepsi tentang penggunaan uang elektronik. Hal ini dapat digunakan perusahaan penerbit uang elektronik baik perbankan maupun non-perbankan sebagai pertimbangan untuk mengembangkan bisnisnya. Menurut hasil dari penelitian di atas variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan daya tarik promosi berpengaruh positif , sehingga apabila pengguna uang elektronik merasa uang elektronik yang digunakannya ini memberikan dampak positif maka minat menggunakannya juga menjadi lebih besar. Sedangkan dalam variabel persepsi risiko berpengaruh negatif, yang berarti apabila risiko yang dirasakan semakin besar maka semakin kecil yang mau menggunakan uang elektronik. Sebaliknya, apabila risiko yang dirasakan pengguna uang elektronik semakin kecil maka minat penggunanya juga akan semakin tinggi. Perusahaan penerbit uang

elektronik dapat meningkatkan dan mengembangkan layanan mereka dengan selalu melakukan inovasi sesuai perkembangan zaman dan meminimalkan risiko dalam uang elektronik. Selain itu masih perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat terkait penggunaan uang elektronik itu sendiri.

2. Bagi Pengguna Uang elektronik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pengguna dan calon pengguna yang tertarik menggunakan uang elektronik dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendasari dalam penggunaan uang elektronik. Menurut hasil dari penelitian di atas variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan daya tarik promosi berpengaruh positif , sehingga apabila pengguna uang elektronik merasa uang elektronik yang digunakannya ini memberikan dampak positif maka minat menggunakannya juga akan menjadi lebih besar. Sedangkan dalam variabel persepsi risiko berpengaruh negatif, yang berarti apabila risiko yang dirasakan semakin besar maka semakin kecil yang mau menggunakan uang elektronik. Sebaliknya, apabila risiko yang dirasakan pengguna uang elektronik semakin kecil maka minat penggunanya juga akan semakin tinggi. Hal tersebut menjelaskan bahwa dalam penggunaan uang elektronik memberikan banyak keuntungan dibandingkan dengan menggunakan uang tunai, karena uang elektronik dianggap lebih praktis dan mudah digunakan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berikut ini beberapa keterbatasan yang ditemukan peneliti dan memiliki kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian:

1. Subjek penelitian hanya terbatas pada kalangan mahasiswa saja, sehingga kesimpulan penelitian belum bisa mewakilkan atau mendeskripsikan semua pengguna uang elektronik secara umum.
2. Variabel penelitian yang digunakan sudah pernah diteliti oleh peneliti terdahulu, sehingga belum terdapat variasi variabel penelitian. Masih banyak faktor-faktor lain yang terabaikan dan sebenarnya sangat mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik.
3. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan pengisian kuesioner, sehingga terdapat kemungkinan responden mengisi tidak sungguh-sungguh yang akan berdampak pada data.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan, implikasi, dan keterbatasan penelitian yang ditemukan maka dapat diketahui saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Menambah variasi responden penelitian sehingga tidak terfokus hanya pada mahasiswa saja dan harapannya hasil penelitian dapat mendeskripsikan pengguna uang elektronik yang lebih luas.

2. Menyebarkan dan menambah lokasi penelitian lebih luas sehingga hasil penelitian dapat mendeskripsikan semua pengguna uang elektronik diwilayah yang lebih luas.
3. Menambahkan variasi variabel yang belum diteliti sehingga menghasilkan penelitian yang lebih bervariasi yang diharapkan mempengaruhi variabel minat menggunakan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Aderin, K. (2019). *Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik (Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).* Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

Akromudin. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik (Studi pada pengguna Jasa Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor Satu).* Skripsi. AMNI Perpustakaan Semarang. Retrieved from http://repository.stimart-amni.ac.id/id/eprint/77

Andriyano, Y. (2014). "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)". *Jurnal Profita, 4 (2)*, 1-16.

Aritonang, Y. A. L., & Anton Arisman. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay).

Audini, I., & Idrianita Anis . (2017). "Analisis Pengaruh Perceived Risk, Social Norms, Usefulness, dan Trust Terhadap Adopsi Mobile Banking dan Internet Banking". *Indonesian Journal of Accounting and Governance, 1 (1)*, 1-27. doi:http://dx.doi.org/10.36766/ijag.v1i1.3

Brilianto, E. R., & Fitrie Arianti . (2020). "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *UANG ELEKTRONIK* DI KOTA SEMARANG. Fakultas Ekonomika & Bisnis Digital Library Universitas Diponegoro.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of computer technology. MIS Quarterly: Information System, 13(3), 319-339. doi:https://doi.org/10.2307/249008

Departemen Komunikasi. (2018), May 7. *Bank Indonesia*. Retrieved from Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang elektronik: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA: Addison-Wesley.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Inayah, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang elektronik Pada Masyarakat(Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto).* Skripsi. IAIN Purwokerto.

Jogiyanto, H. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (10th ed.). Yogyakarta.

Karo, R. K. (2017, May 11). *IDN TIMES*. Retrieved from Mau Pakai uang elektronik? Kenali Kekurangan dan Kelebihannya Dulu : https://www.idntimes.com/business/finance/rizky-karo-karo/mau-pakai-uang elektronik-kenali-kekurangan-dan-kelebihannya-dulu-c1c2/full

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran (1 ed.).* Depok: Khalifah Mediatama.

