

**“Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat *E-Money* di Kalangan
Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”**



SKRIPSI

OLEH:

Fahri Bagus Pratama

20312587

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat *E-Money* di Kalangan Mahasiswa
Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

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

Universitas Islam Indonesia

OLEH :

Fahri Bagus Pratama

20312587

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Penulis



Fahri Bagus Pratama

**Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat *E-Money* di Kalangan
Mahasiswa Universitas Islam Indonesia**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

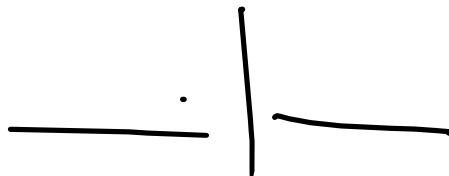
Nama: Fahri Bagus Pratama

No. Mahasiswa: 20312587

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 19 Juli 2024

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a horizontal line on the left, a vertical line in the center, and a horizontal line on the right, with a small dot above the vertical line.

(Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D)



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Selasa, tanggal 06 Agustus 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : FAHRI BAGUS PRATAMA
NIM : 20312587
Judul Tugas Akhir : "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat E-Money di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia"
Dosen Pembimbing : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D
Anggota Tim : Aditya Pandu Wicaksono, SE., Ak., M.Ak.

Yogyakarta, 06 Agustus 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,



Prof. Rofiqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS
NIP. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

“Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat E-Money di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”

Disusun oleh : FAHRI BAGUS PRATAMA

Nomor Mahasiswa : 20312587

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 06 Agustus 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

Penguji : Aditya Pandu Wicaksono, SE., Ak., M.Ak.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.P., M.Si., Ph.D., C.FrA., CertIPSAS.



MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."

- Q.S Al Baqarah: 286 -

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusyu’, (yaitu) orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya.”

- QS. Al-Baqarah: 45-46 -

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

- Q.S Al Insyirah: 5-6 -

“ALWAYS BE POSITIF & ALL PRAISE IS TO ALLAH SWT”

-FBP-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bangga,
Penelitian ini akan saya persembahkan khususnya untuk:

Ayah dan Ibu tercinta,

Firdaus Emilia dan Yohana Dwi Subekti

Adikku tersayang,

Adrian Xavier Firdaus

yang selalu mendoakan dan selalu mendukung apa yang saya cita-citakan. Karya ini merupakan ungkapan terima kasih atas kasih sayang dan dukungan mereka.
Semoga hasil skripsi ini menjadi awal yang baik untuk masa depan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr Wb. Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat *E-Money* di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.**" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam marilah kita haturkan kepada Rasulullah Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah hingga zaman sekarang yang sangat terang-benderang ini berasaskan dengan pedoman Al-Qur'an.

Dalam penulisan tugas akhir ini, tentu masih banyak kekurangan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Meskipun demikian, penulis telah berusaha sebaik mungkin agar tugas akhir ini dapat diselesaikan dan disusun dengan baik berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak yang tiada henti membantu penulis selama proses pembuatan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia, dan nikmat-Nya, seperti kesehatan, kemudahan, serta rezeki yang tak terduga, memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dan selalu menjadi panutan kita semua
3. Orang tua penulis, Bapak Firdaus dan Ibu Yohana, telah memberikan dukungan penuh, kasih sayang, dan doa yang terus dipanjatkan untuk kesuksesan penulis. Semoga penulis dapat memberikan kebanggaan dan

meningkatkan kedudukan kedua orang tua. Semoga kesehatan, umur panjang, dan perlindungan selalu diberikan oleh Allah SWT. Aamiin YRA.

4. Bapak Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D, sebagai dosen pembimbing, dengan sukarela meluangkan waktu, energi, pikiran, meskipun sibuk, dan dengan kesabaran serta ketulusan penuh, telah membimbing dan mengarahkan selama proses penulisan skripsi hingga selesai.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Akuntansi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah berbagi ilmu dan pengetahuan mereka kepada penulis.
6. Seluruh Bapak/Ibu Pegawai, Staf Jurusan Akuntansi khususnya mas Fandu, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Tidak lupa untuk diri sendiri, terima kasih atas keteguhan selama ini, atas usahamu dalam menghadapi rasa malas dan mengatur waktu antara magang dan menulis skripsi. Berkat itu, skripsi ini bisa terselesaikan tepat waktu. Tetaplah semangat menghadapi hidup ini dan mengejar semua impian, meski dihadapkan pada cobaan, kesedihan, dan tantangan. Aku bangga dengan diri sendiri. Alhamdulillah, semoga penyelesaian skripsi ini membawa awal yang baik dan membantu untuk tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
8. Teman-Teman Penulis baik itu seangkatan, adik tingkat, kakak tingkat, selama penulis berkuliah di FBE UII.
9. Terima kasih juga untuk Nelvira Chiendy sebagai teman terdekat waktu penulisan skripsi ini beserta teman-teman permagangan di KJA CSW.
10. Teruntuk seluruh responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi penelitian ini sehingga peneliti dapat mengumpulkan data dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
11. Semua pihak yang turut serta dalam membantu serta mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.

Penulis menyadari bahwa meskipun skripsi ini belum sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan, namun penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi berbagai pihak di masa yang akan datang. Mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dalam karya ilmiah ini.

Sekian,

Wassalamualaikum Wr.Wb

Penulis,

Fahri Bagus Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	iv
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
ABSTRACT.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 LANDASAN TEORI.....	13
2.1.1 Teori Keuangan (<i>Financial Technology</i>)	13
2.1.2 Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	13
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	16
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN.....	18
2.3.1 Pengaruh Literasi	18
2.3.2 Persepsi Risiko	19
2.3.3 Pengaruh Sosial	20
2.3.4 Pengaruh Motivasi Hedonis	21
2.3.5 Pengaruh Nilai Harga	22
2.3.6 Pengaruh Perilaku Niat <i>E-Money</i>	22
2.4 KERANGKA PENELITIAN.....	24

BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	25
3.1.1 Populasi	25
3.1.2 Sampel	25
3.2 SUMBER DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA.....	26
3.3 VARIABEL PENELITIAN	26
3.3.1 Variabel Independen	26
3.3.2 Variabel Intervening.....	30
3.3.3 Variabel Dependen	31
3.4 METODE ANALISIS DATA	32
3.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	32
3.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	33
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA	34
4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN	34
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	35
4.3. ANALISIS KUANTITATIF	36
4.3.1 Uji Validitas	36
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.4 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38
4.4.1 Uji Goodness-Fit Model	39
4.4.2 Uji Hipotesis dan Pembahasan	39
4.5 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	40
BAB V.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. KESIMPULAN.....	45
5.2. KETERBATASAN PENELITIAN.....	46
5.3. SARAN	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
---	-----------

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner.....	34
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	35
Table 4.4 Outers Loadings	36
Table 4. 5 Uji Reliabilitas.....	38
Table 4.6 Nilai R-Square.....	39
Table 4.7 Hasil Path Coefficient	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	54
Lampiran 2 Data Kuesioner yang telah Diterima	61
Lampiran 3 Tabulasi Data	62
Lampiran 4 Pengujian Data	70
Lampiran 5 Hasil Pengujian Data Uji Validitas	71
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	73
Lampiran 7 Uji Hipotesis	74

ABSTRACT

Significant transformations in human transaction behavior due to the Industrial Revolution 4.0, including electronic money (e-money). This study explores the factors influencing intention to use e-money among Universitas Islam Indonesia (UII) students using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) model. This study identified six main factors: financial literacy, risk perception, social influence, hedonic motivation, price value, and habit. A quantitative approach was used, using a survey method through an online questionnaire of 149 UII students. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares (PLS) model. The results showed that financial literacy does not significantly influence the intention to use e-money, while risk perception has a negative effect. Social influence, hedonic motivation, price value, and habit positively affect the intention to use e-money. In conclusion, social influence, hedonic motivation, price value, and habit are important factors in increasing e-money adoption among UII students. These findings provide insights for financial institutions and policymakers to design effective strategies to encourage the use of e-money. This research also provides practical implications for financial service providers and educational institutions to support the digital economy through increased understanding and adoption of e-money.

Keywords: *E-money, Financial Literacy, Risk Perception, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value, Habit.*

ABSTRAK

Transformasi signifikan dalam perilaku transaksi manusia akibat revolusi industri 4.0, termasuk penggunaan uang elektronik (*e-money*). Dalam penelitian ini dimaksudkan dengan tujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (*UTAUT 2*). Penelitian ini mengidentifikasi enam faktor utama: literasi keuangan, persepsi risiko, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui kuesioner online kepada 149 mahasiswa UII. Analisis data dilakukan menggunakan model *Partial Least Squares (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-money*, sementara persepsi risiko berpengaruh negatif. Pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-money*. Kesimpulannya, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan adopsi *e-money* di kalangan mahasiswa UII. Temuan ini memberikan wawasan bagi institusi keuangan dan pembuat kebijakan untuk merancang strategi yang efektif dalam mendorong penggunaan *e-money*. Penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan keuangan dan lembaga pendidikan untuk mendukung ekonomi digital melalui peningkatan pemahaman dan adopsi *e-money*.

Kata Kunci: *E-money*, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perekonomian suatu negara sangat bergantung pada uang, tanpanya, kegiatan ekonomi tidak mungkin berjalan. Karena produksi, konsumsi, dan distribusi sangat terkait satu sama lain uang. Dengan cara ini, bank sentral menggunakan uang sebagai alat untuk menjalankan suatu kepentingan ekonomi, seperti melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kekuatan transformasi untuk meningkatkan dunia digital semakin meningkat sebagai bagian dari revolusi industri 4.0. Kehidupan bertransaksi manusia sangat berubah karena kemajuan teknologi. Karena masyarakat berada dalam era revolusi diharapkan dapat menyesuaikan diri dengan dunia modern yang serba online, termasuk mengatasi keterbatasan dan melakukan aktivitas yang lebih efisien. Hal ini mendorong bisnis untuk terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan bersaing dengan perusahaan pesaing. Sektor telekomunikasi mengalami pertumbuhan yang sangat cepat di era digital ini, terutama dalam hal *smartphone*, yang memungkinkan masyarakat untuk beraktivitas. Dengan perkembangan teknologi ini, dunia perbankan telah melakukan inovasi dalam sistem transaksi. Dengan berkembangnya internet, layanan pembayaran yang efisien dan efektif akan menjadi mungkin. Bukti perkembangan sistem transaksi yang mengalami perubahan, yaitu uang. Bahkan saat ini, uang elektronik sudah banyak digunakan oleh masyarakat serta mahasiswa, terutama generasi Z dan mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Meningkatnya penggunaan pembayaran non tunai memberikan bantuan signifikan bagi mahasiswa dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari pembelian makanan, tiket, hingga layanan transportasi seperti Gojek. Semua akses tersebut sudah menjadi hal umum di kalangan mahasiswa. Namun, masih terdapat

perbedaan dalam faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi penggunaan jasa pembayaran non tunai, terutama *E-money*. Perbedaan tersebut dapat diamati dari perspektif Usia dan Gender.

E-money merupakan alat pembayaran dalam bentuk media elektronik, di mana nilainya tergantung pada jumlah uang yang disimpan dalam bentuk elektronik. Beberapa tahun terakhir, terjadi berbagai inovasi dalam instrumen pembayaran ini. Pada tahun 2007, *E-money* diperkenalkan di Indonesia sebagai alat pembayaran, dan hingga bulan September tahun 2019, jumlah pengguna Electronic Money (*E-Money*) di Indonesia mencapai 359.670.019 unit (Bank Indonesia, 2020). Manfaat penggunaan *E-Money* melibatkan kecepatan dan kemudahan transaksi, khususnya dalam transaksi dengan frekuensi tinggi dan nilai kecil (Bank Indonesia, 2018). Meskipun *E-Money* memberikan berbagai keunggulan, terdapat risiko seperti potensi penggunaan oleh pihak lain, risiko kehilangan, dan penipuan akibat minimnya pengetahuan dan pemahaman tentang *E-Money* (Miliani, et al. 2013). *E-Money* dianggap sebagai suatu dinamika yang terus berkembang, meskipun dampaknya tidak terlalu signifikan bagi kebiasaan individu. Seiring dengan peningkatan penggunaan *E-Money*, berbagai pihak yang menggunakan metode pembayaran ini melakukan perbaikan dan inovasi, fokus pada kemudahan dan keamanan produk mereka.

