PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY*

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)

SKRIPSI

Oleh:

Nama: Fantry Wijayanti

No. Mahasiswa: 13312144

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY*

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama: Fantry Wijayanti

No. Mahasiswa: 13312144

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 6 Juni 2017

Penulis



Fantry Wijayanti

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY*

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Fantry Wijayanti

NIM : 13312144

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 6 / Juni / 2017

Dosen Pembimbing

Yuni Nustini Dra. MAFIS.,Ak., CA., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Disusun Oleh : **FANTRY WIJAYANTI**

Nomor Mahasiswa : **13312144**

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

Pada hari Rabu, tanggal: 12 Juli 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D. .....

Penguji : Marfuah, Dra.,M.Si.,Ak,Cert.SAP. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Motto

"Ya Allah Tuhan kami, lapangkanlah dadaku, mudahkanlah urusanku, lepaskanlah ikatan lisanku, agar mereka paham ucapanku"

(QS.Thoha : 25-28)

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum (golongan) kecuali kaum (golongan) itu sendiri yang mengubahnya."

(Qs. Ar-Ra'du: 11)

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh yang lain. Dan hanya kepada Allah-lah hendaknya kamu berharap."

(Q.S. Al Insyiroh 5-8)

"Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke syurga."

(H.R Muslim)

"Trau lieber deiner Kraft als deinem Glück"

(Publilius Syrus)

"Was wir heute tun, entscheidet darüber, wie die Welt von Morgen aussieht."

(*Marie von Ebner-Eschenbach*)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini ku persembahkan untuk :

Mamaku tercinta Etik Budiarti, Papaku tercinta S.Budi Santoso

Kakakku Yuke Riana Putri dan Adikku Poppy Amelia Mayorzi

serta keluarga besar dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikanku motivasi

serta doa dan telah membuat hari-hariku berwarna selama ini,

Spesial untuk diriku, sebagai penghargaan atas hasil dari

proses yang telah kulewati selama ini.

Semoga karya kecil ini menjadi langkah awal untuk dapat membuat kalian

bangga.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi besar kita Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Atas berkat Rahmat Allah dan KebesaranNya penulis Akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)".** Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Islam Indonesia.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari apa yang telah disajikan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu bimbingan, saran serta pengarahan dari semua pihak sangat penulis harapkan demi tercapainya penulisan yang terbaik. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Tuhan semesta Alam yang selalu memberikan petunjuk, ridho, dan kasih sayang yang tiada terkira kepada setiap hamba-Nya.

2. Nabi Muhammad *Shalallahu alaihi wa sallam*, shalawat dan salam semoga tetap terlatun bagi kekasih-Nya.
3. Papaku tercinta S. Budi Santoso dan Mamaku tercinta Etik Budiarti yang selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga, kepercayaan, motivasi, untaian doa yang tidak pernah ada habisnya. Akan selalu menjadi inspirasi terbaik bagiku untuk melangkah maju dan mewujudkan impian. Terima kasih untuk semuanya, tiada kata yang mampu putrimu sampaikan untuk semua yang telah kalian berikan. *Sie sind die besten Eltern der Welt.*
4. Kakakku tercinta Yuke Riana Putri S.ked dan adikku tercinta Poppy Amelia Mayorzi yang selalu mengisi hari-hariku, saling berbagi dan memberikan motivasi. *Sie sind die beste Schwester der Welt.*
5. Ibu Yuni Nustini Dra. MAFIS., Ak.,CA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan kesabaran dan keceriaannya telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan banyak ilmu, bimbingan, nasehat, motivasi, dan semangat kepada penulis hingga selesainya tugas akhir ini. Menjadi dosen sekaligus ibu yang selalu sabar dan dapat memahami berbagai macam sifat anak-anaknya serta menuntun anak-anaknya mencapai keberhasilan.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar peneliti untuk menyusun skripsi ini.
7. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

8. Sahabat seperjuangan di Fakultas Ekonomi dari semester dua sampai saat ini, Nina, Aini, Noveana, Fadilah dan Adila Faza. Terimakasih atas segala keceriaan, semangat, nasehat, motivasi dan doa yang kalian berikan.
9. Kakak-kakak angkatan yang baik hati yang selalu memberikan aku motivasi, saran dan semangat Nourma, Nia, Uki.
10. Sahabat seperjuangan dari semester 1 sampai sekarang Ahlia, Julita, Oneng, Mifta, Gizsa, Eva, Sherena, Azda, Agny.
11. Teman-teman KKN unit 61 Oki Kustiwa, Romi Arief Muhammad, Hasian Siregar, Harri Trisnapati, Nadia Dessifa, Dwi Putri Kartika, Nevia Yulfa terimakasih telah memberikan pengalaman berharga selama 1 bulan. Semoga Allah memberikan kelancaran bagi kita semua.
12. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 6 Juni 2017

Penulis,

Fantry Wijayanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul ..... *ii*

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme ..... *iii*

Halaman Pengesahan ..... *iv*

Halaman Berita Acara Ujian Skripsi ..... *v*

Halaman Motto ..... *vi*

Halaman Persembahan ..... *vii*

Kata Pengantar ..... *viii*

Daftar Isi ..... *xi*

Daftar Tabel ..... *xiv*

Daftar Gambar ..... *xv*

Daftar Lampiran ..... *xvi*

Abstrak ..... *xvii*

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

1.5 Sistematika Penulisan 11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Definisi *E-Money* 13

2.1.2 *Theory Acceptance Model* (TAM).....15
2.1.3 Definisi Minat.....17
2.1.4 Persepsi Manfaat.....18
2.1.5 Persepsi Kemudahan.....19
2.1.6 Kepercayaan..... 20
2.1.7 Persepsi Resiko..... 21
2.2 Penelitian Terdahulu.....22
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....24
2.3.1 Persepsi Manfaat dan Minat 24
2.3.2 Persepsi Kemudahan dan Minat 25
2.3.3 Kepercayaan dan Minat.....26
2.3.4 Persepsi Resiko dan Minat..... 27
2.4 Kerangka Konseptual 28
BAB III : METODE PENELITIAN
3.1 Populasi & Sampel 29
3.2 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....30
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....31
3.3.1 Variabel Independen.....32
3.3.2 Variabel Dependen 34
3.4 Metode Analisis Data 38
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....38
3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas..... 38
3.4.3 Uji Asumsi Klasik 39