Lidwina, A. (2020, May 18). *databoks*. Retrieved from Apa Layanan Digital yang Sering Digunakan selama Covid-19?: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19

Lidwina, A. (2021, Maret 4). *databoks*. Retrieved from Nilai Transaksi Uang elektronik Naik 30% pada Awal 2021: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/04/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-30-pada-awal-2021

Masoud, E. (2013). "The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan". *European Journal of Business and Management*, 76-88.

Nurmalasari, A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.* Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Retrieved from https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7630

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. (Edisi ketiga). Jawa Timur: WIDYA GAMA PRESS

Priambodo, Singgih., & Prabawani, B. (2016). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5 (2)*, 127-135.

Qulub, A. S. (2019). *Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon).* Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.

Saunders, M. N., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *"Research Methods for Business Students" Chapter 4: Understanding research philosophy and approaches to theory development* (8 ed.). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition.* United States of America: Wiley.

Shomad, A. C. (2012). "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-20.

Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya.* Jakarta: Rineka Cipta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.

Sultan, Randy Ramanda. (2016). "*Analisis Technology Acceptance Model Generasi Milenial* Jakarta Terhadap Penggunaan Uang elektronik". Skripsi. STMIK Nusa Mandiri Jakarta.

Triani, M. A. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Flazz Bca, Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Ikpia Perbanas Jakarta.* Jakarta: Perbanas Institute.

Wijianti, F. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan E Money.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Zulqurnain, S. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik (Studi Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada) Skripsi.* Skripsi Thesis. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Hal: Pengisian Kuesioner Penelitian

Kepada

Yth Saudara/I:

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Sania Fikri Ananda mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir yang berjudul "**Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Uang Elektronik Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta)".**

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan yaitu:

1. Mahasiswa/Mahasiswi aktif di Yogyakarta yang menggunakan uang elektronik.
2. Berusia 18-26 tahun

Saya sangat berharap ketersediaannya dari Saudara/i untuk menjadi responden saya dengan cara mengisi kuesioner ini serta memberikan jawaban dengan sejujur-jujurnya. Pada penelitian ini, identitas serta jawaban yang telah diberikan kepada saya nantinya akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan disalahgunakan.

Demikian permohonan dari saya, atas bantuan serta ketersediaannya untuk meluangkan waktu mengisi kuisioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Apabila ada pertanyaan mengenai kuesioner ini, dapat menghubungi melalui:

Email: 17312529@students.uii.ac.id

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing	Mahasiswa
Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA	Sania Fikri Ananda

IDENTITAS RESPONDEN

Isilah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, sesuai dengan identitas responden.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:

   □ Laki-laki □ Perempuan
3. Usia:

   □ 18 – 20 Tahun

   □ 21 – 23 Tahun

   □ 24 – 26 Tahun
4. Angkatan:

   □ 2016

   □ 2017

□ 2018

□ 2019

□ 2020

5. Nama Asal Perguruan Tinggi:

□ Universitas Islam Indonesia

□ Universitas Gajah Mada

□ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

□ Universitas Ahmad Dahlan

□ Universitas Teknologi Yogyakarta

□ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

□ Universitas Atma Jaya

□ Universitas Sanata Dharma

□ Universitas Negeri Yogyakarta

□ Universitas Mercu Buana

□ Universitas Kristen Duta Wacana

□ Universitas Islam Sunan Kalijaga

□ Lainnya

6. Frekuensi Penggunaan Uang elektronik Dalam Sebulan:

□ Setiap hari

□ 1 – 3 kali/bulan

□ 4 – 5 kali/bulan

□ >5 kali/bulan

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pertanyaan-pertanyaan dibawah dengan memilih skala 1 – 6 sesuai dengan pilihan responden.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Agak Tidak Setuju (ATS)
4. Agak Setuju (AS)
5. Setuju (S)
6. Sangat Setuju (SS)

Bagian I: Persepsi kemanfaatan

No.	Persepsi kemanfaatan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Dengan menggunakan *e-money* saya dapat memperoleh manfaat dengan berbagai diskon dan promo						
2.	Dengan menggunakan *e-money* memungkinkan saya bertransaksi dengan cepat selama masa pandemi *Covid-19*						

3.	Dengan menggunakan *e-money* dinilai lebih mudah dan efektif daripada harus bertransaksi secara tunai.						
4.	Dengan menggunakan *e-money* dapat meningkatkan kinerja saya						

Bagian II: Persepsi Kemudahan

No.	Persepsi Kemudahan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Saya dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan *e-money*						
2.	Saya dapat melakukan proses transaksi dengan siapa saja menjadi lebih mudah dan praktis dengan *e-money*						
3.	Saya dapat mengisi ulang dana *e-money* dimanapun dan kapanpun						
4.	Menggunakan *e-money* sangat mudah dan fleksibel						

Bagian III: Persepsi Risiko

No.	Persepsi Risiko	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Penggunaan *e-money* memiliki resiko yang tinggi						
2.	Saya khawatir apabila saldo *e-money* akan berkurang tanpa sebab						
3.	Saya khawatir dengan menggunakan *e-money* kerahasiaan identitas tidak terjamin						
4.	Saya khawatir apabila *e-money* yang digunakan tidak dapat difungsikan dengan baik						
5.	Saya khawatir menemukan banyak resiko ketika melakukan transaksi dengan *e-money*						