Dari perkembangan penggunaan electronic money pada masyarakat tersebut, penulis ingin melakukan penelitian tentang Perbandingan Penggunaan Transaksi Tunai Dan Non Tunai (*E-Money*) terutama di lingkungan mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Teori UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) merupakan teori yang sering digunakan dalam penelitian mengenai penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) dengan mengintegrasikan delapan teori utama penerimaan teknologi menjadi satu kesatuan. Kedelapan teori tersebut meliputi: proposition of reasoned action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), motivational models (MM), proposition of planned geste (TPB), combined TAM and TPB (C-TAMTPB), model of the PC application (MPCU), invention prolixity proposition (IDT), dan

social cognitive proposition (SCT). UTAUT kemudian diperluas ke konteks pengguna teknologi oleh Venkatesh et al. (2012). Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menggunakan model UTAUT dalam penelitian kali ini. Menurut Patil et al. (2017), teori yang digunakan dalam UTAUT sering dipakai untuk memahami bagaimana penerimaan konsumen terhadap teknologi seluler.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, ditemukan faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam memilih pembayaran menggunakan *e-money* dibandingkan dengan pembayaran konvensional. Faktor-faktor ini mencakup literasi keuangan sebagai faktor pertama. Literasi keuangan, seperti yang dijelaskan oleh Kusuma, Narulitasari, dan Nurohman (2021), mencakup dua dimensi, yaitu pengetahuan keuangan dan kemampuan aplikasi pengetahuan tersebut. Tingkat literasi keuangan individu akan secara keseluruhan mempengaruhi tingkat literasi masyarakat secara kolektif. Tingkat literasi ini memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat. Semakin meningkatnya literasi keuangan, semakin baik kesadaran masyarakat dalam memilih produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan memilih alternatif pembayaran yang paling sesuai dengan situasi mereka. Literasi finansial, seperti yang dinyatakan oleh Kumar et al. (2023), juga memiliki dampak penting dalam membentuk pemahaman dan kecerdasan finansial individu. Pengetahuan ini membantu individu merencanakan dan mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien. Melalui literasi keuangan, individu dapat memilih produk dan layanan keuangan yang cocok dengan kebutuhan mereka, sehingga meningkatkan kesejahteraan finansial mereka secara keseluruhan. Dukungan terhadap pernyataan tersebut datang dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2022. Survei ini menunjukkan bahwa ada korelasi yang kuat antara tingkat literasi keuangan individu dan kemampuannya untuk memanfaatkan produk dan layanan keuangan. Temuan ini sejalan dengan riset dan teori yang telah diuraikan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar dampaknya terhadap kemampuan mereka dalam memilih produk dan layanan

keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, faktor literasi menjadi salah satu elemen kunci dalam menentukan kesuksesan penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2022) bahwa variabel literasi berpengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhaeni, & Soleha, E. (2023) dan Giriani, P. A., & Susanti (2018) bahwa variabel Literasi berpengaruh negatif terhadap minat dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.

Faktor kedua adalah Persepsi Risiko Keamanan. *Digital Payment* pada ponsel menawarkan dua keuntungan utama, yaitu portabilitas dan aksesibilitas, yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. DO dan DO (2020) menyatakan bahwa *Digital Payment* memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi, termasuk yang bernilai kecil. Penelitian mereka menunjukkan bahwa kenyamanan adalah faktor utama yang mendorong konsumen memilih *Digital Payment* daripada kartu debit. Menurut Edeh et al. (2021), generasi milenial cepat mengadopsi teknologi karena keterbukaan terhadap perubahan dan inovasi. Kemudahan penggunaan *Digital Payment* sangat bergantung pada tingkat keamanan yang disediakan oleh penyedia layanan *Digital Payment*. Keamanan platform *Digital Payment* adalah komponen penting yang mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat sebelum menggunakannya. Sistem keamanan berfungsi melindungi data pribadi pengguna, data transaksi keuangan, dan saldo dalam *Digital Payment*. Meskipun kemajuan teknologi membawa banyak manfaat, perlu diingat bahwa teknologi juga dapat disalahgunakan. Salah satu risiko adalah penipuan dalam bentuk scam yang dapat mengakibatkan pengguna kehilangan saldo karena mengklik tautan dari pelaku penipuan. Oleh karena itu, platform online berupaya keras untuk menyediakan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data konsumen. Menurut Alam, Awawdeh, dan Muhammad (2021), *Digital Payment* telah menjadi sangat populer dalam beberapa tahun terakhir dan digunakan oleh sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilihan pembayaran. Meskipun masih ada beberapa yang menggunakan sistem pembayaran non-tunai seperti kartu debit dengan proses yang

relatif lebih lama, jumlah UMKM yang menyediakan akses pembayaran melalui *Digital Payment* terus bertambah setiap tahun. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfaris, M. (2023) ditemukan bahwa variabel Persepsi Risiko Keamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanti, N. L., & Dwiana Putra, I. M. (2023) menyebutkan bahwa variabel Persepsi Risiko Keamanan berpengaruh negatif.

Faktor yang ketiga yaitu Pengaruh Sosial. Pengaruh sosial berkaitan dengan bagaimana keputusan dan perilaku individu dipengaruhi oleh orang lain dalam lingkungannya. Pengaruh sosial mencerminkan sejauh mana perilaku masyarakat secara keseluruhan dipengaruhi oleh interaksi dalam jaringan sosial, termasuk pesan dan sinyal yang disampaikan oleh individu lain, yang pada gilirannya mempengaruhi persepsi nilai masyarakat terhadap suatu sistem atau teknologi tertentu. Selain itu, pengaruh sosial juga dapat mempengaruhi individu melalui dua aspek utama, yaitu pesan tentang harapan sosial dan observasi terhadap perilaku orang lain dalam lingkungan tersebut. Dengan demikian, pengaruh sosial memiliki dampak signifikan dalam membentuk perilaku dan keputusan individu dalam berbagai konteks sosial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh DO dan DO (2020), generasi milenial merasa bahwa penggunaan *Digital Payment* membantu mereka terhubung dengan kelompok tertentu dan juga memungkinkan mereka untuk mengungkapkan identitas mereka. Menurut Sabli et al. (2021), perasaan generasi milenial dapat dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan inspirasi yang datang dari teman-teman mereka. Ini menunjukkan bahwa pengaruh dari lingkungan sekitar dan tren yang ada dalam masyarakat adalah bagian dari pengaruh sosial yang mempengaruhi individu. Pengalaman positif dalam menggunakan *Digital Payment* juga mendorong mereka untuk merekomendasikan penggunaan *Digital Payment* kepada orang-orang di sekitar mereka, seperti yang diungkapkan oleh penelitian Putri et al. (2022). Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aries Andrianto (2020) dan Mazaya Faridhal (2019) ditemukan bahwa variabel Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan *e-*

money. Sedangkan masih belum ditemukannya penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa variabel Pengaruh Sosial berpengaruh negatif.

Faktor yang keempat yaitu Motivasi Hedonis. Menurut Brown et al.(2005) Motivasi hedonis atau hedonic motivation didefinisikan sebagai kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari menggunakan teknologi, dan telah terbukti memiliki peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. Di era modern ini, orang dapat lebih mudah hidup berkat kemajuan teknologi informasi. Masyarakat sudah menikmati manfaat teknologi, terutama dalam bidang teknologi. Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran telah mengubah peran uang tunai menjadi sistem yang memungkinkan pembayaran secara langsung. Pergeseran ini disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi, yang membuat pembayaran yang sebelumnya tunai menjadi lebih efisien dan ekonomis dalam bentuk non-tunai, seperti yang dapat disimpan di *smartphone*. Dengan banyaknya aplikasi *e-money* yang beredar membuat para pengguna mempunyai perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan transaksi secara digital misalnya perilaku hedonis ini. Motivasi hedonis merupakan pengembangan dari konsep teori sebelumnya yang dikenal sebagai Perceived Enjoyment oleh Van der Heijden (2004). Selain itu, Venkatesh et al. (2012) mengemukakan bahwa orang tidak hanya memperhatikan kinerja penggunaan teknologi, tetapi juga perasaan yang muncul dari penggunaannya. Oleh karena itu, motivasi hedonis menjadi faktor kedua terkuat yang mempengaruhi niat perilaku dalam penggunaan teknologi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dalayah, R., & Patrikha, F.D. (2020) bahwa variabel Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap niat perilaku terhadap mahasiswa dalam menggunakan *e-money*. Sedangkan masih belum ditemukannya penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa variabel kebiasaan berpengaruh negatif.

Faktor yang kelima yaitu Nilai Harga. Menurut Dodds et al. (1991), Nilai harga adalah evolusi dari teori Perceived Value atau Perceived Benefits, yang diciptakan oleh Dodds et al. (1991). Ini didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang biaya yang ia habiskan untuk menggunakan sistem agar mereka dapat merasakan manfaat dari sistem tersebut. Biaya dan harga mungkin mempengaruhi penggunaan teknologi konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh

Venkatesh et al., (2012) Nilai harga yang positif terjadi ketika manfaat menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dan nilai harga tersebut memiliki dampak positif pada niat perilaku pengguna. Selanjutnya penelitian sebelumnya yang dilakukan Chopdar, P., & Sivakumar, V.J. (2018) bahwa variabel Nilai Harga berpengaruh positif terhadap kiat *e-money*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra, D.R.S., & Roekhudin (2019) bahwa variabel Nilai harga berpengaruh negatif terhadap minat dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.

Faktor keenam yaitu Perilaku Niat *E-money*. Menurut Martinez & Kim (sebagaimana disebutkan dalam Reyhan et al., 2020) Keinginan untuk menggunakan suatu produk atau jasa dapat dianggap sebagai tahap awal di mana seseorang cenderung bertindak sebelum melakukan pembelian. Ini menandakan bahwa niat untuk menggunakan akan muncul ketika konsumen siap dan memiliki keinginan untuk menggunakan produk atau jasa tertentu. Menurut Jogyanto (dalam Reyhan et al., 2020), keinginan yang timbul dari seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dikenal sebagai niat menggunakan. Priambodo dan Prabawani (dalam Reyhan et al., 2020) mengemukakan bahwa perkembangan fasilitas berbasis teknologi informasi dapat dilihat dari perubahan alat pembayaran. Dahulu, masyarakat hanya menggunakan sistem pembayaran tunai, tetapi sekarang mereka telah mengenal dan menggunakan sistem pembayaran non tunai dalam kegiatan ekonomi mereka. Di Indonesia, salah satu instrumen pembayaran non tunai yang sedang berkembang adalah uang elektronik atau *e-money*. Menurut Firdauzi (dalam Reyhan et al., 2020), *e-money* bertujuan untuk menjadi alat pembayaran yang mudah dan cepat dalam proses transaksi, sehingga pengguna tidak perlu membawa uang tunai. *E-money* juga memudahkan pedagang dalam menangani uang kembalian bernilai kecil, mengurangi pemberian kembalian dalam bentuk permen. Selain itu, penggunaan *e-money* dapat mengurangi kejahatan seperti pencucian uang dan perampokan yang sering terjadi di masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reyhan, E., & Amri. (2020) ditemukan bahwa variabel Perilaku Niat *E-Money* positif terhadap minat dalam penggunaan *e-money*

di kalangan mahasiswa. Sedangkan masih belum ditemukannya penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa variabel kebiasaan berpengaruh negatif.

Faktor yang ketujuh yaitu Kebiasaan. Kebiasaan, atau habit, didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung melakukan sesuatu secara otomatis sebagai hasil dari pembelajaran dan pengalaman sebelumnya dalam menggunakan teknologi. Kebiasaan konsumen dipandang sebagai faktor penentu dalam adopsi teknologi. Seiring dengan bertambahnya pengalaman dalam menggunakan teknologi, pengguna mulai menggunakannya secara lebih rutin (Venkatesh et al., 2012). Selanjutnya berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Evan, I., Winarno, W.W & Putro, H.P. (2021) bahwa variabel Kebiasaan berpengaruh “Baik” atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Sedangkan masih belum ditemukannya penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa variabel kebiasaan berpengaruh negatif.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, masih banyaknya variabel yang menunjukkan hasil tidak konsisten yang membuat peneliti ingin menguji variabel tersebut namun menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Penelitian ini didasarkan pada studi yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012), yang menguji model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Model UTAUT2 merupakan pengembangan dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang pertama, di mana UTAUT2 meneliti beberapa faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap teknologi baru.

Perbedaan atau keterbaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terletak pada model teori yang digunakan, variabel-variabel yang dipakai, serta fokus cakupan populasi yang ditujukan pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia. Hal ini membuat hasil yang diperoleh lebih spesifik, yaitu minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa khususnya di Universitas Islam Indonesia.