3.4.4 Analisis Regresi Berganda.....41

3.4.5 Pengujian Hipotesis.....…….. 42

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data..... 44

4.2 Karakteristik Responden..... 45

4.3 Statistik Deskriptif..... 47

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas..... 50

4.5 Uji Asumsi Klasik..... 53

4.5.1 Uji Normalitas..... 53

4.5.2 Uji Multikolinearitas..... 53

4.5.3 Uji Heterokedastisitas..... 54

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda..... 57

4.7 Pengujian Hipotesis..... 59

4.7.1 Uji T..... 59

4.7.2 Koefisien Determinasi (R2)..... 61

4.8 Pembahasan..... 62

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....67

5.2 Keterbatasan Penelitian.....68

5.3 Saran.....69

DAFTAR PUSTAKA.....70

LAMPIRAN.....74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Transaksi *E-Money* 7

Tabel 2.1 Tabel Jenis Uang Elektronik 14

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 22

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan dan Sumbernya 35

Tabel 4.1 Penyebaran dan Tingkat Pengembalian Kuisioner 44

Tabel 4.2 Prosentase Jenjang Pendidikan 45

Tabel 4.3 Prosentase Fakultas Responden 46

Tabel 4.4 Prosentase Berdasarkan Jenis *E-Money* 47

Tabel 4.5 Tabel Statistik Deskritif 48

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 51

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 52

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas 53

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas 54

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas 55

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Transaksi Uang Elektronik 7

Gambar 2.1 Model TAM.....16

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner 74

Lampiran 2 Tabel Tabulasi 79

Lampiran 3 Statistik Deskritif.....109

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....111

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik 117

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi 118

ABSTRACT

This study aims to analyse and provide empirical evidence about the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust and perceived risk to intention to using e-money. The population in this study is student of Islamic University of Indonesia. The sampling method used is purposive sampling and the sample consists of 180 students. This study usesmultiple linear regression for data analysis.

The results of this study are:(1) perceived usefulness has a positive significant influence on student's intention to using e-money, (2) perceived ease of use has has a positive significant influence on student's intention to using e-money, (3) trust has a positive significant influence on student's intention to using e-money, and (4) perceived risk has negative significant influence on student's intention to using e-money,.

***Keywords**: perceived usefulness, perceived ease of use, trust, perceived risk,intention to using e-money, student.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam I ndonesia. Metode pengambilan sampel penelitian sejumlah 180 mahasiswa menggunakan metode *purposive sampling*.Teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, (2) Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, (3) Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, dan (4) Persepsi resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*

Kata Kunci:. persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi resiko, minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*, mahasiswa.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini begitu pesat sehingga hampir setiap aktivitas manusia tidak bisa dilepaskan dari teknologi. Dalam kondisi ini maka pemanfaatan atas semua piranti yang berbasis teknologi menjadi semacam *lifestyle* dan juga *workstyle* karena hampir semua pekerjaan yang ada juga menuntut aplikasi teknologi tinggi. Untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut bank-bank saat ini melakukan berbagai inovasi melalui teknologi modern untuk memberikan pelayanan terbaik. Inovasi-inovasi perbankan salah satunya tentu saja berupa produk yang diharapkan menarik perhatian nasabah untuk menggunakannya. Salah satu inovasi yang dikembangkan perbankan adalah dalam hal pembayaran. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia.

Pembayaran elektronis yang telah dikenal dan sudah ada di Indonesia saat ini antara lain kartu kredit dan kartu debit/ATM. Meskipun teknologi yang digunakan berbeda-beda, seluruh pembayaran elektronis tersebut selalu terkait langsung dengan rekening nasabah bank yang menggunakannya. Dalam hal ini setiap instruksi pembayaran yang dilakukan nasabah, baik melalui kartu kredit maupun kartu debit/ATM, selalu melalui proses otorisasi dan akan dibebankan langsung ke dalam rekening nasabah tersebut. Di beberapa negara telah mulai dikembangkan produk teknologi *Electronic Money* (*e-money*) dimana menurut

Bank for International Settlements (1996) mendefinisikan *e-money* sebagai produk *stored-value* atau *prepaid card* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan secara elektronis dalam suatu peralatan elektronis. Manfaat dari penggunaan *e-money* itu sendiri antara lain transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, lebih aman, memudahkan akses ke electronic commerce, dan mendorong personalisasi yang lebih baik dari layanan perbankan. Pemilik *e-money* tersebut tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi juga dapat diminimalisir. Selain itu, nasabah dapat melakukan isi ulang kedalam kartu *e-money* dari rumah melalui saluran telepon, sehingga mereka tidak perlu mengambil tambahan uang tunai melalui ATM. Karena dinilai memiliki banyak manfaat, Bank Indonesia (BI) pun pada tahun 2015 semakin gencar melakukan sosialisasi transaksi e-money (Abdullah, 2015).