Bagian IV: Daya Tarik Promosi

No.	Daya Tarik Promosi	STS	TS	ATS	AS	S	SS

1.	Penerbit *e-money* melakukan promosi melalui iklan secara menarik						
2.	Promosi yang dilakukan penerbit produk *e-money* mudah dipahami dan memberikan kejelasan mengenai produk tersebut						
3.	Penampilan visual/gambar yang disajikan pada alat promosi (spanduk,poster,dll) produk *e-money* sangat menarik						
4.	*E-money* banyak memberikan potongan harga untuk penggunanya						
5.	Promosi yang ditawarkan dalam menggunakan *e-money* bervariasi						

Bagian V: Minat Menggunakan *Uang elektronik*

No.	Minat Menggunakan Uang Elektronik	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Saya akan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi						
2.	Saya akan selalu menggunakan *e-money* ketika saya melakukan transaksi						
3.	Saya akan menggunakan *e-money* dalam jangka panjang						
4.	Saya lebih berminat menggunakan *e-money* dibandingkan uang tunai						

Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian

Nomor Responden	Persepsi kemanfaatan					Persepsi Kemudahan				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
2	5	5	6	5	21	5	5	4	5	19
3	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
4	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
6	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
7	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
8	4	6	5	3	18	6	4	5	6	21
9	6	6	5	5	22	5	5	5	6	21
10	5	6	6	6	23	5	6	6	6	23
11	5	6	5	4	20	6	3	6	6	21
12	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
13	6	5	5	5	21	5	5	5	5	20
14	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
15	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
16	5	5	6	5	21	5	6	5	6	22
17	5	6	4	5	20	5	6	6	5	22
18	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20
19	5	6	5	4	20	3	3	5	6	17

20	5	4	5	6	20	4	5	5	5	19
21	4	3	4	3	14	3	3	4	4	14
22	5	4	6	5	20	6	6	6	6	24
23	6	6	6	5	23	5	6	6	6	23
24	5	6	6	5	22	5	6	4	5	20
25	5	6	6	6	23	6	6	4	6	22
26	5	5	6	6	22	5	5	6	5	21
27	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
28	6	6	5	5	22	6	6	6	6	24
29	3	6	6	5	20	6	6	6	6	24
30	6	6	6	5	23	6	6	5	5	22
31	6	5	2	4	17	5	2	2	4	13
32	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
33	6	5	4	4	19	5	6	4	5	20
34	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
35	5	4	5	4	18	5	4	6	4	19
36	5	5	4	4	18	5	4	6	5	20
37	5	4	5	4	18	5	4	6	5	20
38	6	5	6	4	21	5	6	6	6	23
39	3	5	4	4	16	3	4	3	3	13
40	6	6	6	6	24	6	6	5	6	23
41	5	6	6	5	22	6	5	6	6	23
42	5	6	6	6	23	6	5	6	6	23
43	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24

44	3	5	6	3	17	5	5	2	3	15
45	4	5	3	5	17	4	2	3	6	15
46	6	6	6	5	23	6	6	6	6	24
47	5	6	5	5	21	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
49	6	6	5	6	23	5	5	5	5	20
50	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
51	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
52	4	5	4	4	17	6	4	4	5	19
53	6	6	6	5	23	5	6	6	6	23
54	6	6	6	6	24	6	5	5	6	22
55	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
57	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
58	5	5	6	5	21	5	5	6	5	21
59	5	6	6	4	21	5	6	6	6	23
60	5	6	3	4	18	6	6	6	6	24
61	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
62	6	6	6	4	22	6	6	4	4	20
63	6	4	4	4	18	6	5	3	5	19
64	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
65	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
66	6	6	4	4	20	5	5	5	5	20
67	6	6	5	5	22	6	5	5	5	21

68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
69	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
70	6	6	5	6	23	6	6	6	5	23
71	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
72	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
73	6	6	6	5	23	6	6	6	6	24
74	6	6	5	4	21	4	6	6	6	22
75	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
76	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
77	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
78	4	5	6	5	20	5	6	5	5	21
79	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
80	6	5	6	6	23	5	5	6	5	21
81	6	6	6	6	24	4	6	6	6	22
82	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
83	6	6	4	3	19	6	4	6	6	22
84	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
85	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18
86	5	6	4	5	20	5	6	4	5	20
87	4	5	6	4	19	6	6	5	6	23
88	6	6	6	5	23	6	6	6	6	24
89	6	6	6	6	24	5	6	6	6	23
90	4	6	6	5	21	6	5	5	5	21
91	6	5	6	4	21	5	6	5	6	22

92	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
93	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
94	4	5	5	4	18	4	5	6	5	20
95	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
96	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
97	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
98	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
99	5	6	6	5	22	6	6	6	6	24
100	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
101	6	6	6	6	24	6	4	6	6	22
102	6	6	6	6	24	6	5	6	6	23
103	5	6	6	6	23	6	6	5	5	22
104	6	6	4	5	21	6	5	6	5	22
105	6	6	6	4	22	6	6	6	6	24
106	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
107	5	5	5	5	20	6	6	6	6	24
108	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
109	4	6	5	4	19	5	5	4	5	19
110	6	6	6	4	22	6	6	6	6	24
111	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
112	6	5	6	6	23	6	5	6	6	23
113	6	5	6	6	23	5	6	5	5	21
114	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
115	6	5	5	4	20	6	5	5	6	22