Penggunaan *E-money* juga semakin meningkat akhir-akhir ini, sehingga penulis tertarik untuk meneliti penggunaan E-money dengan menerapkan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi. Tujuannya adalah untuk menghasilkan penelitian yang bermanfaat bagi berbagai pihak terkait. Berdasarkan penjelasan tersebut, judul penelitian ini adalah **“Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Niat *E-Money* di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian latar belakang, berikut adalah rumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Apakah Literasi berpengaruh kepada perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?
2. Apakah Persepsi Risiko kepada perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?
3. Apakah Pengaruh Sosial berpengaruh kepada perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?
4. Apakah Motivasi Hedonis berpengaruh kepada perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?
5. Apakah Nilai Harga berpengaruh kepada perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?
6. Apakah Perilaku Niat *E-Money* berpengaruh kebiasaan penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Literasi terhadap perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Mengetahui pengaruh Persepsi Risiko terhadap perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia

3. Mengetahui pengaruh Pengaruh Sosial terhadap perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
4. Mengetahui pengaruh Motivasi Hedonis terhadap perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
5. Mengetahui pengaruh Nilai Harga terhadap perilaku niat *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
6. Mengetahui pengaruh Perilaku Niat *E-Money* terhadap kebiasaan penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Universitas Islam Indonesia

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan maka diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat terhadap pihak sebagai berikut :

Pihak Akademisi

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti akan menguji serta membuktikan keandalan teori dari model Teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

Pihak Mahasiswa

Penelitian dapat mengungkapkan sejauh mana mahasiswa telah mengadopsi teknologi *e-money* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini dapat memberikan pandangan tentang potensi pertumbuhan dan adopsi metode pembayaran non tunai di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Pihak Eksternal

Penelitian ini juga dapat memberikan informasi berharga bagi lembaga keuangan, pedagang, atau penyedia layanan pembayaran elektronik yang beroperasi di sekitar kampus. Mereka dapat menggunakan informasi ini untuk mengoptimalkan layanan mereka dan menyesuaikan strategi pemasaran untuk mencapai target pasar mahasiswa.

Pihak Peneliti

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memperluas wawasan mereka mengenai penggunaan *e-money*. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menambah literatur tentang penggunaan teknologi dalam pelayanan ekonomi. Hal ini diharapkan dapat mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia, mengikuti contoh negara maju dalam penerapan teknologi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memotivasi penulis untuk lebih mendalami dan meneliti sistem penerimaan teknologi baru.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Struktur penulisan karya ini dibagi menjadi lima bab yang saling berkesinambungan. Bab pertama adalah pendahuluan yang diikuti oleh bab kedua yang berisi kajian pustaka. Bab ketiga membahas metode penelitian yang digunakan. Bab keempat menyajikan analisis data lengkap dengan penjelasan mendetail mengenai hipotesis yang diperoleh. Akhirnya, bab kelima merangkum seluruh hasil dalam kesimpulan serta memberikan beberapa saran yang relevan. Berikut adalah sistematika penulisan untuk masing-masing bab tersebut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini, akan dibahas berbagai elemen yang mendasari penelitian ini. Di dalam bab ini, penjelasan dimulai dengan latar belakang yang melatarbelakangi penelitian, diikuti dengan perumusan masalah yang menjadi fokus utama studi. Selanjutnya, bab ini juga menguraikan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini. Akhirnya, bab ini menyajikan sistematika penulisan yang akan digunakan untuk menyusun keseluruhan penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini menjelaskan dasar teori yang mendasari permasalahan yang akan diteliti, studi-studi sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, serta struktur penelitian yang akan dilakukan."

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan teknik-teknik penelitian yang diterapkan. Teknik penelitian mencakup penjelasan tentang populasi yang diteliti, sampel yang digunakan, variabel-variabel yang dianalisis, pengujian instrumen penelitian, serta metode yang diterapkan untuk menganalisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan secara mendetail tentang analisis dan interpretasi hasil penelitian yang telah diperoleh. Penjelasan dalam bab ini mencakup uraian mendalam mengenai temuan-temuan yang dihasilkan dari metode penelitian yang diterapkan, serta rincian dari hasil pengukuran yang telah dilakukan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan ringkasan dari hasil penelitian serta pembahasan mendalam mengenai temuan yang diperoleh. Selain itu, bab ini juga membahas implikasi dari hasil penelitian, menyebutkan beberapa keterbatasan atau tantangan yang dihadapi selama penelitian, serta memberikan rekomendasi dari penulis untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Keuangan (*Financial Technology*)

Teknologi Finansial (Fintech) diidentifikasi sebagai inovasi terbaru yang menitikberatkan pada teknologi keuangan di berbagai aspek operasional perusahaan. Inisiatif ini mencakup integrasi layanan keuangan dengan teknologi, sehingga mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern (Bank Indonesia, 2018). Landasan hukum penyelenggaraan Fintech di Indonesia ditetapkan melalui peraturan seperti Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Jasa Keuangan Digital, dan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik (Bank Indonesia, 2018).

Fintech telah menarik banyak perhatian karena potensinya untuk mendorong kemajuan teknologi, penghematan biaya, dorongan untuk inovasi bisnis, dan peningkatan permintaan pelanggan. Ini memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi yang relevan dengan cepat, mudah, dan efisien, tanpa dibatasi oleh waktu dan lokasi (Eltin, 2019). Investasi besar pada perusahaan keuangan yang kompetitif sebagian besar difokuskan pada Fintech, yang mengakibatkan perubahan signifikan dalam desain dan penerapan teknologi tersebut (Gai, et al., 2018).

2.1.2 Uang Elektronik (*E-Money*)

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan dalam inovasi instrumen pembayaran elektronik menggunakan kartu telah menghasilkan bentuk yang lebih praktis. Saat ini, di Indonesia, uang elektronik menjadi semakin populer sebagai suatu instrumen pembayaran. Meskipun memiliki

karakteristik yang sedikit berbeda dari instrumen pembayaran lain seperti kartu kredit dan kartu Anjungan Tunai Mandiri atau Debit, penggunaan instrumen ini tetap serupa, yaitu untuk tujuan pembayaran.

Pembayaran dengan menggunakan uang elektronik, yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)* atau *mobile money (m-money)*, merupakan bagian dari teknologi keuangan di segmen pembayaran. *E-money* berfungsi sebagai layanan transaksi pembayaran, memungkinkan transaksi tanpa memerlukan uang fisik. Sebagai produk dengan nilai tersimpan atau kartu, *e-money* memiliki saldo yang dapat digunakan dalam transaksi, seperti yang dijelaskan oleh Bank for International Settlements (1996). Bank for International Settlements (BIS) dalam laporannya tentang Implikasi bagi Bank Sentral dari Pengembangan Uang Elektronik menyatakan bahwa *e-money* adalah produk dengan nilai tersimpan atau prabayar. Ini merujuk pada bentuk uang di mana nilai tertentu disimpan secara elektronik dalam perangkat elektronik yang dimiliki oleh pengguna *e-money* (Bank for International Settlements, 1996).

Ada dua jenis alat pembayaran dengan kartu, yaitu *prepaid product* dan *access product*. *E-money* termasuk dalam kategori *prepaid product*, sedangkan kartu debit atau kredit merupakan contoh dari *access product*. Secara umum, *e-money* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Nilai uang dalam *e-money* berkurang saat konsumen melakukan transaksi.
2. Dana yang ada dalam *e-money* sepenuhnya menjadi hak konsumen.
3. Selama transaksi, transfer dana dari *e-money* ke terminal merchant dapat dilakukan secara offline, dengan verifikasi dilakukan pada tingkat merchant (point of sale) tanpa memerlukan koneksi online ke komputer penerbit *e-money*.

Menurut karakteristik *e-money* yang nilai uangnya direkam secara elektronik, produk *e-money* terbagi menjadi dua kategori (Hidayati et al., 2006) sebagai berikut:

1. Produk Berbasis Kartu (*prepaid card*)

Jenis *e-money* ini menggunakan kartu dengan *Integrated Circuit* (IC) yang dilengkapi chip mikroprosesor. Chip ini berfungsi untuk mengontrol transaksi, termasuk perhitungan dan penyimpanan data. *E-money* kategori ini sering disebut sebagai *electronic purses*.

2. Produk Berbasis Perangkat Lunak (*prepaid software*)

Jenis *e-money* ini adalah aplikasi yang diinstal pada komputer atau smartphone dengan sistem operasi. Transaksi *e-money* ini memerlukan akses internet, dan pengguna memiliki akun *online e-money* yang dapat diakses melalui perangkat tersebut. Transaksi dilakukan melalui akun ini, dan *e-money* kategori ini sering disebut sebagai *digital cash*. Saat ini, banyak produk *e-money* berbasis perangkat lunak online yang ditawarkan oleh perusahaan non-bank.

2.1.3 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*

Teori UTAUT, yang pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh (2003), mengintegrasikan berbagai model dari teori penerimaan pengguna yang telah ada. Teori ini menyajikan model komprehensif yang pada waktu itu dianggap sebagai yang paling lengkap. UTAUT telah mengalami pengujian empiris dan terbukti memiliki keunggulan yang lebih besar dibandingkan dengan model lainnya, seperti yang didemonstrasikan dalam penelitian oleh Venkatesh et al. (2003). Dengan fokus pada penerimaan individu dan penggunaan teknologi informasi, UTAUT dianggap sebagai model yang memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

Teori Kesatuan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi 2 (UTAUT2) merupakan konsep yang diperbaharui dari model sebelumnya, yakni UTAUT. UTAUT awalnya diperkenalkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis (2003) untuk menjelaskan niat pengguna dalam menggunakan sistem informasi serta perilaku penggunaan lebih lanjut

dalam konteks organisasi. Pada tahun 2012, model UTAUT diperbarui kembali oleh Venkatesh, Thong, dan Xu.

UTAUT adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Model ini terdiri dari empat faktor inti yang mempengaruhi niat dan penggunaan, yakni harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi. Setiap faktor ini memiliki dampak terhadap niat berperilaku dan perilaku penggunaan. UTAUT diharapkan dapat menjadi sarana efektif bagi manajer yang perlu mengevaluasi kemungkinan sukses dalam mengenalkan teknologi baru, membantu mereka memahami faktor-faktor penerimaan, dan merumuskan intervensi proaktif seperti pelatihan, pemasaran, dan lainnya yang ditargetkan pada kelompok pengguna yang mungkin enggan mengadopsi sistem baru. UTAUT2, di sisi lain, merupakan pengembangan dari UTAUT yang mengeksplorasi penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen dengan menambahkan tiga konstruk baru, yaitu motivasi hedonik, nilai harga, dan kebiasaan.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anugrah dan Ompungsu (2021) melakukan suatu pengujian tentang niat menggunakan *E-Money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital menggunakan model UTAUT. Penelitian dilakukan pada Kota Batam dengan menggunakan model UTAUT. Pada penelitian ini terdapat responden sebanyak 290 responden, dimana responden tersebut merupakan pengguna *E-Money* di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan konstruk dari Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi Memfasilitasi, Keyakinan diri, Kecemasan, Sikap terhadap penggunaan teknologi. Dari penelitian tersebut menunjukkan hasil yang didapat bahwa Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi Memfasilitasi, dan Sikap terhadap penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *E-Money*, sementara untuk

Keyakinan diri, dan Kecemasan tidak menunjukkan keterdukungan terhadap niat penggunaan *e-money*.

Studi yang dilaksanakan oleh Rahmiati dan Susanto (2021) dengan memakai model UTAUT, penelitian ini membahas topik perilaku niat penggunaan *E-Money*. Responden penelitian adalah pengguna *e-money* di Sumatera Barat melalui survey online yang berjumlah sebanyak 193 responden. Penelitian ini menggunakan konstruk dari *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk *Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* mempengaruhi perilaku niat menggunakan *E-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfanzky dan Daulay (2021) dengan menggunakan model UTAUT2 yang merupakan suatu pengujian tentang Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-money* di kalangan generasi Milenial. Penelitian ini melibatkan 194 responden yang merupakan pengguna *e-money* dari tiga kota besar di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Konstruk pada penelitian ini yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Trust*, dan *Behavioral Intention*. Penelitian ini mendapatkan hasil dimana terdapat 6 konstruk *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Habit*, *Trust*, dan *Behavioral Intention* merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan akan *E-Money* atau dengan kata lain yang berkorelasi positif. Sementara *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Performance Expectancy* tidak mempengaruhi penggunaan akan *E-Money* atau dengan kata lain yang berkorelasi negatif.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Aries andrianto (2020) Model penelitian UTAUT2 adalah model yang digunakan dalam studi ini untuk membahas topik faktor yang mempengaruhi *Behaviour Intention*. Responden penelitian ini yaitu pengguna aplikasi LinkAja yang berdomisili di Jakarta. Komponen yang pakai di dalam penelitian ini mencakup 7 konstruk yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Dari 7 konstruk hanya *Price Value* yang diterima mempengaruhi *Behaviour Intention*. Sementara *Performance Expectancy*, *Effort*

Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, dan Habit tidak diterima atau ditolak mempengaruhi *Behaviour Intention*.

Dalam studi sebelumnya oleh Anggraini & Rachmawati (2019) yang meneliti penerimaan pembayaran melalui aplikasi mobile OVO, melibatkan 400 responden. Penelitian ini fokus pada konstruk seperti harapan usaha, harapan kinerja, kondisi memfasilitasi, pengaruh sosial, motivasi hedonik, nilai harga, minat penggunaan, serta menambahkan konstruk kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi memfasilitasi, pengaruh sosial, motivasi hedonik, nilai harga, minat penggunaan, dan kepercayaan berdampak positif pada penerimaan pembayaran melalui aplikasi mobile OVO. Sebaliknya, harapan usaha dan harapan kinerja tidak dianggap memiliki dampak positif pada penerimaan aplikasi tersebut.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) membahas topik faktor yang memengaruhi penggunaan *E-Money*. Responden studi kali ini berasal dari mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta. Studi ini menggunakan 3 konstruk, kegunaan, kemudahan, dan keamanan. Studi ini mendapatkan hasil bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap faktor yang memengaruhi penggunaan *E-money*. Namun, dalam konstruk kegunaan tidak berpengaruh terhadap faktor yang mempengaruhi penggunaan *E-Money*.