Secara umum perbedaan karakteristik antara *e-money* dengan kartu debet dan kartu kredit adalah:

1. *Prepaid Product (E- Money)*
    1. Nilai uang telah tercatat dalam instrumen *e-money*, atau sering disebut dengan *stored value*. Setiap pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di bank (pada saat melakukan pembayaran tidak dibebankan ke rekening nasabah di bank)

2. Dana yang tercatat dalam *e-money* sepenuhnya berada dalam penguasaan konsumen.
3. Pada saat transaksi, perpindahan dana dalam bentuk *electronic value* dari kartu *e-money* milik konsumen kepada terminal *merchant* dapat dilakukan secara *off-line.* Dalam hal ini verifikasi cukup dilakukan pada level *merchant* (*point of sale*), tanpa harus *on-line* ke computer *issuer*.

2. *Access Product* (Kartu Debet dan Kartu Kredit)
    1. Tidak ada pencatatan dana pada instrumen kartu.
    2. Dana sepenuhnya berada dalam pengelolaan bank, sepanjang belum ada otorisasi dari nasabah untuk melakukan pembayaran.
    3. Pada saat transaksi, instrumen kartu digunakan untuk melakukan akses secara *on-line* ke komputer *issuer* untuk mendapatkan otorisasi melakukan pembayaran atas beban rekening nasabah, baik berupa rekening simpanan (kartu debet) maupun rekening pinjaman (kartu kredit). Setelah di-otorisasi oleh *issuer,* rekening nasabah kemudian akan langsung didebet. Dengan demikian pembayaran dengan menggunakan kartu kredit dan kartu debet mensyaratkan adanya komunikasi *on-line* ke komputer *issuer*.

Kelebihan *e-money* lainnya adalah apabila melakukan transaksi pengguna biasanya mendapat potongan harga atau diskon ketika berbelanja, banyak promo yang ditawarkan pada pengguna apabila bertransaksi menggunakan *e-money*. Beberapa produk *e-money* yang dikembangkan telah diintegrasikan dengan banyak penyedia layanan, termasuk sarana transportasi umum seperti Transjakarta

Busway, Transjogjadan jalan tol. Bisa dibayangkan hanya dengan satu kartu, kita dapat mengakses berbagai bentuk layanan umum, tempat makan, *departement store*, *supermarket* dan tempat-tempat perbelanjaan lainnya.

Menurut Kepala Perwakilan Bank Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Arief Budi Santoso, kalangan mahasiswa dan pelajar di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi sasaran Gerakan Nasional Transaksi Nontunai, karena dinilai mereka lebih cepat bisa menerima perubahan sistem pembayaran dari tunai ke nontunai (Mahatma, 2014). Pihak Kepala Perwakilan Bank Indonesia DIY terus mendorong peningkatan penggunaan uang elektronik di daerah setempat, melalui sosialisasi yang dilakukan di berbagai lapisan masyarakat di Yogyakarta (Hakim, 2015). Hal ini juga didukung dengan jumlah pengeluaran uang belanja mahasiswa perbulan di Yogyakarta, Menurut Suryani (2012) rata-rata pengeluaran mahasiswa diploma hingga pascasarjana mencapai Rp1,8 juta per orang atau naik sekitar 50% dibanding survei terakhir pada 2008 lalu. Jumlah pengeluaran rata-rata mahasiswa tersebut jauh lebih tinggi atau mencapai dua kali lipat dibanding Upah Minimum Provinsi (UMP) DIY 2012 yang hanya Rp. 892.660. Pengeluaran paling besar mahasiswa dihabiskan untuk kebutuhan makan dan minuman rata-rata Rp. 643.966 per orang per bulan. Sedangkan pengeluaran seorang mahasiswa di Jogja per bulan untuk kebutuhan hiburan dan rekreasi tercatat cukup tinggi, mencapai Rp.137.824 mengalahkan biaya untuk membeli buku mata pelajaran yang hanya Rp.93.406 atau kebutuhan pendidikan lainya seperti alat tulis dan internet.

Begitu juga dengan survey yang dilakukan oleh Kusuma (2011) menyatakan Seorang mahasiswa yang dianggap cukup kebutuhan haruslah

memperoleh pendapatan atau uang saku yang setidaknya setara dengan pegawai swasta yang telah bekerja lebih dari 3 tahun (Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000). Dari sebesar pendapatan atau uang saku tersebut, pengeluaran untuk item yang berhubungan langsung dengan studi atau perkuliahan relatif minim. Berdasarkan data Pendidikan Tinggi (Dikti) tahun 2015 tercatat jumlah mahasiswa di DIY sebanyak 300.000 orang yang terdiri dari jenjang pendidikan terdiri atas Diploma-1, Diploma-2, Diploma-3, Diploma-4, Strata-1, Strata-2, Strata-3, Non-Formal, Informal, Lainnya, Spesialis-1, Spesialis-2, dan Profesi. Jika diasumsikan biaya belanja setiap mahasiswa sebesar Rp. 2 juta per orang per bulan, maka totalnya mencapai Rp. 600 miliar per bulan, atau Rp7,2 triliun per tahun (http://krjogja.com).

Menurut data yang diperoleh dari dikti total perguruan tinggi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta mencapai 138 perguruan tinggi yang terdiri dari 25 Universitas, 6 Insitut, 56 Sekolah Tinggi, 8 Politektnik dan 43 Akademi (http://forlap.dikti.go.id). Dari total keseluruhan perguruan tinggi tersebut, terdapat beberapa perguruan tinggi yang menyumbangkan jumlah mahasiswa dengan jumlah yang relatif besar salah satunya adalah Universitas Islam Indonesia. Menurut Wakil Rektor II UII Nur Feriyanto, jumlah mahasiswa UII sendiri secara keseluruhan mencapai 28.000, termasuk 5.000 mahasiswa baru setiap tahunya. Bahkan, pada 2015 mahasiswa baru mencapai 5.600 orang (http://koran-sindo.com). Dari total secara keseluruhan jumlah mahasiswa di Yogyakarta 300.000 orang maka, Universitas Islam Indonesia telah menyumbangkan 9,3% jumlah mahasiswa di Yogyakarta. Dari jumlah mahasiswa

Universitas Islam Indonesia tersebut apabila kita kaitkan dengan hasil survey sebelumnya tentang rata-rata pengeluaran mahasiswa Yogyakarta sebesar Rp. 2 juta per bulan maka secara keseluruhan jumlah pengeluaran mahasiswa Universitas Islam Indonesia per bulan mencapai Rp. 56 milyar. Dengan banyaknya jumlah pengeluaran per bulan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dapat mendukung perkembangan pengggunaan *e-money* melihat dari semakin banyaknya kebutuhan mahasiswa maka, relevan apabila penelitian ini menjadikan Universitas Islam Indonesia sebagai obyek penelitian.