116	6	5	4	4	19	6	5	5	6	22
117	5	5	5	5	20	6	6	6	6	24
118	6	6	6	5	23	6	5	6	6	23
119	3	3	3	3	12	4	3	4	5	16
120	6	6	6	6	24	6	6	5	5	22
121	5	5	5	5	20	5	6	6	5	22
122	6	5	5	4	20	5	6	6	6	23
123	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
124	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
125	5	5	5	5	20	6	6	6	6	24
126	6	6	6	5	23	6	6	6	6	24
127	6	5	6	6	23	6	5	6	6	23
128	6	6	6	4	22	6	6	6	6	24
129	4	5	5	4	18	4	5	6	5	20
130	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
131	4	6	6	6	22	5	6	6	6	23
132	5	6	6	5	22	5	4	6	5	20
133	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
134	6	6	6	6	24	6	5	6	6	23
135	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
136	6	6	6	6	24	5	5	6	5	21
137	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
138	5	5	6	5	21	5	5	6	5	21
139	5	5	6	6	22	6	5	6	6	23

140	6	6	5	5	22	5	6	6	6	23
141	5	5	6	6	22	6	6	6	6	24
142	5	5	6	6	22	5	6	5	5	21
143	5	6	6	5	22	5	6	6	6	23
144	3	4	6	6	19	5	5	5	6	21
145	5	6	6	6	23	5	5	6	6	22
146	5	6	6	6	23	5	5	6	5	21
147	6	6	5	6	23	5	6	6	5	22
148	5	5	6	6	22	6	5	5	6	22
149	4	5	5	6	20	5	6	5	5	21
150	5	6	6	6	23	5	6	4	5	20
151	5	6	5	6	22	5	6	5	6	22
152	5	5	6	6	22	6	5	5	6	22
153	4	5	5	6	20	5	6	5	4	20
154	5	6	5	6	22	6	6	5	5	22
155	5	6	4	5	20	5	6	6	5	22
156	4	4	5	6	19	6	5	6	6	23
157	6	4	5	5	20	5	6	6	4	21
158	6	5	5	6	22	5	5	5	6	21
159	5	5	5	5	20	5	5	6	6	22
160	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
161	6	4	5	6	21	5	5	6	5	21
162	5	6	6	5	22	5	6	6	4	21
163	5	5	6	6	22	6	5	6	6	23

164	6	5	6	6	23	6	5	6	6	23
165	6	4	5	5	20	6	5	5	5	21
166	6	5	6	4	21	5	6	5	5	21
167	6	6	5	6	23	6	4	6	5	21
168	6	5	5	6	22	5	5	6	6	22
169	6	6	6	6	24	6	5	6	6	23
170	5	6	5	5	21	6	6	5	5	22
171	6	5	5	6	22	6	6	5	5	22
172	4	5	6	5	20	5	5	5	6	21
173	5	4	6	6	21	5	5	6	5	21
174	6	5	5	6	22	6	6	5	6	23
175	4	4	5	5	18	6	4	5	6	21
176	6	5	6	5	22	6	5	5	6	22
177	5	5	5	6	21	6	5	5	6	22
178	5	5	6	5	21	5	6	5	5	21
179	6	5	6	6	23	5	5	5	6	21
180	6	5	6	5	22	5	6	6	5	22
181	4	6	5	4	19	5	6	6	5	22
182	5	6	6	5	22	5	6	5	6	22
183	4	5	6	6	21	6	5	6	6	23
184	6	5	5	4	20	4	5	6	5	20
185	6	5	5	5	21	5	6	6	6	23
186	5	5	5	6	21	5	6	6	6	23
187	5	5	6	5	21	6	5	5	6	22

188	6	6	5	6	23	6	6	6	6	24
189	5	5	5	6	21	6	6	5	6	23
190	5	5	6	6	22	6	5	6	5	22
191	5	5	6	6	22	6	6	6	6	24
192	5	5	6	6	22	5	6	5	6	22
193	5	5	6	6	22	5	5	6	6	22
194	6	5	5	6	22	6	6	6	5	23
195	6	6	5	6	23	6	5	6	5	22
196	5	6	5	6	22	6	5	6	6	23
197	5	6	6	5	22	6	5	6	5	22
198	5	5	6	6	22	6	5	6	5	22
199	5	5	6	5	21	6	5	6	6	23
200	5	6	6	6	23	6	6	5	6	23

Nomor Responden	**Persepsi Resiko**					
	X3.1	**X3.2**	**X3.3**	**X3.4**	**X3.5**	**Total X3**
1	3	2	2	1	1	9
2	3	3	3	4	5	18
3	3	4	3	3	3	16
4	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	5	25

6	4	4	2	3	5	18
7	3	1	3	2	2	11
8	4	4	6	6	4	24
9	4	6	5	5	4	24
10	4	4	3	5	5	21
11	2	2	3	3	1	11
12	2	4	4	2	3	15
13	3	6	3	4	4	20
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	5	6	6	27
16	4	6	5	6	5	26
17	5	4	6	2	4	21
18	4	4	4	4	4	20
19	4	3	4	5	5	21
20	5	5	5	5	5	25
21	4	5	3	4	3	19
22	6	6	6	6	6	30
23	3	2	5	4	3	17
24	4	6	6	6	6	28
25	2	1	1	2	2	8
26	3	4	6	5	4	22
27	6	6	6	6	6	30
28	4	5	5	5	4	23
29	2	5	5	6	6	24