2.3 HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh Literasi

Secara umum dalam pandangan Harvey J. Graff, (2006) literasi dapat diartikan sebagai keterampilan seseorang dalam menulis dan membaca. Dari segi asal katanya, istilah literasi berasal dari bahasa Latin "literatur," yang merujuk kepada seseorang yang memiliki pengetahuan. Secara konseptual, literasi erat kaitannya dengan kegiatan membaca dan menulis. Secara finansial literasi memiliki pengertian pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan memiliki dampak pada sikap dan tindakan

guna meningkatkan mutu pengambilan keputusan dan manajemen keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan finansial masyarakat.

Mason & Wilson (2000) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan seseorang untuk memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan, dengan memahami konsekuensi finansial yang mungkin timbul. Menurut Firdauzi, (2016) kecakapan finansial adalah kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan dan menyelesaikan masalah, yang diperoleh melalui pendapatan dan uang saku dalam situasi ekonomi yang mempengaruhi pemilihan produk saat membuat keputusan pembelian. Literasi keuangan mencakup kemampuan seseorang dalam membaca, menganalisis, mengelola, dan membuat keputusan terkait kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi tingkat kesejahteraan.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2022) mendapatkan konstruk literasi memiliki dampak positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhaeni, & Soleha, E. (2023) dan Giriani, P. A., & Susanti (2018) bahwa variabel Literasi berpengaruh negatif terhadap minat dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa. Dengan merinci dan mempertimbangkan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, peneliti berusaha untuk menguji kembali konstruk ini dengan menyusun hipotesis:

H1: Literasi Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.3.2 Persepsi Risiko

Persepsi Keamanan adalah keyakinan seseorang bahwa sistem teknologi dapat menghalangi penipuan dalam suatu sistem yang bergantung pada informasi, tanpa adanya bentuk fisik dari informasi tersebut. Risiko keamanan merupakan ancaman yang mengintai dalam berbagai aspek kehidupan modern, terutama seiring dengan kemajuan

teknologi. Ketika pengguna teknologi tidak merasa aman dalam menggunakan teknologi, seorang pengguna cenderung memilih untuk tidak menggunakan teknologi tersebut.

Pada penelitian Alfari, M. (2023) dan Rodiah, S., & Melati, I. (2020) mendapatkan hasil bahwa risiko merupakan faktor yang penting dalam penggunaan sebuah teknologi baru. Berdasarkan penjelasan berikut, maka hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti adalah:

H2: Persepsi Risiko Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.3.3 Pengaruh Sosial

Manusia yang merupakan makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri dan terkadang masih membutuhkan Individu sering dipengaruhi oleh orang lain dalam berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk saat membuat keputusan. Pengaruh Sosial, atau lingkungan sosial, adalah sejauh mana seseorang membuat keputusan berdasarkan pengaruh dari orang lain, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja. Biasanya, orang cenderung memperhatikan saran dari orang lain ketika mereka harus memutuskan sesuatu, begitu pula jika seorang individu tersebut mendapatkan teknologi baru. Dalam pandangan Vahdat et al., (2020) pengaruh sosial dijelaskan sebagai kekuatan sosial yang mampu mempengaruhi individu lainnya sehingga dapat mengubah tingkah laku mereka. Termasuk jika ada seorang individu menerima sebuah Informasi baru pasti akan memperhatikan lingkungan sekitar. Pengaruh lingkungan sekitar seseorang memiliki peran krusial dalam menentukan keputusan yang diambil dalam mengadopsi teknologi dan informasi terbaru.

Studi Terdahulu yang dilakukan oleh Aries Andrianto (2020) dan Mazaya Faridhal (2019) mendapatkan sebuah hasil dimana konstruk pengaruh sosial memberikan dampak positif terhadap penerimaan teknologi dan informasi. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh

Venkatesh et al. (2000), yang mengungkapkan bahwa perilaku individu dalam menggunakan teknologi baru dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kepercayaan mereka terhadap orang lain dalam niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Pengaruh Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.3.4 Pengaruh Motivasi Hedonis

Menurut Arnold dan Reynolds (2003) mengungkapkan bahwa motivasi hedonis adalah dorongan untuk melakukan pembelian yang dipicu oleh pengalaman yang berkaitan dengan panca indera, imajinasi, dan perasaan, yang menempatkan kesenangan dan kepuasan materi sebagai fokus utama dalam kehidupan.

Motivasi hedonis bisa juga didefinisikan sebagai dorongan untuk mencari kesenangan atau kebahagiaan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, yang telah terbukti memainkan peran krusial dalam menentukan bagaimana teknologi diterima dan digunakan. Studi yang dilakukan oleh Daliyah, R., & Patrikha, F.D. (2020) ditemukan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan *e-money*. Penelitian ini mencapai kesimpulan serupa dengan hasil penelitian Venkatesh et al. (2012), yang menunjukkan bahwa motivasi hedonis juga berpengaruh positif terhadap penerimaan teknologi. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4 : Motivasi Hedonis Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.3.5 Pengaruh Nilai Harga

Harga atau nilai harga merupakan penilaian individu terhadap pengeluaran yang mereka keluarkan untuk memanfaatkan suatu sistem guna mendapatkan keuntungan darinya. Ketika seseorang ingin memperoleh sesuatu, perlu mengeluarkan nilai tertentu untuk memperolehnya, selain manfaat yang diberikan oleh teknologi, biaya yang harus dikeluarkan juga menjadi faktor penting dalam penggunaannya. Pengguna perlu mengevaluasi apakah keuntungan yang diperoleh sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Jika pengguna merasa bahwa nilai teknologi tersebut sesuai, mereka akan menggunakannya tanpa ragu. Oleh karena itu, nilai harga berpengaruh positif terhadap minat pengguna dalam menggunakan teknologi, terutama *e-money* Chopdar, P., & Sivakumar, V.J. (2018). Namun pada penelitian Putra, D.R.S., & Roekhudin (2019), mendapatkan hasil lain dalam penelitiannya, bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap penggunaan teknologi khususnya *E-Money* ini. Dengan merujuk pada analisis dan perbandingan studi sebelumnya, peneliti berusaha untuk menguji ulang konsep ini melalui pembentukan hipotesis baru:

H5 : Nilai Harga Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

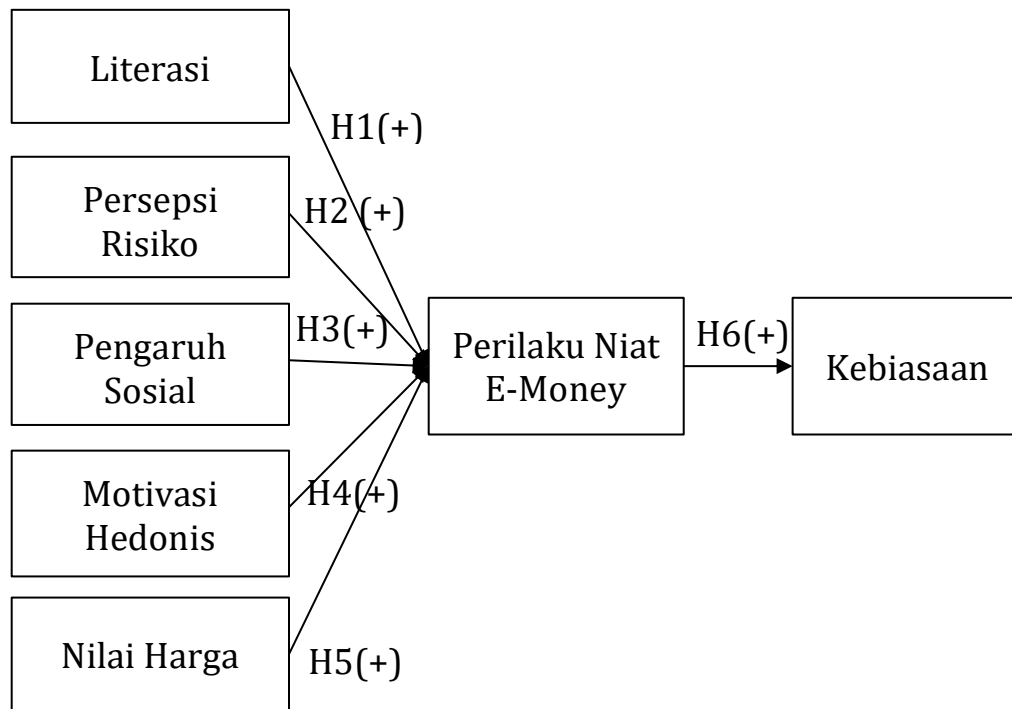
2.3.6 Pengaruh Perilaku Niat *E-Money*

Niat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya. Menurut Jogiyanto (2007), keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu juga dikenal sebagai niat penggunaan. Niat penggunaan bisa dianggap sebagai fase di mana seseorang cenderung untuk bertindak sebelum benar-benar melakukan pembelian. Ini mengindikasikan bahwa niat penggunaan muncul ketika konsumen bersedia dan memiliki keinginan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Studi terdahulu yang telah dilakukan oleh Reyhan, E., &

Amri. (2020) mendapatkan hasil di mana perilaku niat *E-Money* menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan penjabaran tersebut, maka peneliti ingin menguji konstruk ini dengan merumuskan hipotesis:

H6: Perilaku Niat *E-Money* Berpengaruh Positif Terhadap Kebiasaan Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2.4 KERANGKA PENELITIAN



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

3.1.1 Populasi

Populasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut definisi Sugiyono (2014), populasi merupakan kawasan yang mengandung objek atau subjek dengan atribut tertentu yang dapat dianalisis oleh seorang peneliti. Mahasiswa yang masih aktif berkuliah di Universitas Islam Indonesia merupakan populasi yang akan dipakai dalam penelitian ini.

3.1.2 Sampel

Dalam upaya mendapatkan sampel data yang dapat mewakili populasi, digunakan metode purposive sampling yang telah disesuaikan dengan kriteria khusus agar sampel yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Purposive sampling, yang digambarkan dalam Sugiyono (2014), merujuk pada metode pemilihan sampel dengan mempertimbangkan faktor-faktor khusus. Metode ini dipilih karena cocok digunakan dalam konteks penelitian kuantitatif. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang telah menggunakan *E-Money* merupakan populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam panduan "Aturan Praktis untuk Memilih CB-SEM atau PLS-SEM", dijelaskan bahwa ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk PLS-SEM harus setidaknya sama dengan jumlah yang lebih besar dari: (1) 10 kali jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk, atau (2) 10 kali jumlah jalur struktural terbesar yang diarahkan pada konstruk laten tertentu dalam model struktural (Hair, et al. 2011).

Dengan dasar itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70, yang didapatkan dari perkalian antara 7 variabel dengan 10. Namun, dalam studi ini, peneliti akan memanfaatkan 140 sampel untuk mengoptimalkan proses pengolahan data dan mengurangi kemungkinan kesalahan dalam data, sehingga hasilnya menjadi lebih valid.

3.2 SUMBER DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA

Sumber data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini yakni data primer. Informasi utama dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sampel penelitian dengan melakukan survei menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara daring atau *online* menggunakan *google form*. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data ini yaitu skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan alat penilaian untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap individu atau kelompok dengan memberikan rentang nilai. Pada Kuesioner ini terbagi menjadi dua bagian, yakni:

1. Bagian pertama menanyakan informasi pribadi responden yang akan tetap dirahasiakan.
2. Bagian kedua mencakup beberapa indikator untuk menguji variabel penelitian menggunakan skala *Likert*.

Metode pengukuran skala *Likert* yang akan disajikan, dimana responden diminta untuk memberikan nilai dari 1 hingga 6. Nilai-nilai ini mencakup 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (agak setuju), 5 (setuju), dan 6 (sangat setuju), sebagaimana penelitian yang digunakan oleh Aries Andrianto (2020) dalam penelitian tersebut.

3.3 VARIABEL PENELITIAN

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019), variabel independen adalah variabel yang menyebabkan

perubahan atau munculnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat 7 faktor yang berdiri sendiri, yaitu literasi, perilaku niat *e-money*, persepsi risiko, pengaruh sosial, kebiasaan, motivasi hedonis, dan nilai harga.