Hingga saat ini jumlah transaksi menggunakan *e-money*di Indonesia menunjukkan peningkatan sejak 2013. Pada 2013 total nilai transaksi *e-money* Rp 2,907,432 triliun, 2014 Rp 3,319,556 triliun, dan 2015 sebesar Rp 5,283,018 triliun (Noor, 2016). Dari semakin meningkatnya pengguna *e-money* di Indonesia sampai saat ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* meningkat melihat dengan menggunakan *e-money* lebih praktis dan cepat daripada harus menggunakan uang dalam bertransaksi.Berikut dijelaskan jumlah transaksi *e-money* periode 2010 sampai 2016 dalam Tabel 1.1 dan Gambar 1.1

Tabel 1.1

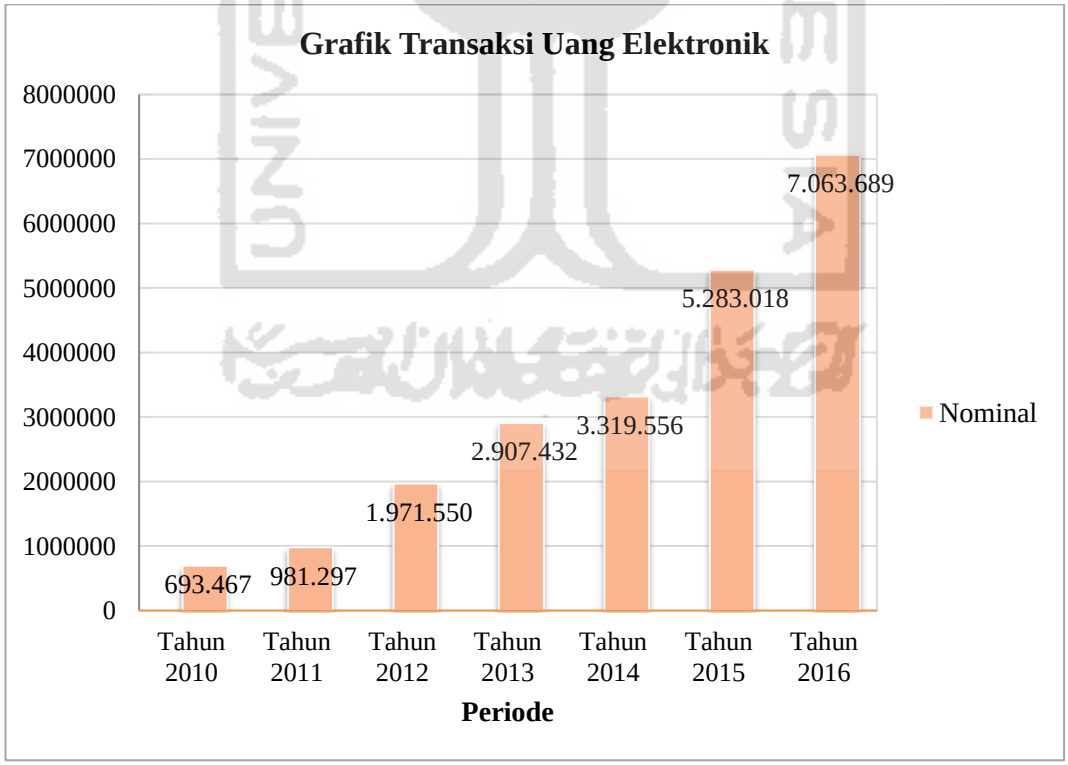
Jumlah Transaksi *e-money*

Periode	Nominal (dalam juta)
2010	Rp. 693.467
2011	Rp. 981.297
2012	Rp. 1.971.550
2013	Rp. 2.907.432
2014	Rp. 3.319.556
2015	Rp. 5.283.018
2016	Rp.7.063.689

Sumber : http://ww.bi.go.id dan diolah penulis

Gambar 1.1

Grafik Transaksi Uang Elektronik



Sumber :http://ww.bi.go.id dan diolah penulis

Keefektifan *e-money* dapat dilihat dari tingkat sikap pengguna *e-money* yang mengacu pada teori TAM untuk menelitinya. Menurut Davis (1989) dalam Utami (2016)*Technology Acceptance Model (TAM)* mempunyai 2 faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakannya. Banyaknya manfaat yang didapat dalam menggunakan *e-money* masih belum sampai pada benak mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam menggunakannya. Hal ini yang menjadikan peneliti untuk meneliti minat *e-money* di Universitas Islam Indonesia. Selain menggunakan faktor persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan teknologi, penelitian ini menambahkan faktor persepsi risiko. Meskipun, teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan. Faktor risiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik (*e-money)* guna meminimkan persepsi pengguna akan risiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik (Priambodo dan Prabawani, 2016). Selain faktor resiko peneliti menambahkan faktor kepercayaan untuk melihat seberapa besar kepercayaan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam menerima teknologi baru seperti *e-money* ini sehingga dapat mendukung perkembangan *e-money* di Universitas

Islam Indonesia. Karena kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam perkembangan teknologi kedepannya.

Mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Utami (2016) yang dilakukan pada mahasiswa strata 1 (S1) jurusan akuntansi di Universitas Islam Indonesia dengan variabel independen kualitas sistem dan layanan, kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko dengan variabel dependen sikap penggunaan *e-money*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor kualitas sistem dan layanan, kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap pengguna *e-money*. Sedangkan persepsi resiko memiliki pengaruh negative signifikan terhadap sikap pengguna *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo and Prabawani (2016), yaitu mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan studi kasus pada masyarakat kota semarang. Penelitian ini memberikan hasil yaitu persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Priambodo and Prabawani (2016) dengan variabel yang digunakan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko. Dengan menambahkan variabel kepercayaan dari variabel penelitian Utami (2016).

Dengan variabel tersebut maka judul penelitian ini adalah **"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* bagi mahasiswa?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* bagi mahasiswa?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* bagi mahasiswa?
4. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* bagi mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitianini adalah:

1. Menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.

3. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.
4. Menganalisis pengaruh persepsi resiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Secara teoritis menambah bukti empiris mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money*.
2. Secara praktis memberikan informasi dan referensi bagi penerbit *e-money* mengenai minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia untuk menggunakan *e-money* dalam kaitannya dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisi penjelasan tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini mengenai teori TAM, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, hipotesis operasional, metode analisis, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini dijelaskan tentang analisis data, temuan empiris yang diperoleh, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Ditulis pula tentang keterbatasan yang ada dan saran untuk penelitian selanjutnya

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Dan Pengertian Variabel

2.1.1 Definisi *E-Money*

Dalam salah satu laporan yang diterbitkan oleh *Bank for International Settlement* (BIS) pada bulan Oktober 1996, *e-money* didefinisikan sebagai produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan secara elektronis dalam suatu peralatan elektronis yang dimiliki seseorang. 'Nilai elektronis' ini dapat diperoleh seseorang dengan menukarkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronis miliknya. Dengan peralatan tersebut, pemiliknya dapat melakukan pembayaran atau menerima pembayaran, dimana nilainya akanberkurang pada saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali. *E-money* dimaksudkan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multipurpose*), berbeda dengan kebanyakan *single-prepaid card* yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon. Dilihat dari media yang digunakan, secara umum ada dua tipe produk *e-money*, yaitu :

a. *Prepaid Card*, sering disebut juga *electronic purchase*, dengankarakteristik sebagai berikut :

- ‘Nilai elektronis’ disimpan dalam suatu *chip (integrated circuit)* yang tertanam pada kartu.
- Mekanisme pemindahan dana dilakukan dengan memasukan kartu ke suatu alat tertentu (*card reader*).

b. *Prepaid software*, sering disebut juga *digital cash*, dengan karakteristik sebagai berikut:

- ‘Nilai elektronis’ disimpan dalam suatu *hard disk* yang terdapat dalam *Personal Computer (PC).*
- Mekanisme pemindahan dana dilakukan melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet, pada saat melakukan pembayaran.

Melalui surat edaran Bank Indonesia no 11/11/DASP tanggal 13 April 2009 tentang jenis-jenis uang elektronik, yaitu :

Persamaan & Perbedaan	**Terdaftar (registered)**	**Tidak Terdaftar (unregistered)**
Pencatatan Pemegang Identitas	Data identitas pemegang kartu uang elektronik tercatat dan terdaftar pada penerbit.	Data identitas pemegang kartu uang elektronik tidak tercatat pada penerbit / tidak harus menjadi nasabah penerbit.

Persamaan & Perbedaan	Terdaftar (registered)	Tidak Terdaftar (unregistered)
Nilai *e-money* yang Tersimpan	Batas nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media *chip/server* paling banyak sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah).	Batas nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media *chip/server* paling banyak sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah).
Batas nilai transaksi	Dalam 1(satu) bulan untuk setiap uang elektronik secara keseluruhan ditetapkan paling banyak transaksi sebesar Rp. 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah).	Dalam 1(satu) bulan untuk setiap uang elektronik secara keseluruhan ditetapkan paling banyak transaksi sebesar Rp. 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah).
Jenis Transaksi yang dapat digunakan	Meliputi transaksi pembayaran, transfer dana, dan fasilitas transaksi lainnya yang disediakan oleh Penerbit.	Meliputi transaksi pembayaran, transfer dana, dan fasilitas transaksi lainnya yang disediakan oleh Penerbit.

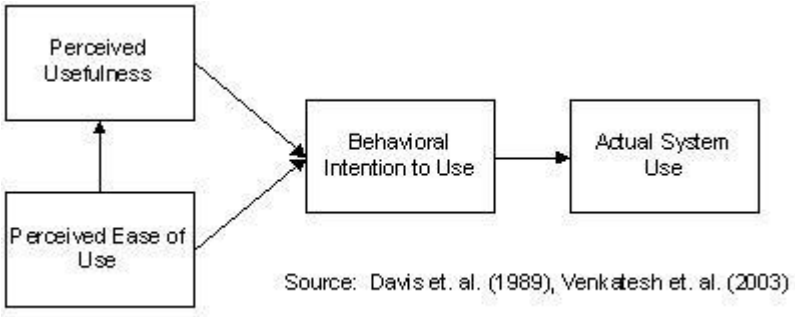
Tabel 2.1:Persamaan dan Perbedaan Uang Elektronik (*Electronic Money*) Jenis Terdaftar dan Tidak Terdaftar

Sumber : Bank Indonesia

2.1.2 *Theory Acceptance Model* (TAM)

TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) yang secara khusus telah disesuaikan dengan model penerimaan sistem informasi oleh pengguna. Dari penelitian-penelitian sebelumnya bahwa faktor penentu utama dari berhasil atau