30	4	5	4	4	3	20
31	4	4	5	4	4	21
32	1	1	1	1	2	6
33	4	2	3	3	2	14
34	2	2	3	2	2	11
35	3	4	2	3	4	16
36	3	6	5	4	3	21
37	4	5	4	5	4	22
38	6	6	6	5	5	28
39	6	3	4	5	5	23
40	3	5	5	3	3	19
41	6	5	5	6	6	28
42	5	6	5	6	6	28
43	4	4	4	4	4	20
44	5	4	5	5	5	24
45	1	1	1	3	2	8
46	4	4	4	5	5	22
47	3	3	3	2	3	14
48	3	4	4	4	4	19
49	3	4	4	4	4	19
50	3	3	3	4	2	15
51	2	2	2	1	3	10
52	4	4	6	5	5	24
53	4	4	3	4	4	19

54	4	3	5	5	5	22
55	6	6	6	6	5	29
56	5	5	5	5	5	25
57	5	1	2	5	5	18
58	5	4	4	5	4	22
59	3	5	5	5	4	22
60	4	5	3	2	3	17
61	3	4	4	3	3	17
62	3	3	5	4	4	19
63	4	3	4	4	3	18
64	2	4	4	4	4	18
65	2	5	4	2	5	18
66	4	3	3	3	4	17
67	6	5	4	6	5	26
68	3	3	3	3	3	15
69	6	4	4	2	4	20
70	3	3	4	4	3	17
71	3	5	2	2	2	14
72	2	4	1	4	4	15
73	5	6	5	5	5	26
74	3	3	3	4	4	17
75	5	5	5	4	5	24
76	5	5	6	5	6	27
77	6	6	6	6	6	30

78	2	2	2	4	3	13
79	4	4	5	3	5	21
80	4	2	2	3	2	13
81	6	3	6	4	4	23
82	3	3	4	3	3	16
83	4	6	4	6	4	24
84	3	4	4	3	3	17
85	2	2	3	3	3	13
86	4	3	5	5	4	21
87	4	3	3	4	5	19
88	2	4	2	2	2	12
89	5	6	6	6	6	29
90	6	5	5	3	4	23
91	6	6	6	6	6	30
92	6	6	6	6	6	30
93	5	5	6	5	6	27
94	4	6	5	5	5	25
95	4	4	5	5	5	23
96	2	2	4	2	3	13
97	6	4	3	5	4	22
98	3	3	3	3	2	14
99	4	6	6	6	6	28
100	1	1	1	1	1	5
101	2	4	3	6	2	17

102	4	5	4	5	5	23
103	4	4	4	3	5	20
104	6	5	6	5	6	28
105	4	5	3	2	5	19
106	4	4	4	5	3	20
107	5	5	3	4	4	21
108	4	4	4	4	3	19
109	4	3	4	4	4	19
110	6	6	6	6	6	30
111	3	3	2	2	2	12
112	4	3	4	4	4	19
113	3	4	4	4	4	19
114	5	6	5	6	5	27
115	6	5	5	5	6	27
116	5	6	5	4	5	25
117	4	4	5	5	5	23
118	2	5	1	5	3	16
119	5	5	5	5	5	25
120	4	5	5	5	6	25
121	5	6	3	3	4	21
122	2	5	2	5	4	18
123	6	6	6	6	6	30
124	6	6	6	6	6	30
125	2	2	1	1	1	7

126	2	3	3	3	3	14
127	2	2	1	2	3	10
128	4	4	1	3	2	14
129	3	3	2	4	3	15
130	3	3	3	4	2	15
131	6	6	6	5	5	28
132	6	6	6	6	6	30
133	3	3	3	3	3	15
134	4	4	5	3	4	20
135	4	3	3	3	3	16
136	2	2	3	3	3	13
137	3	3	3	4	4	17
138	3	2	3	2	2	12
139	3	3	3	4	3	16
140	3	3	4	4	4	18
141	4	3	3	3	4	17
142	3	4	4	3	4	18
143	3	2	4	3	3	15
144	3	3	4	4	3	17
145	2	3	3	3	4	15
146	3	4	3	3	3	16
147	4	3	3	4	4	18
148	4	3	3	2	3	15
149	3	4	4	4	3	18

150	3	4	3	3	3	16
151	4	3	3	4	4	18
152	3	3	4	3	3	16
153	2	3	3	2	3	13
154	2	3	3	2	3	13
155	3	3	5	3	3	17
156	2	3	2	2	3	12
157	3	3	3	3	3	15
158	3	3	2	3	3	14
159	2	3	3	4	3	15
160	3	2	3	3	4	15
161	3	3	4	3	3	16
162	4	3	3	2	2	14
163	3	3	2	3	3	14
164	3	3	2	3	4	15
165	3	3	3	2	3	14
166	2	3	3	3	3	14
167	3	2	1	2	2	10
168	4	3	3	3	4	17
169	4	4	2	2	3	15
170	3	3	4	3	2	15
171	4	2	3	3	3	15
172	3	3	3	2	3	14
173	6	5	5	5	6	27

174	3	4	3	3	4	17
175	3	2	3	4	4	16
176	5	6	6	5	6	28
177	4	3	4	3	3	17
178	3	2	3	3	4	15
179	4	2	3	4	4	17
180	4	4	3	3	4	18
181	3	4	3	4	3	17
182	3	2	2	2	2	11
183	4	3	3	4	4	18
184	4	3	2	4	3	16
185	3	2	3	3	3	14
186	3	2	3	3	3	14
187	2	3	3	2	3	13
188	3	3	3	4	4	17
189	3	3	3	3	2	14
190	2	4	3	3	4	16
191	4	3	2	4	3	16
192	4	3	4	4	3	18
193	4	2	4	4	4	18
194	3	4	4	2	3	16
195	4	3	3	3	3	16
196	3	4	4	3	3	17
197	3	5	3	4	2	17