1. Literasi

Studi Terdahulu yang dilakukan oleh Giriani, P. A., & Susanti (2018), Literasi pengetahuan keuangan yang memadai, fitur layanan yang tersedia, dan kemudahan penggunaan adalah faktor kunci yang mempengaruhi penggunaan *e-money*. Jika seseorang memiliki pemahaman yang cukup tentang keuangan, mereka dapat dengan cepat dan mudah menggunakan *e-money* sesuai dengan fitur layanan yang disediakan oleh penerbitnya. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

KODE ITEM PERTANYAAN

- | | |
|----|---|
| L1 | Saya mampu menggunakan <i>smartphone</i> untuk melakukan transaksi <i>cashless</i> . (Pradini & Susanti, (2021)) |
| L2 | Saya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital yang ada di <i>smartphone</i> . (Pradini & Susanti, (2021)) |
| L3 | Sinyal internet di kota tempat saya tinggal cukup baik sehingga dapat digunakan untuk mengakses aplikasi perbankan digital di <i>smartphone</i> . (Pradini & Susanti, (2021)) |

2. Persepsi Risiko

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfari, M. (2023), Kemajuan teknologi telah memudahkan konsumen untuk berbelanja dengan sistem pembayaran non tunai, yang semula menggunakan transaksi tunai. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, jumlah konsumen pun

meningkat, menjadikan teknologi sebagai elemen kunci dalam sistem pembayaran non tunai. Dari sudut pandang konsumen, keamanan berarti kemampuan untuk melindungi informasi atau data pengguna dari tindakan kejahatan seperti penipuan dan pencurian ketika melakukan transaksi perbankan secara online. Dapat disimpulkan bahwa risiko keamanan dapat menilai tingkat keamanan dan masalah-masalah dalam layanan perbankan. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

- | | |
|-----|---|
| PR1 | Saya hanya mendaftar layanan pembayaran elektronik (<i>e-money</i>) yang memiliki kebijakan privasi.(Burns & Roberts (2013)) |
| PR2 | Saya selalu membaca semua kebijakan privasi layanan aplikasi sebelum memasukkan informasi data pribadi. (Burns & Roberts (2013)) |
| PR3 | Saya selalu memeriksa sertifikasi privasi aplikasi yang akan digunakan di situs web sebelum memberikan informasi data pribadi. (Burns & Roberts (2013)) |

KODE ITEM PERTANYAAN

3. Pengaruh Sosial

Menurut penelitian sebelumnya oleh Venkatesh et al. (2012), *social influence* didefinisikan sebagai kemampuan lingkungan individu untuk mendorong penggunaan teknologi. Variabel ini mencakup indikator seperti orang yang dianggap berpengaruh bagi individu untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*), individu yang mempengaruhi sikap untuk menggunakan *e-money*, dan orang yang dianggap pendapatnya berpengaruh

dalam menyarankan penggunaan *e-money*. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

- | | |
|-----|---|
| PS1 | Saya terpengaruh orang-orang sekitar untuk menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>). (Venkatesh et al. (2012)) |
| PS2 | Saya menganggap bahwa orang - orang menggunakan layanan uang elektronik (<i>e-money</i>) sebagai suatu simbol status. (Venkatesh et al. (2012)) |
| PS3 | Saya lebih memilih menggunakan emoney karena orang-orang yang berada di sekitar saya juga menganjurkan hal tersebut. (Venkatesh et al. (2012)) |

KODE ITEM PERTANYAAN

4. Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis dalam konteks penggunaan teknologi baru dapat diukur melalui seberapa bahagianya seseorang saat menggunakan sistem tersebut. Dalam hal penggunaan uang elektronik, indikatornya meliputi tingkat kepuasan, kesenangan, dan hiburan yang diperoleh dari penggunaan tersebut. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

KODE ITEM PERTANYAAN

- | | |
|-----|---|
| MH1 | Merasa senang saat menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>) (Venkatesh et al. (2000)) |
|-----|---|

MH2	Menikmati menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>) (Venkatesh et al. (2000))
MH3	Menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>) sangat menghibur (Venkatesh et al. (2000))

5. Nilai Harga

Harga atau nilai harga adalah bagaimana seseorang melihat biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan sistem dan mendapatkan manfaat darinya. Studi tentang Nilai harga yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2012) Harga atau nilai harga dapat berpengaruh besar terhadap pemanfaatan teknologi. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

KODE ITEM PERTANYAAN

NH1	Menurut saya, melakukan pembayaran dengan layanan uang elektronik (<i>e-money</i>) tergolong cukup murah. (Venkatesh et al. (2012))
NH2	Pembayaran melalui layanan uang elektronik (<i>e-money</i>) memberikan manfaat yang lebih baik bagi keuangan saya. (Venkatesh et al. (2012))
NH3	Dengan harga saat ini, layanan uang elektronik (<i>e-money</i>) memberikan nilai yang baik. (Venkatesh et al. (2012))

3.3.2 Variabel Intervening

Secara teori, variabel intervening yakni variabel yang berperan dalam mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, tetapi variabel ini tidak bisa diukur atau diamati secara langsung. Dengan

semakin meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*), pengguna cenderung semakin bergantung pada penggunaan *e-money* secara impulsif di masa depan (Venkatesh et al., 2000). Penelitian ini mengukur niat akan penggunaan uang elektronik (*e-money*) pada masa mendatang melalui indikator seperti niat untuk menggunakan *e-money*, penggunaan *e-money* dalam aktivitas sehari-hari, dan rencana penggunaan *e-money* di masa yang akan datang. Perilaku niat dalam menggunakan (*e-money*) adalah variabel intervening yang akan diteliti dalam penelitian ini. Pertanyaan akan dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan.

KODE ITEM PERTANYAAN

- | | |
|------|--|
| PNE1 | Saya mempertimbangkan untuk terus menggunakan sistem pembayaran elektronik (<i>e-money</i>) di masa mendatang. (Venkatesh et al., 2012). |
| PNE2 | Saya berkomitmen untuk menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>) secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. (Venkatesh et al. (2012)). |
| PNE3 | Saya merekomendasikan orang lain untuk terus menggunakan <i>e-money</i> di masa mendatang. (Venkatesh et al. (2012)). |

3.3.3 Variabel Dependen

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi karena keberadaan variabel independen (Nikmatur Ridha, 2017). Variabel terikat, atau yang sering disebut variabel dependen, adalah variabel yang terjadi sebagai hasil atau dipengaruhi oleh keberadaan variabel independen. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2012), Kebiasaan pengguna dipandang sebagai faktor utama dalam penerapan teknologi. Seiring dengan bertambahnya pengalaman

dalam menggunakan teknologi, pengguna mulai mengadopsi teknologi dengan lebih lancar.

KODE ITEM PERTANYAAN

- | | |
|----|---|
| K1 | Menggunakan <i>e-money</i> telah menjadi sebuah kebiasaan bagi saya (Venkatesh et al. (2012)) |
| K2 | Saya merasa harus menggunakan <i>e-money</i> (Venkatesh et al. (2012)) |
| K3 | Saya ketagihan menggunakan <i>e-money</i> (Venkatesh et al. (2012)). |

3.4 METODE ANALISIS DATA

Pada penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif dengan menerapkan Pendekatan *Partial Least Square* Versi ke-4 untuk analisis. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian dengan tujuan eksplorasi. *Partial Least Square* Versi ke-4 merupakan bagian dari teknik *structural equation model* (SEM). PLS-SEM memiliki keunggulan dalam menguji hubungan yang relatif lebih kompleks secara simultan dan mengevaluasi hubungan antar konstruk. PLS-SEM juga memerlukan asumsi yang lebih sedikit dibandingkan dengan model *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) (Latan & Ramli, 2014). Tahapan analisis PLS terdiri dari model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) Imam Ghozali (2006).

3.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan indikator pada masing-masing dalam pengukuran variabel penelitian dan memahami korelasi tiap indikator dengan konstruknya. Terdapat dua metode yang digunakan untuk

uji ini, yaitu uji validitas konvergen dan diskriminan. Dalam uji validitas konvergen, evaluasi dilakukan dengan memeriksa nilai loading factor setiap konstruk. Nilai yang dianggap telah memenuhi uji validitas konvergen adalah jika nilai loading factor lebih dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Tujuan dalam pengujian ini adalah untuk menentukan tingkat akurasi dan konsistensi pengukuran variabel dalam penelitian ini. Parameter yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach's alpha dan composite reliability. Nilai reliabilitas yang dianggap memenuhi syarat adalah sebesar 0,70 untuk *composite reliability*. Jika nilai yang diperoleh melebihi dari 0,70, maka konstruk ini dapat dianggap reliabel dan telah lulus uji reliabilitas (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.2 Model Struktural (Inner Model)

Dalam pengujian inner model, proses yang dilakukan melibatkan penggunaan data yang telah lulus uji validitas dan reliabilitas untuk menguji inner model tersebut. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji inner model dilakukan dengan menghitung koefisien determinasi (*R-Square*) serta *path coefficient*. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kekuatan model dalam penelitian dengan menggunakan *R-square*. Model *goodness-of-fit* digunakan untuk mendapatkan nilai R-square. Nilai R-Square (0.75, 0.50, 0.25) menunjukkan bahwa penelitian dikategorikan sebagai kuat (*strong*), sedang (*medium*), atau lemah (*weak*), dan perhitungan *path coefficient* dilakukan untuk menentukan signifikansi dalam menilai dampak antara konstruk yang ada (Hair, et al. 2011).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini, akan disajikan hasil pengumpulan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dibagikan secara *online* kepada sejumlah responden yang merupakan mahasiswa UII. Jumlah total responden yang mengisi kuesioner adalah 150, dan seluruh data tersebut dianggap telah memenuhi syarat atau kriteria yang ditetapkan.

Table 4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

KETERANGAN	JUMLAH	PRESENTASE
TOTAL KUESIONER YANG TERKUMPUL	149	100%
KUESIONER YANG DAPAT DIOLAH	149	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Dalam penelitian ini, profil responden yang telah menggunakan *e-money* diuraikan melalui beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut mencakup jenis kelamin, fakultas, status sebagai mahasiswa Universitas Islam Indonesia, dan riwayat penggunaan *e-money* sebelumnya.

4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

KETERANGAN	JUMLAH	PRESENTASE
Perempuan	65	43,6%
Laki-Laki	85	56,4%
JUMLAH	149	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas

Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

KETERANGAN FAKULTAS	JUMLAH	PRESENTASI
Bisnis dan Ekonomika	112	75,2%
Hukum	13	8,7%
Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya	7	4,7%
Teknologi Industri	7	4,7%
Ilmu Agama Islam	5	3,4%
Kedokteran	0	0%
Teknik Sipil dan Perencanaan	4	2,6%
Matematika dan Ilmu Pengetahuan	1	0,7%

Alam		
JUMLAH	149	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

4.3. ANALISIS KUANTITATIF

Dalam penelitian ini, penulis menguji hipotesis dengan metode Partial Least Squares (PLS). PLS adalah teknik analisis alternatif yang menggunakan model Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil dalam pengujian menggunakan PLS:

4.3.1 Uji Validitas

Tujuan dari pengujian validitas adalah untuk memastikan bahwa setiap item dalam pertanyaan yang diajukan benar-benar dipahami oleh responden. Tabel berikut menunjukkan hubungan antara masing-masing faktor loading:

Table 4.4 Outers Loadings

VARIABEL	KODE ITEM	LOADING FACTOR
LITERASI	L1	0.521
	L2	0.603
	L3	0.985
PERSEPSI RISIKO	PR1	0.863
	PR2	0.790
	PR3	0.733

PENGARUH SOSIAL	PS1	0.881
	PS2	0.876
	PS3	0.912
MOTIVASI HEDONIS	MH1	0.921
	MH2	0.846
	MH3	0.874
NILAI HARGA	NH1	0.859
	NH2	0.892
	NH3	0.911
PERILAKU NIAT <i>E-MONEY</i>	PNE1	0.823
	PNE2	0.884
	PNE3	0.887
KEBIASAAN	K1	0.854
	K2	0.921
	K3	0.919

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

4.3.2 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini, ditampilkan total nilai reliabilitas komposit dari konstruk secara keseluruhan. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengevaluasi akurasi dan konsistensi konfigurasi. Menurut penelitian yang

dilakukan oleh (Ghozali & Latan, 2015), reliabilitas komposit dianggap layak atau memuaskan jika nilainya melebihi 0,7.

Peterson, R. A., & Kim, Y. (2013), dalam konteks penggunaan Partial Least Squares (PLS), terdapat kecenderungan untuk menganggap bahwa penggunaan composite reliability lebih optimal dalam mengukur reliabilitas daripada penggunaan Cronbach's alpha. Mereka mengemukakan bahwa Cronbach's alpha sering dikritik karena memiliki nilai batas yang cenderung meremehkan reliabilitas sebenarnya.

Table 4. 5 Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	COMPOSITE RELIABILITY
Literasi	0.764	0.761
Persepsi Risiko	0.750	0.839
Pengaruh Sosial	0.869	0.919
Motivasi Hedonis	0.855	0.912
Nilai Harga	0.865	0.918
Perilaku Niat <i>E-Money</i>	0.832	0.899
Kebiasaan	0.880	0.926

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Menurut data yang terdapat dalam tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa nilai uji pada composite reliability melampaui batas minimum 0,70. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, semua indikator yang digunakan dapat dianggap handal.