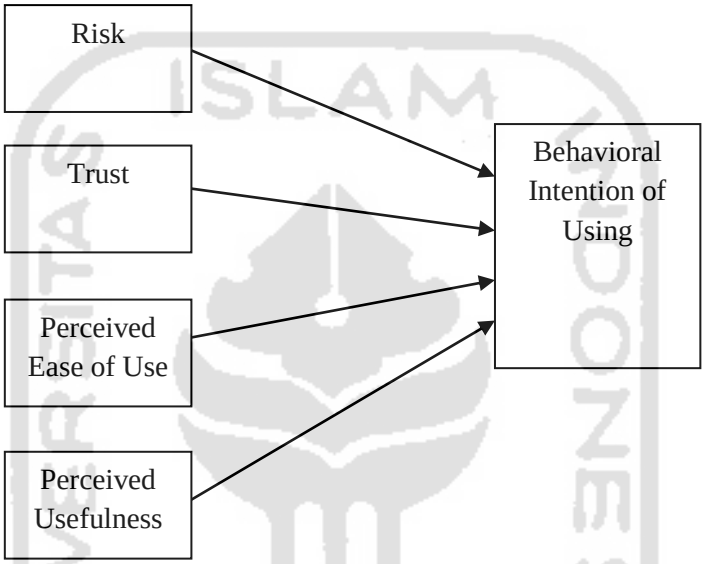
tidaknya suatu proyek sistem informasi adalah penerimaan pemakai (*user acceptance*).TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna komputer yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*).Model ini menempatkan faktor sikap dan tiap-tiap perilaku pemakai dengan dua variabel, yaitu kemanfaatan *(usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).Kemudahan penggunaan serta kemanfaatan adalah dua karakteristik yang banyak dipelajari secara mendalam karena merupakan hal utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM).Dengan demikian dapat dipahami reaksi dan persepsi pemakai atas kemanfaatan dan kemudahan penggunaan TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam kontek penggunaan TI menjadikan tindakan orang tersebut dapat menerima penggunaan TI. Kedua variabel model TAM, yiatu kemanfaatan (*usefulness*), dan kemudahan (*ease of use*) dapat menjelaskan bahwa persepsi pemakai akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi.



Source: Davis et. al. (1989), Venkatesh et. al. (2003)

Gambar 2.1 Model TAM

Pengembangan Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model dasar dari penelitian Fullah dan Candra (2011) dengan menambahkan variabel kepercayaan dan resiko dalam mempengaruhi minat penggunaan.



Sumber :*Fullah dan Candra 2011*

2.1.3 Definisi Minat

Minat ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Priambodo dan Prabawani, 2016). Menurut Ardhiani (2015) seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut

akan mendatangkan kepuasan. Ini berarti minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya.Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak sangat bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut (Shomad, 2012). Nampak bahwa minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang. mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik, lebih jauh lagi minat mempunyai karakteristik pokok, yaitu melakukan kegiatan yang dipilih sendiri dan menyenangkan sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan dalam diri seseorang. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penerimaan teknologi dari pemakai sistem.

2.1.4 Persepsi Manfaat

Menurut Venkatesh dan Morris (2003) dalam Cahyo (2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi. Mereka membagi dimensi persepsi kebermafaatan menjadi berikut: penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu, penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu, penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu, penggunaan sistem bermanfaat bagi individu. Menurut Lucyanda (2007) mendefinisikan kegunaan atau kemanfaatan *(usefullnes)* sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya atau yakin

bahwa penggunaan suatu subjek tertentu akan dapat meningkatkan kinerja atau prestasi orang tersebut. Sedangkan menurut Yolanda (2013) persepsi manfaat (perceived usefulness) merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan *(usefullnes)* penggunaan TI (teknologi informasi) dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI tentang proses pengambilan keputusan dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan TI tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya. Ketika individu merasakan manfaat yang tinggi dan merasa bahwa dengan menggunakan *e-money* sangat bermanfaat dalam aktifitasnya sehari-hari serta menunjang bagi pekerjaannya setelah menggunakan layanan *e-money,* maka akan dapat mengurangi ketidakpuasan yang akan timbul dan pada akhirnya dapat meningkatkan pnggunaan *e-money*.

2.1.5 Persepsi Kemudahan

Venkatesh dan Davis (2000) dalam Irmadhani (2012) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut, yaitu: interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah digunakan, mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Menurut Nasution (2004) dalam

Hanafi, Kertahadi, dan Susilo (2012) menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Kemudahan yang mengarah pada keyakinan individu bahwa pemakaian sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha karena salah satu faktor yang menyebabkan pemakai menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan penggunaan sistem. Pengguna cenderung untuk menggunakan atau tidak suatu aplikasi yang dianggap sebagai sesuatu yang mereka yakini akan membantu kinerja mereka dalam melakukan pekerjaan. Dari kedua hal tersebut dapat kita ketahui bahwa setiap individu mempunyai persepsi yang berbeda tergantung dari kesan yang mereka dapatkan dari indera mereka. Faktor yang mempengaruhi persepsi individu adalah pelaku persepsi (*perceived*), obyek yang dipersepsikan, atau situasi dimana persepsi tersebut dilakukan. Kemudahan penggunaan sistem memiliki arti bahwa bentuknya tidak membingungkan, jelas, dan mudah dimengerti.