198	3	4	3	2	2	14
199	4	4	3	2	2	15
200	3	4	4	3	2	16

Nomor Responden	Daya Tarik Promosi						Minat Menggunakan *Uang elektronik*				
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total X4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
1	6	6	5	6	5	28	6	6	6	6	24
2	5	5	4	5	5	24	5	5	6	5	21
3	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
4	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	5	25	6	6	6	6	24
7	3	3	2	5	4	17	5	6	6	6	23
8	5	4	3	6	6	24	4	6	5	3	18
9	4	6	5	5	6	26	6	6	5	5	22
10	6	6	6	5	6	29	5	6	6	6	23
11	5	5	5	6	6	27	5	6	5	4	20
12	6	6	6	4	5	27	6	6	6	6	24
13	3	4	6	6	6	25	6	5	5	5	21
14	5	5	5	5	5	25	5	6	6	6	23
15	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24

16	4	5	4	5	5	23	5	5	6	5	21
17	3	4	5	4	4	20	5	6	4	5	20
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	18
19	5	5	4	5	6	25	5	6	5	4	20
20	3	3	5	5	5	21	5	4	5	6	20
21	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	14
22	6	6	6	6	6	30	5	4	6	5	20
23	5	5	5	4	4	23	6	6	6	5	23
24	2	4	3	4	5	18	5	6	6	5	22
25	3	4	4	5	5	21	5	6	6	6	23
26	4	5	5	5	4	23	5	5	6	6	22
27	5	6	5	5	5	26	6	6	6	6	24
28	4	4	4	6	6	24	6	6	5	5	22
29	2	3	3	3	4	15	3	6	6	5	20
30	5	5	5	5	5	25	6	6	6	5	23
31	4	5	5	4	4	22	6	5	2	4	17
32	4	5	5	4	6	24	6	6	6	6	24
33	5	5	5	5	5	25	6	5	4	4	19
34	5	5	5	6	6	27	6	6	6	6	24
35	4	5	5	4	4	22	5	4	5	4	18
36	5	4	5	6	6	26	5	5	4	4	18
37	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	18
38	4	5	4	6	5	24	6	5	6	4	21
39	4	4	4	3	4	19	3	5	4	4	16

40	4	4	4	6	6	24	6	6	6	6	24
41	6	5	6	6	6	29	5	6	6	5	22
42	6	6	6	6	6	30	5	6	6	6	23
43	6	5	5	5	5	26	6	6	6	6	24
44	6	6	5	5	5	27	3	5	6	3	17
45	4	6	5	3	5	23	4	5	3	5	17
46	6	5	6	6	6	29	6	6	6	5	23
47	5	5	4	5	5	24	5	6	5	5	21
48	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	5	25	6	6	5	6	23
50	6	6	5	6	5	28	6	6	6	6	24
51	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
52	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	17
53	4	5	4	5	5	23	6	6	6	5	23
54	5	5	6	5	6	27	6	6	6	6	24
55	5	5	6	5	6	27	6	6	6	6	24
56	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
57	3	3	4	4	5	19	5	5	5	4	19
58	5	5	5	6	6	27	5	5	6	5	21
59	4	4	5	5	5	23	5	6	6	4	21
60	5	5	6	4	6	26	5	6	3	4	18
61	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
62	6	6	6	6	6	30	6	6	6	4	22
63	3	4	4	5	4	20	6	4	4	4	18

64	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
65	5	6	5	5	6	27	6	6	6	6	24
66	4	4	5	5	5	23	6	6	4	4	20
67	5	5	5	6	5	26	6	6	5	5	22
68	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
69	5	6	6	5	5	27	6	6	6	6	24
70	4	4	6	6	5	25	6	6	5	6	23
71	5	5	5	5	5	25	6	6	6	6	24
72	6	6	6	6	6	30	5	6	6	6	23
73	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23
74	4	5	4	5	6	24	6	6	5	4	21
75	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19
76	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
77	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
78	4	4	3	4	4	19	4	5	6	5	20
79	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
80	5	5	5	6	6	27	6	5	6	6	23
81	6	3	6	6	6	27	6	6	6	6	24
82	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18
83	4	4	4	6	6	24	6	6	4	3	19
84	4	5	4	4	4	21	5	6	6	6	23
85	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	17
86	4	5	6	5	6	26	5	6	4	5	20
87	6	6	5	4	5	26	4	5	6	4	19

88	5	5	5	6	6	27	6	6	6	5	23
89	4	4	6	5	6	25	6	6	6	6	24
90	1	4	5	3	5	18	4	6	6	5	21
91	6	5	5	5	5	26	6	5	6	4	21
92	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
93	5	5	5	5	5	25	6	6	6	6	24
94	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18
95	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	20
96	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
97	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
98	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
99	5	5	5	6	6	27	5	6	6	5	22
100	4	6	4	6	6	26	6	6	6	6	24
101	5	5	5	6	6	27	6	6	6	6	24
102	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
103	4	4	5	4	4	21	5	6	6	6	23
104	6	6	6	6	6	30	6	6	4	5	21
105	6	5	6	6	5	28	6	6	6	4	22
106	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
107	3	3	3	4	4	17	5	5	5	5	20
108	5	5	5	6	5	26	5	5	5	5	20
109	5	6	6	6	6	29	4	6	5	4	19
110	5	6	4	6	6	27	6	6	6	4	22
111	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24