4.4 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Penelitian ini mengimplementasikan SmartPLS 4 untuk menguji model struktural, hasilnya bisa ditentukan dengan menggunakan nilai R-square (goodness-fit model). Pengaruh antara konstruk penelitian tersebut dapat diketahui dari nilai

path coefficient berdasarkan tingkat signifikansi pengaruh antar konstruk penelitian.

4.4.1 Uji Goodness-Fit Model

Table 4.6 Nilai R-Square

VARIABEL	R-Square
Perilaku Niat <i>E-Money</i>	0.563
Kebiasaan	0.397

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Dalam Tabel 4.6, terdapat penjelasan bahwa nilai R-Square untuk Perilaku Niat *E-Money* adalah 0.560. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi konstruk Literasi, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga mencapai 56%, sedangkan 44% sisanya diperoleh dari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini. Di sisi lain, nilai R-Square untuk Kebiasaan sebesar 0.397, menandakan bahwa sebesar 39,7% dari konstruk Kebiasaan dijelaskan oleh konstruk Perilaku Niat *E-Money*, sementara 60,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

4.4.2 Uji Hipotesis dan Pembahasan

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menguji dampak dari hubungan antar variabel. Hasil pengolahan data dapat dilihat dengan mengamati tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel pada tabel di bawah ini:

Table 4.7 Hasil Path Coefficient

HIPOTESIS	ORIGINAL SAMPLE (O)	T STATISTICS (O/STDEV)	KETERANGAN
LITERASI -> PERILAKU NIAT <i>E-MONEY</i>	0.073	0.926	Tidak didukung
PERSEPSI Risiko -> PERILAKU NIAT <i>E-MONEY</i>	-0.072	0.814	Tidak didukung
PENGARUH	0.183	2.152	Didukung

SOSIAL -> PERILAKU NIAT E-MONEY			
MOTIVASI HEDONIS -> PERILAKU NIAT E-MONEY	0.210	2.170	Didukung
NILAI HARGA - > PERILAKU NIAT E-MONEY	0.442	3.595	Didukung
PERILAKU NIAT E-MONEY -> KEBIASAAN	0.630	9.852	Didukung

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

4.5 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Signifikansi hasil penelitian ditentukan oleh nilai t-statistik yang lebih besar dari nilai t-tabel. Dalam penelitian ini, nilai t-tabel yang digunakan adalah 1,96. Penjelasan mengenai hubungan langsung antara konstruk-konstruk tersebut serta hasil uji hipotesis dan Path Coefficient dapat dilihat pada tabel 4.7 :

1. H1: Literasi Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Pengaruh Literasi terhadap Perilaku Niat *E-Money* telah menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.073. Tetapi pada penelitian ini, nilai t-statistik yang tercantum dalam tabel penelitian adalah 0.926, yang mana lebih rendah dari nilai kritis t-tabel sebesar 1,96 (secara matematis $0.926 < 1,96$). Ini menunjukkan bahwa hasil tersebut dapat dikatakan tidak didukung secara statistik.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi tidak ada dukungan signifikan antara ketertarikan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam menggunakan *e-money*. Ini berarti hipotesis H1 diterima. Kurangnya

pemahaman literasi keuangan menyebabkan mahasiswa Universitas Islam Indonesia tidak menunjukkan ketertarikan yang cukup tinggi untuk menggunakan *e-money*. Keputusan keuangan mereka kemungkinan dipengaruhi oleh kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku, yang semuanya adalah bagian dari literasi keuangan. Temuan ini mendukung pernyataan Nurhaeni, & Soleha, E. (2023) dan Giriani, P. A., & Susanti (2018) bahwa variabel Literasi berpengaruh negatif terhadap minat dalam penggunaan *e-money*.

2. H2: Persepsi Risiko Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat E-Money Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Pengujian hipotesis kedua terkait persepsi risiko terhadap Perilaku Niat *E-Money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia menunjukkan hasil sebagai berikut: nilai sampel asli negatif sebesar -0.072 dan nilai t-statistik sebesar 0.814. Dengan demikian, hipotesis H3 yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin rendah persepsi risiko penggunaan *e-money*, semakin tinggi jumlah mahasiswa yang memutuskan untuk menggunakan *e-money* dalam transaksi keuangan. Risiko keamanan sangat mempengaruhi keputusan penggunaan *e-money*, terutama terkait jaminan keamanan dan perlindungan data pribadi pengguna. Meskipun transaksi keuangan dengan *e-money* menawarkan banyak kemudahan dan kualitas layanan yang baik, tetap ada risiko yang perlu diantisipasi. Oleh karena itu, penyedia jasa *e-money* harus memberikan jaminan keamanan yang baik. Dengan mengurangi risiko dalam penggunaan *e-money*, keputusan untuk menggunakan sistem tersebut akan semakin meningkat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Susanti, N. L., & Dwiana Putra, I. M. (2023). yang menyatakan bahwa semakin rendah

risiko keamanan yang diberikan, semakin tinggi keputusan untuk menggunakan *e-money*.

3. H3 : Pengaruh Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Dari hasil pengujian, didapati t-statistik senilai 2,152 yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif terhadap niat perilaku *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia, karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel, yaitu 2,152 berbanding 1,96. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel bersifat satu arah, yang berarti pengaruh sosial mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam penggunaan *e-money*. Hipotesis mengenai pengaruh sosial yang berdampak positif terhadap minat penggunaan *e-money* diterima (hipotesis 3 didukung).

Pengaruh sosial yang baik dapat mempengaruhi mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam mengambil keputusan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Venkatesh et al. (2000) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif terhadap minat penggunaan teknologi.

4. H4 : Motivasi Hedonis Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Berdasarkan hasil pengujian, didapati hasil nilai t-statistik senilai 2,170 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari t-tabel 1,96. Hal tersebut menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat perilaku *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia (Hipotesis 4 didukung).

Ketika pengguna merasakan manfaat dari teknologi yang mereka gunakan, mereka akan merasa puas. Kepuasan tersebut dapat memperbesar ketertarikan mereka untuk terus menggunakan teknologi itu. Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Venkatesh et al. (2012), yang menyatakan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan teknologi.

5. H5 : Nilai Harga Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Niat *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-statistik sebesar 3,595, yang lebih tinggi dari t-tabel sebesar 1,96, mengindikasikan bahwa nilai harga memiliki dampak positif terhadap niat perilaku *e-money* di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia (Hipotesis 5 didukung).

Untuk memperoleh sesuatu, seseorang harus menukar nilai tertentu. Selain manfaat dari teknologi, nilai dari apa yang dikorbankan atau ditukarkan juga mempengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengguna harus menilai apakah keuntungan yang diperoleh sebanding dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan. Temuan ini sesuai dengan studi sebelumnya oleh Chopdar, P., & Sivakumar, V.J. (2018), yang menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi, khususnya *e-money*.

6. H6: Perilaku Niat *E-Money* Berpengaruh Positif Terhadap Kebiasaan Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Dari hasil pengujian, nilai t-statistik sebesar 9.852 lebih tinggi daripada nilai t-tabel sebesar 1,96, mengindikasikan bahwa perilaku niat *e-money* dalam penggunaan *e-money* memiliki dampak positif terhadap kebiasaan menggunakan *e-money*. Oleh karena itu, hipotesis bahwa perilaku niat *e-money* berpengaruh positif terhadap kebiasaan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (Hipotesis 6 didukung) dapat diterima.

Kebiasaan merujuk pada seberapa sering individu menggunakan suatu teknologi secara rutin. Kebiasaan ini dapat terbentuk ketika pengguna merasa puas dengan teknologi tersebut, sehingga mereka menjadi terbiasa menggunakannya. Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh Evan, I., Winarno, W.W., & Putro, H.P. (2021), yang menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan teknologi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Model teori *UTAUT 2*, yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al., (2012) menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh individu. Model ini mencakup beberapa aspek seperti pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi, serta menambahkan faktor-faktor seperti nilai hedonis, nilai harga, dan kebiasaan untuk lebih memahami perilaku pengguna teknologi dalam konteks yang lebih luas. Berdasarkan masalah yang diuraikan dan teori yang mendasarinya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpotensi mempengaruhi niat penggunaan *e-money* di Universitas Islam Indonesia. Faktor-faktor yang akan diteliti meliputi literasi, persepsi risiko, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga.

Dari hasil pengujian yang dilakukan serta penghitungan analisis statistik dan pengolahan data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Literasi *e-money* dan niat penggunaan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi negatif.
2. Persepsi risiko *e-money* dan niat penggunaan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi negatif.
3. Pengaruh sosial dan niat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi positif.
4. Motivasi hedonis dan niat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi positif.
5. Nilai harga dan niat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi positif.
6. Niat penggunaan *e-money* dan kebiasaan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki korelasi positif.

5.2. KETERBATASAN PENELITIAN

Selama menjalankan penelitian ini, peneliti sangat menyadari adanya berbagai kesulitan dan keterbatasan yang dihadapi, yang mungkin berdampak pada hasil penelitian. Beberapa keterbatasan yang dirasakan peneliti selama proses penelitian adalah :

1. Penelitian ini hanya melibatkan 149 responden dari Universitas Islam Indonesia (UII). Jumlah ini mungkin tidak cukup representatif untuk menggambarkan perilaku seluruh mahasiswa di UII, apalagi mahasiswa dari universitas lain atau populasi yang lebih luas.
2. Data dikumpulkan melalui kuesioner online. Metode ini bisa memiliki keterbatasan seperti kurangnya responden yang tidak aktif atau tidak memiliki akses internet yang memadai. Selain itu, tanggapan yang diberikan secara online mungkin tidak seakurat pengumpulan data secara langsung.
3. Mayoritas responden berasal dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika (75,2%), sehingga hasil penelitian ini mungkin lebih mencerminkan pandangan mahasiswa dari fakultas tersebut dan kurang mewakili pandangan dari fakultas lain yang jumlah respondennya lebih sedikit.
4. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia saja. Hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke populasi mahasiswa di universitas lain atau di wilayah geografis yang berbeda.
5. Tidak ada responden yang berasal dari Fakultas Kedokteran. Hal ini membuat data yang dikumpulkan tidak lengkap untuk seluruh fakultas yang ada di UII, dan hasil penelitian mungkin kurang relevan untuk mahasiswa dari fakultas tersebut.
6. Keterbatasan peneliti dalam menjalankan penelitian mencakup aspek waktu dan pengetahuan yang dimiliki.

5.3. SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh, kesimpulan, serta keterbatasan yang dihadapi selama penelitian ini, peneliti dapat menyarankan beberapa hal untuk penelitian mendatang, yaitu:

1. Pada hipotesis kedua menunjukkan arah hubungan negatif dan tidak signifikan, hipotesis perlu ditinjau kembali. Hipotesis dapat diformulasikan ulang berdasarkan temuan ini, misalnya menjadi "Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan *e-money*."

2. Meningkatkan ukuran sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif. Ukuran sampel yang lebih besar dapat meningkatkan kekuatan statistik dan mungkin mengungkap hubungan yang lebih jelas.
3. Dalam penelitian ini penulis hanya melibatkan mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia (UII). Penelitian selanjutnya bisa melibatkan mahasiswa dari berbagai universitas lain di Indonesia untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.
4. Selain variabel yang telah diteliti, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi penggunaan *e-money*, seperti pengaruh keluarga, peer influence, kesadaran akan teknologi, dan ketersediaan infrastruktur.
5. Penelitian berikutnya dapat membandingkan penggunaan *e-money* dengan sistem pembayaran lain, seperti kartu kredit, debit, atau aplikasi pembayaran lainnya, untuk melihat keunggulan dan kelemahan masing-masing sistem.
6. Diharapkan penelitian berikutnya dapat mengoptimalkan waktu penelitian dan menghasilkan hasil yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of *e-money* in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap keputusan Penggunaan aplikasi Pembayaran digital (E-WALLET). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>
- Alowayr, A. (2021). Determinants of Mobile Learning Adoption: Extending the unified theory of acceptance and use of technology (utaut). *The International Journal of Information and Learning Technology*, 39(1), 1–12. <https://doi.org/10.1108/ijilt-05-2021-0070>
- Anggraini, E. L., & Rachmawati, I. (2019). Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia). *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(3), 168–175. www.ijared.com
- Anjelina, A. (2018) ‘Persepsi Konsumen Pada Penggunaan *E-MONEY*’, *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(2), pp. 219–231. doi:10.30871/jama.v2i2.934.
- Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan *E-Money* Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- Aries Andrianto, “Faktor yang Memengaruhi Behavior Intention untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25, no. 2 (2020): 111–122.
- Azniza, M., & Meyla, D. N. (2023). Pengaruh FITUR Layanan Dan Sistem informasi Akuntansi TERHADAP penggunaan financial technology pada aplikasi Dompot digital (Studi Empiris Pada Mahasiswa akuntansi universitas ekasakti). *EKASAKTI PARESO JURNAL AKUNTANSI*, 1(2), 104–111.

- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi* 17.
- Bank Indonesia. (2020). *Apa itu Uang Elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- BINUS. (2020). Mengenal UTAUT2 sebagai Salah Satu Technology Acceptance. BINUS. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/20/mengenal-utaut2-sebagai-salah-satu-technology-acceptance/>
- Burns, S., & Roberts, L. (2013). Applying the Theory of Planned Behaviour to predicting online safety behaviour. *Crime Prevention and Community Safety*, 65 15(1), 48–64. <https://doi.org/10.1057/cpcs.2012.13>
- Chopdar, Prasanta & Korfiatis, Nikos & Sivakumar, V.J. & Lytras, Miltiadis. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior*. Forthcoming. 10.1016/j.chb.2018.04.017.
- Daliyah , R., & Patrikha, F. D. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMSI PENGGUNA APLIKASI *E-MONEY* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1–7.
- Diva Shafitri, & M Taufiq. (2022). Analisis perbedaan Penggunaan transaksi Tunai Dan Non Tunai (*E-money*) Pada Mahasiswa UPN “veteran” Jawa Timur. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 215–222. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.380>
- Faridhal, M. (2019). Analisis transaksi pembayaran nontunai melalui e-wallet: Perspektif dari modifikasi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1-17.
- Faspay. (2023). Mengenal Apa Itu E Payment dan Perkembangannya di Indonesia. Faspay. <https://faspay.co.id/id/mengenal-e-payment-dan-perkembangannya-di-indonesia/>

- Hengky Latan; Imam Ghozali. (2012). Partial least squares : konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris / Hengky Latan, Imam Ghozali. Semarang :: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jasri, J., Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, & Sitti Hajerah. (2021, June 1). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI. *MANAJEMEN*, 1(1), 110–115.
- Joe F.Hair, Christian M. Ringle, M. S. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross environment perspective. *Information and Management*, 48(8), 393–403. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.09.006>
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. 2014. "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature*, 52 (1): 5-44.
- Mason, Carolynne & Wilson, Richard. (2000). Conceptualising Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*. 39.
- Mayanti, R. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN USER TERHADAP PENERAPAN QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN PADA DOMPET DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Volume 25 No. 2.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 1.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan Dan kepercayaan terhadap minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Linkaja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928.

- Nurhaeni, & Soleha, E. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompet Digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/DOI: 10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN E-WALLET TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA STIE INDONESIA PONTIANAK. *JURNAL EKONOMI INTEGRA*, 13(1), 1–12.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA, BNI, BRI.E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, [S.l.], p. 859-872, oct. 2021. ISSN 2337-3067.
- Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2020). Understanding the Generation Z Behavior on D- Learning : A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach. 20–33
- Purnama, N.I., Andi Prayogi, M.A., & Arif. M. (2022). Pengukuran Kepercayaan dan Minat Dalam Menggunakan *E-money*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 146-161
- Rodiah, S., & Melati, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 1(2), 66-80. doi:10.31331/jeee.v1i2.1293
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *Journal.feb.unmul.ac.id*.
- Seyima. (2020). Pengertian literasi Menurut Para Ahli, Tujuan, Manfaat, Jenis dan Prinsip. Seyima.

<https://sevima.com/pengertian-literasi-menurut-para-ahli-tujuan-manfaat-jenis-dan-prinsip/>

- Susanti, N. L., & Dwiana Putra, I. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, Dan Risiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-WALLET Dalam transaksi keuangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i03.p05>
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tamilmani, K., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: A Meta-Analytic Evaluation of UTAUT2. *Information Systems Frontiers*, 23(4), 987–1005. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10007-6>
- Taufiqurahman, T. R. (2023). Menjadi Pribadi Yang Proaktif. KEMENKEU. <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/kebiasaan-1-menjadi-pribadi-yang-proaktif-98d0379a/detail/>
- Tumpal Manik. (2019). Analisis Pengaruh transaksi Digitalisasi Uang Elektronik TERHADAP cashless society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemodarasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2), 27–40.
- Usman, R. (2017). KARAKTERISTIK UANG ELEKTRONIK DALAM SISTEM PEMBAYARAN. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., James Y.L, T., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

- Widayat, W. (2020). *E-money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. Journal of open innovation : technology, market, and complexity*, 6(3/57),
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *NominaL*, Vol 6, No 1.

LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Fahri Bagus Pratama mahasiswa jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang tugas akhir (Skripsi) yang berjudul :

"Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *E-Money* di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia"

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur sejauh mana masing-masing faktor tersebut mempengaruhi minat mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam menggunakan *e-money*. Dengan memahami pengaruh relatif dari setiap faktor, dapat ditentukan faktor mana yang paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan saudara/i, saya mohon ketersediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Diharapkan dapat mengisi setiap poin pertanyaan sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya. Kuesioner ini dibuat untuk kepentingan penyelesaian Tugas Akhir saya, maka seluruh data dan informasi responden akan dijaga kerahasiaannya.

Atas kesediaan waktu dan kerja sama saudara/i, saya ucapkan Terimakasih.
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Hormat saya,

Fahri Bagus Pratama

INFORMASI RESPONDEN

Segala informasi dan data yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Nama:

Jurusan:

Jenis Kelamin: ☐ Laki - Laki ☐ Perempuan

Fakultas: ☐ FBE ☐ FH ☐ FPISB ☐ FTI ☐ FTSP

☐ FK ☐ FIAI ☐ FMIPA
 Angkatan: ☐ 2018 ☐ 2019 ☐ 2020
 ☐ 2021 ☐ 2022 ☐ 2023

PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dapat mengisi salah satu rentang jawaban pada kotak yang tersedia dan paling mewakili pendapat Anda, dengan petunjuk pengisian sebagai berikut:

- 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)

LITERASI

Literasi pengetahuan keuangan yang memadai, fitur layanan yang tersedia, dan kemudahan penggunaan adalah faktor kunci dalam meningkatkan adopsi layanan keuangan digital. Dengan pemahaman keuangan yang baik, pengguna dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan dengan lebih efektif. Kemudahan penggunaan juga memastikan bahwa layanan keuangan digital dapat diakses dan digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga mendukung inklusi keuangan dan meningkatkan kesejahteraan finansial secara keseluruhan.

Saya mampu menggunakan smartphone untuk melakukan transaksi cashless.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital yang ada di smartphone.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Sinyal internet di kota tempat saya tinggal cukup baik sehingga dapat digunakan untuk mengakses aplikasi perbankan digital di smartphone.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

PERSEPSI RISIKO

Dari sudut pandang konsumen, keamanan berarti kemampuan untuk melindungi informasi atau data pengguna dari tindakan kejahatan seperti penipuan dan pencurian ketika melakukan transaksi perbankan secara online. Dapat disimpulkan bahwa resiko keamanan dapat menilai tingkat keamanan dan masalah-masalah dalam layanan perbankan.

Saya hanya mendaftar layanan pembayaran elektronik (*e-money*) yang memiliki kebijakan privasi.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya selalu membaca semua kebijakan privasi layanan aplikasi sebelum memasukkan informasi data pribadi.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya selalu memeriksa sertifikasi privasi aplikasi yang akan digunakan di situs web sebelum memberikan informasi data pribadi.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

PENGARUH SOSIAL

Pengaruh sosial keuangan adalah dampak yang dihasilkan dari interaksi sosial dan hubungan antar individu terhadap keputusan dan perilaku keuangan seseorang. Misalnya, jika seseorang melihat teman-temannya menggunakan *e-money*, mereka mungkin lebih terdorong untuk mencoba teknologi tersebut. Faktor-faktor seperti dukungan sosial, persetujuan, atau tekanan dari lingkungan sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk keputusan keuangan individu.

Saya terpengaruh orang-orang sekitar untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*).

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya menganggap bahwa orang - orang menggunakan layanan uang elektronik (*e-money*) sebagai suatu simbol status.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya lebih memilih menggunakan emoney karena orang-orang yang berada di sekitar saya juga menganjurkan hal tersebut.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

MOTIVASI HEDONIS

Motivasi hedonis dalam konteks penggunaan teknologi baru dapat diukur melalui seberapa bahagianya seseorang saat menggunakan sistem tersebut.

Merasa senang saat menggunakan uang elektronik (*e-money*)

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Menikmati menggunakan uang elektronik (*e-money*)

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Menggunakan uang elektronik (*e-money*) sangat menghibur

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

NILAI HARGA

Harga atau nilai harga adalah bagaimana seseorang melihat biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan sistem dan mendapatkan manfaat darinya. Nilai harga membantu dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak, untuk mencapai tujuan ekonomi yang diinginkan.

Menurut saya, melakukan pembayaran dengan layanan uang elektronik (*e-money*) tergolong cukup murah.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Pembayaran melalui layanan uang elektronik (*e-money*) memberikan manfaat yang lebih baik bagi keuangan saya.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Dengan harga saat ini, layanan uang elektronik (*e-money*) memberikan nilai yang baik.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

PERILAKU NIAT *E-MONEY*

Perilaku niat penggunaan *e-money* merujuk pada kecenderungan individu untuk memilih dan berkomitmen menggunakan uang elektronik dalam transaksi keuangan sehari-hari. Ini mencakup sikap positif terhadap kemudahan, keamanan, dan efisiensi yang ditawarkan oleh *e-money*. Niat untuk menggunakan *e-money* dapat dianggap sebagai prediktor penting dalam menentukan adopsi aktual teknologi pembayaran digital.

Saya mempertimbangkan untuk terus menggunakan sistem pembayaran elektronik (*e-money*) di masa mendatang.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya berkomitmen untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*) secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya merekomendasikan orang lain untuk terus menggunakan *e-money* di masa mendatang.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

KEBIASAAN

Kebiasaan menggunakan *e-money* merujuk pada pola penggunaan uang elektronik secara rutin dan berulang dalam berbagai transaksi sehari-hari. Kebiasaan pengguna dipandang sebagai faktor utama dalam penerapan teknologi. Seiring dengan bertambahnya pengalaman dalam menggunakan teknologi, pengguna mulai mengadopsi teknologi dengan lebih lancar.

Menggunakan *e-money* telah menjadi sebuah kebiasaan bagi saya.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya merasa harus menggunakan *e-money*.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Saya ketagihan menggunakan *e-money*.

	1	2	3	4	5	6	
Sangat Tidak Setuju (STS)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju (SS)

Lampiran 2 Data Kuesioner yang telah Diterima

KETERANGAN	JUMLAH
TOTAL KUESIONER YANG TERKUMPUL	149
KUESIONER YANG DAPAT DIOLAH	149
KETERANGAN	JUMLAH

Lampiran 3 Tabulasi Data

L 1	L 2	L 3	PR 1	PR 2	PR 3	PS 1	PS 2	PS 3	MH 1	MH 2	MH 3	NH 1	NH 2	NH 3	PNE 1	PNE 2	PNE 3	K 1	K 2	K 3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
6	6	5	6	4	4	5	3	4	6	6	4	5	3	4	5	6	5	6	4	5
6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	1	6	6	6	6	1	6	6	1	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5
6	6	6	6	5	6	5	4	5	6	6	6	4	4	5	6	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	3	1	1	1	6	1	1	2	2	6	6	5	6	6	6
6	6	6	6	3	2	4	2	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	6	6	6	4	4	5	6	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	6	6	3	5	6	3	3	4	6	6	5	3	5	5	5	5	5	6	5	6
6	6	6	6	5	3	5	5	6	6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	1	4	6	5	4	2	2	2	3	1	2	4	5	4	3	3	4	3	4
6	6	6	6	6	6	4	3	3	5	6	6	5	3	5	6	2	4	6	3	5
6	6	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5
6	6	6	6	6	5	4	5	1	2	2	1	1	1	2	3	3	3	2	1	1
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	3	3	4	2	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

6	6	6	6	3	6	4	1	4	6	6	6	6	4	6	6	6	6	4	1	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	6	5	5	6	4	4	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	4	5
6	6	6	6	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	6	5	5	6	4	4	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	2	4
6	6	5	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4
6	6	6	6	4	5	6	1	3	6	6	3	6	3	4	6	6	6	6	4	4
6	6	6	6	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	2	5	4
6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
5	6	5	5	5	4	5	4	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	3
6	6	6	5	5	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	5	3	3	4	3	4	2	3	2	2	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5
5	6	5	6	6	6	2	1	4	3	5	4	2	3	3	5	5	4	5	4	5
6	6	6	6	6	6	3	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	4	3	3	4	3	1	6	6	4	3	3	3	4	4	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	3	3	3	6	6	6	4	6	6	5	5	5	6	6	6
6	6	5	6	6	3	2	1	2	3	3	3	1	4	3	2	2	3	5	2	3
6	6	6	6	4	5	6	4	4	5	6	4	5	6	6	6	5	6	6	6	6

6	6	6	4	6	6	4	5	5	5	6	5	4	2	5	6	3	6	5	4	4
6	5	6	5	4	6	6	2	2	6	6	6	3	6	6	5	5	4	6	4	6
6	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	4	5
6	6	5	6	6	6	5	3	5	6	6	5	5	5	5	5	4	5	6	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6
6	6	5	4	3	4	6	4	5	5	5	4	6	4	5	6	6	6	6	5	4
6	6	6	6	6	6	1	2	3	5	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
6	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5
6	6	5	6	6	6	4	3	4	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6
6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5
6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	6	5	5
6	6	6	6	3	5	1	3	3	6	6	4	3	5	5	5	5	3	6	5	5
6	6	3	4	4	6	5	2	5	6	6	3	4	6	6	5	3	4	5	1	1
6	6	6	6	4	4	5	1	2	6	6	5	5	3	5	5	6	6	6	5	6
6	6	6	5	5	5	3	2	4	5	5	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5