2.1.6 Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi dapat menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya

(Widjana dan Rachmat, 2011). Gefen (2002) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab. Kepercayaan adalah suatu keadaan yang melibatkan ekspektasi positif mengenai motif-motif dari pihak lain yang berhubungan dengan diri seseorang dalam situasi yang berisiko (Sari, 2012). Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan (Mukherjee dan Nath, 2003). Utami (2016) mendefinisikan kepercayaan sebagai sejauh mana seorang individu merasa aman dan yakin tentang mengandalkan sesuatu yang ada atau disediakan. Kepercayaan merupakan hal yang diperlukan bagi pengguna sistem informasi yang baru agar ia merasa teknologi sistem informasi tersebut dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan pada suatu organisasi atau perusahaan.

2.1.7 Persepsi Resiko

Persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007 dalam Syaefullah, 2013). Menurut Pavlou (2003) beberapa indikator yang yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko adalah : berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, pemikiran bahwa berisiko. Persepsi terhadap resiko

(*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah akitivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Resiko adalah suatu keadaan *uncertainly* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi. Orang-orang sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalan bertransaksi dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Resiko juga didefinisikan sebagai ekspektasi tentang kerugian atau konsekuensi negatif apapun sebagai akibat dari penggunaan *e-money*.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
1	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan studi kasus pada masyarakat kota Semarang.	Priambodo dan Prabawani, 2016	Dependen : Minat Independen : persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko	persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat , serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat.
2	Faktor-faktor yang mepengaruhi minat penggunaan produk baru studi kasus uang elektronik kartu *flazz* BCA.	Rahmatsyah, 2011	Dependen : Minat Independen : persepsi manfaat, sikap, persepsi kontrol perilaku dan norma subyektif.	minat penggunaan kartu flazz BCA dipengaruhi oleh persepsi manfaat, sikap, persepsi kontrol perilaku dan norma subyektif .

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
3	Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pengguna *E-Money*	Utami, 2016	Dependen : Sikap Independen : Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko	Kualitas sistem dan layanan, kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap menggunakan *e-money* sedangkan persepsi resiko berengaruh negatif signifikan terhadap sikap menggunakan *e-money.*
4	Pengaruh *Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk,* dan *trust* terhadap *behavioral intention to use e-money* dengan studi kasus calon pengguna uang elektronik kartu indomaret.	Kusuma, 2014	Dependen : *Behavioral intention to use* Independen : *Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, Trust*	*Behavioral intention to use e-money* dipengaruhi oleh *Perceived ease of use, perceived usefulness* dan *trust.* Sedangkan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-money.*
5	Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money card* (Studi pada pengguna Jasa Commuterline di Jakarta).	Wibowo, Rosmauli dan Suhud, 2015	Dependen : Minat Independen : Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, kepercayaan	persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money.*

2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian

2.3.1 Persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*

Menurut Rahmatsyah (2011) dalam Habsari Candraditya (2013) dalam penelitiannya mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan pada *Theory Acceptance Model* (TAM) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan *e-money*. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat layanan menggunakan uang elektronik. Populasi yang digunakan adalah orang-orang yang aktif terlibat dalam penggunaan uang elektronik *(e-money)* di kota Semarang. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiyanti (2015) dengan menggunakan populasi mahasiswa brawijaya yang aktif menggunakan uang elektronik *(e-*

money) menyatakan semakin banyak pengaruh manfaat *e-money* akan mempengaruhi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1*: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money

2.3.2 Persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money*

Kemudahan adalah aspek yang penting dalam mempengaruhi uang elektronik. Hal ini dikarenakan semakin mudah suatu hal digunakan maka minat dalam menggunakan hal itu akan semakin bertambah. Apabila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk memakai produk. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2014) *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-money* dan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan minat untuk menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran non tunai begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2*: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money

2.3.3 Kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*

Menurut Sadi dan Noordin (2011) kepercayaan didefinisikan sebagai suatu keaadaan psikologis terdiri dari niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif dari niat atau perilaku lain. Kepercayaan dalam menggunakan sistem informasi seperti *e-money* adalah perkiraan subjektif dimana konsumen percaya bahwa mereka dapat melakukan sistem pembayaran secara konsisten sesuai dengan keinginan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada suatu pelayanan perbankan dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Dengan adanya persepsi persamaan keyakinan antara bank dengan pengguna *e-money*akan menciptakan suatu ikatan yang mendorong timbulnya kepercayaan dan minat menggunakan *e-money.* Oleh karena itu, upaya harus dilakukan agak kepercayaan pengguna semakin tinggi, karena kepercayaan mempunyai pengaruh besar terhadap penerimaaan suatu sistem. Hal ini dikarenakan, ketika seseorang sudah sangat percaya terhadap suatu hal, maka pengguna tidak akan ragu dan memberikan rasa kepastian terhadap penggunaan *e-money*.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli, and Suhud (2015) kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2016) dan Sari (2012) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat

menggunakan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3*: Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money