112	5	6	6	5	5	27	6	5	6	6	23
113	5	5	4	6	6	26	6	5	6	6	23
114	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
115	6	6	5	4	4	25	6	5	5	4	20
116	5	4	6	6	5	26	6	5	4	4	19
117	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
118	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23
119	3	3	3	5	5	19	3	3	3	3	12
120	5	5	6	5	5	26	6	6	6	6	24
121	6	5	6	5	6	28	5	5	5	5	20
122	5	5	5	4	5	24	6	5	5	4	20
123	6	6	6	6	6	30	5	6	6	6	23
124	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
125	6	6	6	6	6	30	5	5	5	5	20
126	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23
127	6	6	4	6	6	28	6	5	6	6	23
128	6	6	6	3	6	27	6	6	6	4	22
129	4	6	5	4	5	24	4	5	5	4	18
130	5	6	5	6	6	28	6	6	6	6	24
131	6	6	6	4	6	28	4	6	6	6	22
132	4	4	4	5	6	23	5	6	6	5	22
133	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
134	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
135	5	5	4	5	4	23	6	6	6	6	24

136	5	4	4	6	6	25	6	6	6	6	24
137	6	6	6	5	6	29	5	5	5	5	20
138	5	5	6	6	6	28	5	5	6	5	21
139	5	6	5	4	5	25	5	5	6	6	22
140	5	6	6	6	5	28	6	6	5	5	22
141	5	6	6	5	5	27	5	5	6	6	22
142	5	5	6	6	6	28	5	5	6	6	22
143	5	6	5	5	6	27	5	6	6	5	22
144	6	6	6	5	5	28	3	4	6	6	19
145	6	6	6	5	5	28	5	6	6	6	23
146	6	5	6	6	6	29	5	6	6	6	23
147	6	5	5	5	6	27	6	6	5	6	23
148	6	5	5	6	6	28	5	5	6	6	22
149	6	4	5	6	5	26	4	5	5	6	20
150	6	6	5	5	5	27	5	6	6	6	23
151	6	6	5	4	5	26	5	6	5	6	22
152	6	5	5	6	4	26	5	5	6	6	22
153	4	6	5	6	4	25	4	5	5	6	20
154	5	6	5	5	5	26	5	6	5	6	22
155	5	6	5	6	6	28	5	6	4	5	20
156	5	6	5	5	5	26	4	4	5	6	19
157	6	5	5	5	5	26	6	4	5	5	20
158	5	5	6	6	5	27	6	5	5	6	22
159	6	5	6	6	6	29	5	5	5	5	20

160	5	6	6	4	4	25	5	4	5	4	18
161	5	5	5	6	6	27	6	4	5	6	21
162	6	5	6	5	6	28	5	6	6	5	22
163	5	5	5	5	6	26	5	5	6	6	22
164	6	5	6	6	5	28	6	5	6	6	23
165	6	5	5	5	6	27	6	4	5	5	20
166	6	5	6	5	6	28	6	5	6	4	21
167	6	5	5	5	5	26	6	6	5	6	23
168	6	5	5	6	6	28	6	5	5	6	22
169	6	5	5	6	5	27	6	6	6	6	24
170	6	5	6	6	6	29	5	6	5	5	21
171	6	5	6	5	5	27	6	5	5	6	22
172	6	5	6	6	6	29	4	5	6	5	20
173	5	5	6	5	5	26	5	4	6	6	21
174	5	6	6	5	5	27	6	5	5	6	22
175	5	6	6	5	6	28	4	4	5	5	18
176	5	6	5	6	6	28	6	5	6	5	22
177	5	5	6	6	5	27	5	5	5	6	21
178	6	5	6	5	6	28	5	5	6	5	21
179	4	5	6	6	6	27	6	5	6	6	23
180	5	6	6	5	5	27	6	5	6	5	22
181	6	5	5	6	6	28	4	6	5	4	19
182	5	5	4	5	6	25	5	6	6	5	22
183	5	5	6	6	5	27	4	5	6	6	21

184	5	5	5	5	6	26	6	5	5	4	20
185	5	5	5	6	6	27	6	5	5	5	21
186	6	5	5	5	6	27	5	5	5	6	21
187	4	5	6	5	6	26	5	5	6	5	21
188	6	5	6	6	6	29	6	6	5	6	23
189	6	5	6	6	6	29	5	5	5	6	21
190	5	6	5	4	4	24	5	5	6	6	22
191	5	6	5	4	4	24	5	5	6	6	22
192	4	4	4	3	4	19	5	5	6	6	22
193	5	6	6	5	6	28	5	5	6	6	22
194	6	5	5	6	5	27	6	5	5	6	22
195	6	5	6	5	6	28	6	6	5	6	23
196	6	5	3	6	6	26	5	6	5	6	22
197	6	5	6	6	5	28	5	6	6	5	22
198	6	5	5	6	6	28	5	5	6	6	22
199	5	6	6	5	5	27	5	5	6	5	21
200	5	6	6	6	5	28	5	6	6	6	23

Lampiran 3: Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi kemanfaatan	200	12.00	24.00.00	214.500	223.663
Persepsi Kemudahan	200	12.00	24.00.00	218.400	220.196
Persepsi Resiko	200	05.00	30.00.00	187.850	550.092
Daya Tarik Promosi	200	15.00	30.00.00	258.650	321.222
Minat Mahasiswa Menggunakan *Uang elektronik*	200	06.00	24.00.00	204.150	300.130
Valid N (listwise)	200				