6	6	6	6	5	4	6	4	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	1	1	5	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	2	4	5	5	4	6	4	4	5	3	4	3	3
6	6	6	5	3	3	3	1	3	4	6	4	5	5	5	5	4	5	4	3
6	6	6	6	3	3	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	4	5	6	5
6	6	6	6	6	6	1	1	1	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	6	3
6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	6	6	6	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2
6	6	6	6	6	5	6	1	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	2	3	6	6	3	3	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	5	5	5	5	4	5	4	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
5	5	5	6	5	6	6	6	6	4	5	4	6	4	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	6	5	5	4	4	5	5	5	6	6	5	4	4	5	5	6
5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
6	5	5	6	5	4	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

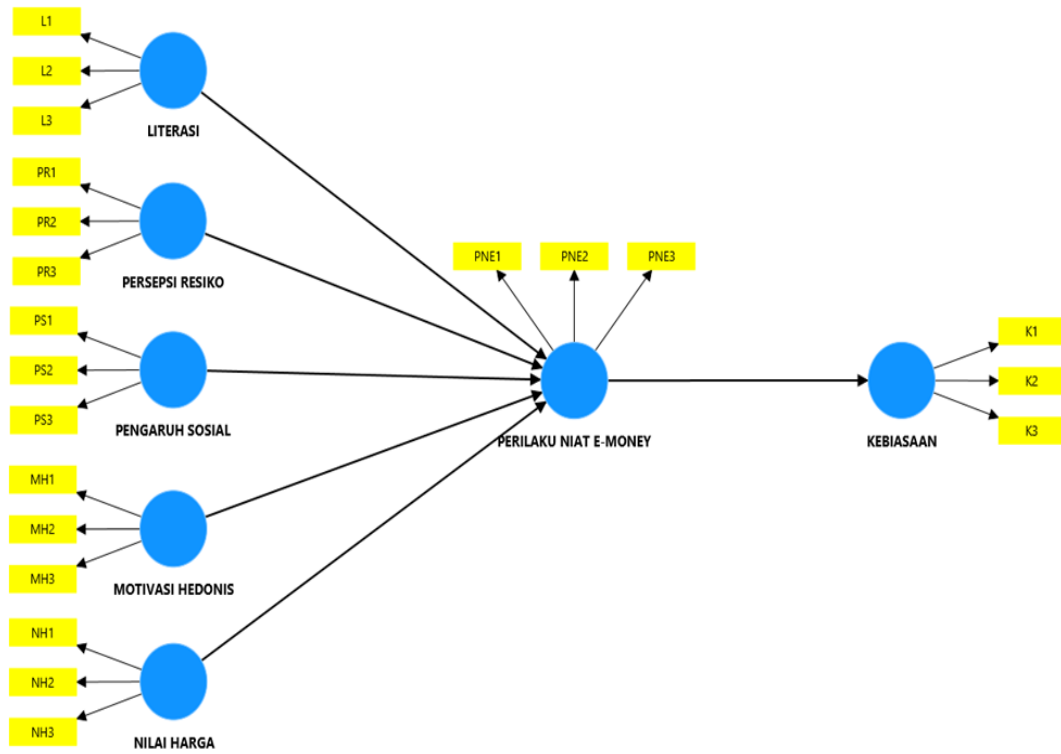
5	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2
6	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6
5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6
6	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5
5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6
6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	5	4	4	2	2	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	2	1
5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	5	2	3	3	4	5	4	5	5	2	2
6	6	6	6	6	6	6	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	5	6	1	1	3	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6
5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5	4	5	5	5
5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5
5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	6	5	6	5	4	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	4	5
5	5	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
4	4	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4	6	3	3	4	4	3	3	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
6	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	5
5	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5
6	6	5	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	4	5	6	6	5	6
6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5
5	5	4	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	4	4
5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6
5	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	5

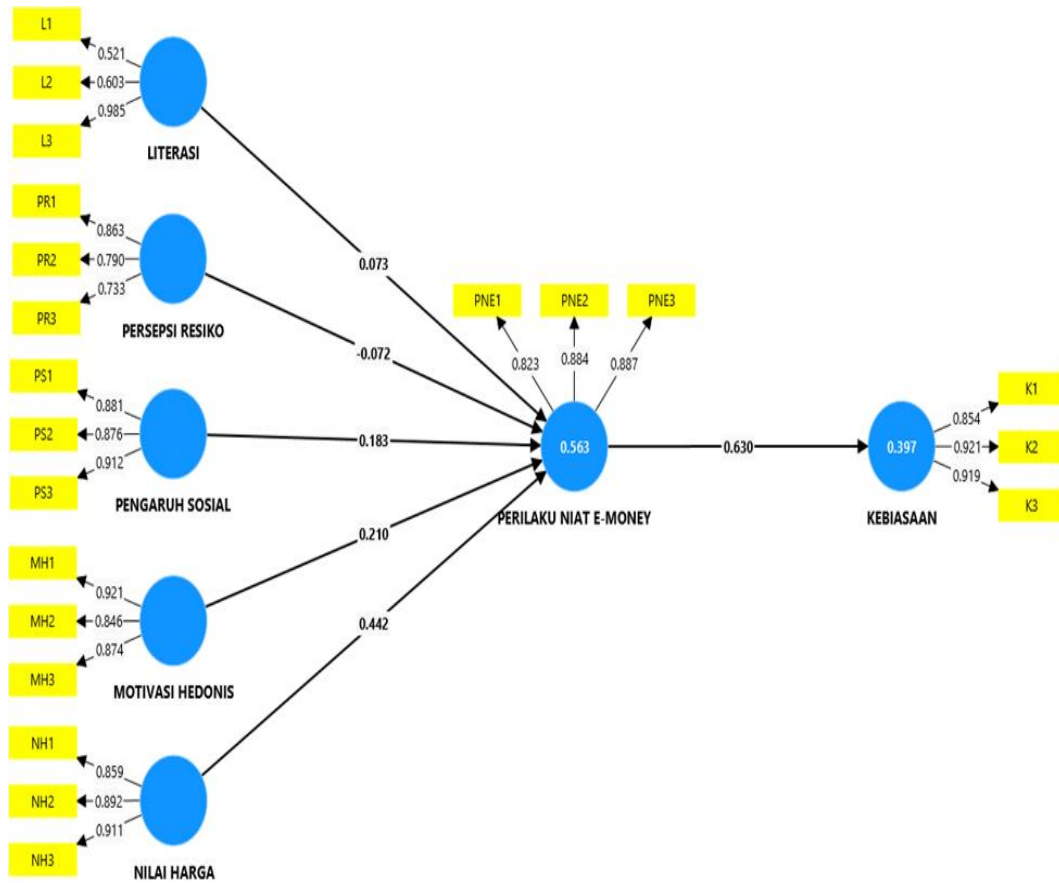
6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	4	4
6	5	5	6	5	6	5	5	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5
5	5	5	6	5	5	6	5	5	4	4	4	4	4	4	6	5	6	5	4	5
6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5
5	5	4	4	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	5	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5	4	6	6	6	5
5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
5	4	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	5	5
6	6	6	6	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5
5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6
6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	6	6	5	4	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	4	4	4

6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	4	4	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

Lampiran 4 Pengujian Data



Lampiran 5 Hasil Pengujian Data Uji Validitas



Outer Loading

	<i>KEBIASAAN</i>	<i>LITERASI</i>	<i>MOTIVASI HEDONIS</i>	<i>NILAI HARGA</i>	<i>PENGARUH SOSIAL</i>	<i>PERILAKU NIAT E- MONEY</i>	<i>PERSEPSI RISIKO</i>
K1	0.854						
K2	0.921						
K3	0.919						
L1		0.521					
L2		0.603					
L3		0.985					
MH1			0.921				
MH2			0.846				
MH3			0.874				
NH1				0.859			
NH2				0.892			
NH3				0.911			
PNE1						0.823	
PNE2						0.884	
PNE3						0.887	
PR1							0.863
PR2							0.790
PR3							0.733
PS1					0.881		
PS2					0.876		
PS3					0.912		

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

QUALITY CRITERIA

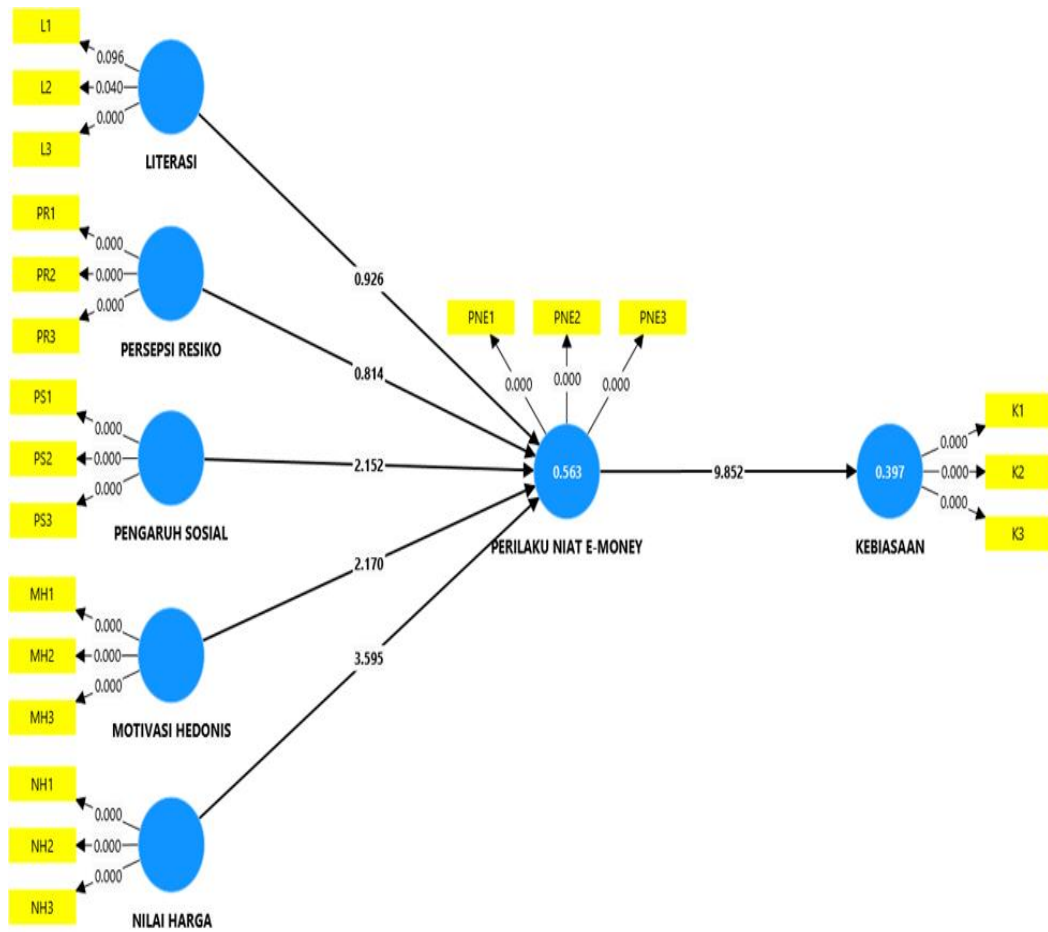
CONSTRUCT RELIABILITY AND VALIDITY

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
KEBIASAAN	0.880	0.886	0.926	0.807
LITERASI	0.764	2.761	0.761	0.535
MOTIVASI HEDONIS	0.855	0.854	0.912	0.776
NILAI HARGA	0.865	0.867	0.918	0.788
PENGARUH SOSIAL	0.869	0.879	0.919	0.792
PERILAKU NIAT E-MONEY	0.832	0.840	0.899	0.748
PERSEPSI RISIKO	0.750	0.885	0.839	0.635

Lampiran 7 Uji Hipotesis

BOOTSTRAPPING

PATH COEFFICIENT



	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
LITERASI -> PERILAKU NIAT E-MONEY	0.073	0.069	0.079	0.926	0.355
MOTIVASI HEDONIS -> PERILAKU NIAT E-MONEY	0.210	0.226	0.097	2.170	0.030
NILAI HARGA - > PERILAKU NIAT E-MONEY	0.442	0.429	0.123	3.595	0.000
PENGARUH SOSIAL -> PERILAKU NIAT E-MONEY	0.183	0.179	0.085	2.152	0.031
PERILAKU NIAT E-MONEY -> KEBIASAAN	0.630	0.632	0.064	9.852	0.000
PERSEPSI RESIKO -> PERILAKU NIAT E-MONEY	-0.072	-0.052	0.088	0.814	0.415