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

1. Persepsi kemanfaatan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.401**	.240**	.320**	.671**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	.401**	1	.385**	.327**	.703**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200

X1.3	Pearson Correlation	.240**	.385**	1	.526**	.745**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	.320**	.327**	.526**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	200	0,000
	N	200	200	200		200
TOTAL	Pearson Correlation	.671**	.703**	.745**	.776**	1
_X1	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	200	200	200	200	200

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

2. Persepsi Kemudahan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL _X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.392**	.387**	.510**	.739**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200

X2.2	Pearson Correlation	.392**	1	.416**	.340**	.731**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	.387**	.416**	1	.541**	.787**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
X2.4	Pearson Correlation	.510**	.340**	.541**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	200	200	200	200	200
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.739**	.731**	.787**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	200	200	200	200	200

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

3. Persepsi Resiko

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3

X3.1	Pearson	1	.592**	.646**	.606**	.682**	.823**
	Correlation		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Sig. (2-tailed)	200	200	200	200	200	200
X3.2	N	.592**	1	.646**	.633**	.655**	.830**
	Pearson	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	Correlation	200	200	200	200	200	200
X3.3	Sig. (2-tailed)	.646**	.646**	1	.663**	.701**	.862**
	N	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	Pearson	200	200	200	200	200	200
X3.4	Correlation	.606**	.633**	.663**	1	.743**	.858**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200	200
	Pearson						
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)						
	N						
X3.5	Pearson	.682**	.655**	.701**	.743**	1	.886**
	Correlation	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	Sig. (2-tailed)	200	200	200	200	200	200
TOTAL	N	.823**	.830**	.862**	.858**	.886**	1
_X3	Pearson	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	Correlation	200	200	200	200	200	200
	Sig. (2-tailed)						

N						

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

4. Daya Tarik Promosi

Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL_X4

X4.1	Pearson	1	.618**	.585**	.474**	.451**	.842**
	Correlation		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Sig. (2-tailed)	200	200	200	200	200	200
X4.2	N	.618**	1	.574**	.268**	.341**	.743**
	Pearson	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	Correlation	200	200	200	200	200	200
X4.3	Sig. (2-tailed)	.585**	.574**	1	.358**	.428**	.784**
	N	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	Pearson	200	200	200	200	200	200
X4.4	Correlation	.474**	.268**	.358**	1	.607**	.704**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.5	Pearson	.451**	.341**	.428**	.607**	1	.721**
	Correlation	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	Sig. (2-tailed)	200	200	200	200	200	200
TOTAL	N	.842**	.743**	.784**	.704**	.721**	1
_X4	Pearson	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	Correlation	200	200	200	200	200	200
	Sig. (2-tailed)						
	N						
	Pearson						
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)						

N						

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

5. Minat Menggunakan *Uang elektronik*

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y

Y.1	Pearson Correlation	1	.510**	.459**	.633**	.789**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
Y.2	Pearson Correlation	.510**	1	.445**	.626**	.821**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
Y.3	Pearson Correlation	.459**	.445**	1	.585**	.740**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	200	200	200	200	200
Y.4	Pearson Correlation	.633**	.626**	.585**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	200	200	200	200	200
Total_Y	Pearson Correlation	.789**	.821**	.740**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	200	200	200	200	200

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

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

1. Persepsi kemanfaatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,697	4

2. Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,746	4

3. Persepsi Resiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,905	5

4. Daya Tarik Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,816	5

5. Minat Menggunakan *Uang elektronik*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,823	4

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters[a,b]	Mean	0,0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	2,27592420
	Absolute	0,110
	Positive	0,110
	Negative	-0,100
Kolmogorov-Smirnov Z		0,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,281

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,399	1,865		0,750	0,454		
	TOTAL_X1	0,407	0,115	0,303	3,547	0,000	0,404	2,475

	TOTAL_X2	0,134	0,115	0,098	1,168	0,244	0,416	2,403
	TOTAL_X3	-0,063	0,030	-0,116	-2,128	0,035	0,999	1,001
	TOTAL_X4	0,331	0,059	0,354	5,578	0,000	0,733	1,365

a. Dependent Variable: Total_Y

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,109	1,209		1,744	0,083		
	TOTAL_X1	-0,033	0,074	-0,049	-0,442	0,659	0,404	2,475
	TOTAL_X2	0,039	0,074	0,056	0,518	0,605	0,416	2,403
	TOTAL_X3	0,051	0,019	0,184	2,638	0,009	0,999	1,001
	TOTAL_X4	-0,058	0,038	-0,123	-1,513	0,132	0,733	1,365

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,399	1,865		0,750	0,454
	TOTAL_X1	0,407	0,115	0,303	3,547	0,000
	TOTAL_X2	0,134	0,115	0,098	1,168	0,048
	TOTAL_X3	-0,063	0,030	-0,116	-2,128	0,035
	TOTAL_X4	0,331	0,059	0,354	5,578	0,000

a. Dependent Variable: Total_Y

2. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.399	1.865		0,520833333	0,315277778
	TOTAL_X1	0,282638889	0,079861111	0,210416667	3.547	0.000
				0.098	1.168	0.048

	TOTAL	0,0930555	0,0798611	-0.116	-2.128	0.035
	_X2	56	11	0,2458333	5.578	0.000
	TOTAL	-0.063	0.030	33		
	_X3	0,2298611	0.059			
	TOTAL	11				
	_X4					

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652[a]	0,425	0,413	2,29915

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1