2.3.4 Persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money*

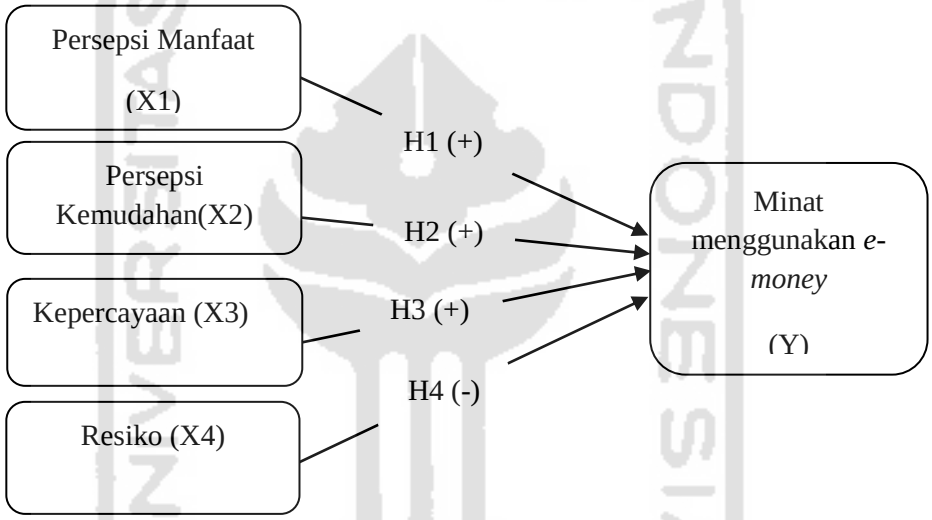
Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan iya atau tidak melakukan transaksi secara online. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subjektif individu untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. Dalam konteks transaksi online, individu cenderung untuk melihat risiko ketika muncul ketidakyakinan atas hasil yang mungkin terjadi dari transaksi yang dilakukan (Shomad, 2012).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ismulyati dan Siswantini (2014) Persepsi resiko memiliki pengaruh positif terhadap minat. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4:* Persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disusun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diuji. Kerangka konseptual disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun di dalam penelitian.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan individu yang menjadi objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang menggunakan sistem pembayaran *e-money*. Yogyakarta dipilih karena merupakan provinsi yang memiliki populasi mahasiswa terbesar di Indonesia sehingga terkenal dengan sebutan kota pelajar. Selain itu peneliti hanya menggunakan populasi mahasiswa Universitas Islam Indonesia karena dikarenakan lokasi peneliti yang terjangkau oleh peneliti serta ada keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan peneliti dalam pemilihan populasi.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteritik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi

harus betul-betul representative (Sugiyono, 2010). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 mahasiswa. Pengambilan sampel yang digunakan dalam populasi ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian), sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya (Nursalam, 2008). Penelitian ini memiliki kriteria pertimbangan tertentu yaitu : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, mahasiswa yang menggunakan *e-money* yang *ter-register* maupun *unregister*.

3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer diperoleh langsung dari mahasiswa di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Metode pengambilan data penelitian adalah dengan menggunakan angketatau kuisoner. Kuisioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh datalapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian menguji hipotesis yangtelah ditetapkan (Supardi, 2005 dalam Sari, 2012). Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *nonprobability sampling* metode ini berupa *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti dengan dibantu oleh rekan-rekan peneliti melalui penyebaran kuisioner secara langsung kepada

responden, mengecek kriteria calon responden dan meminta kesediaan responden untuk mengisi kuisioner. Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan IBM SPSS 16.0 dan kemudian dianalisis dengan alat statistik.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen atau bebas dan variabel dependen atau terikat. Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Variabel independen penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan resiko. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah minat menggunakan *e-money*.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala Likert yang merupakan skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini instrumen diukur dengan skala 6 point disetiap pertanyaannya untuk menentukan sikap responden yaitu:

1. Sama sekali tidak setuju: diwakili oleh 1 point
2. Tidak setuju: diwakili oleh 2 point
3. Agak tidak setuju: diwakili oleh 3 point
4. Agak setuju: diwakili oleh 4 point

5. Setuju : diwakili oleh 5

6. Sangat setuju : diwakili oleh 6

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Independen:

1. **Persepsi Manfaat**

Pesepsi manfaat adalah penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu, penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu, penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu, penggunaan sistem bermanfaat bagi individu. Terdapat 4 indikator mengenai persepsi manfaat yang ada di dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian Utami (2016). Keempat indikator tersebut adalah:

a. Lebih cepat
b. Meningkatkan kinerja
c. Lebih efektif
d. Meningkatkan produktifitas

2. **Persepsi Kemudahan**

Venkatesh dan Davis (2000) dalam Irmadhani (2012) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut: interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah

digunakan, mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Terdapat 5 indikator mengenai persepsi kemudahan yang ada di dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian Utami (2016). Kelima indikator tersebut adalah:

a. Mudah untuk mempelajari
b. Mudah memahami interaksi
c. Mudah dan flexibel dalam menggunakan
d. Mudah melakukan top-up
e. Mudah bertransaksi dimanapun

3. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi dapat menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Widjana dan Rachmat, 2011). Terdapat 3 indikator mengenai kepercayaan yang ada di dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian Widjana dan Rachmat (2011). Ketiga indikator tersebut adalah:

a. Menjaga kerahasiaan data pengguna
b. Menjaga komitmen
c.Memberikan manfaat terhadap penggunanya

4. Persepsi Resiko

MenurutPavlou (2003) beberapa indikator yang yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko adalah: berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, pemikiran bahwa berisiko. Dalam konteks bertransaksi, individu cenderung untuk melihat risiko ketika muncul ketidakyakinan atas hasil yang mungkin terjadi dari transaksi yang dilakukan. Indikator dari persepsi resiko ini bersumber dari penelitian Utami (2016). Ketiga indikator tersebut adalah:

a. Khawatir dengan resiko tertentu
b. Mengalami kerugian
c. Khawatir menemukan banyak resiko

3.3.2 Variabel Dependen

1. Minat menggunakan *e-money*

Minat ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Priambodo dan Prabawani, 2016). Pengukuran dalam variabel ini menggunakan skala Likert 1-6, nilai 1 diberikan apabila jawaban "sangat tidak setuju" dan nilai 6 apabila jawaban yang diberikan "sangat setuju". Terdapat 3 indikator mengenai minat yang ada di dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian Rahmatsyah (2011). Ketiga indikator tersebut adalah :

a. Akan menggunakan

b. Selalu menggunakan

c. Berlanjut dimasa datang

Berikut ini merupakan daftar pertanyaan yang dibuat pada kuesioner:

Tabel 3. 1

Daftar Pertanyaan dan Sumbernya

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Persepsi Manfaat	Dengan menggunakan *e-money*, saya lebih cepat melakukan transaksi	Utami (2016)
2		Dengan menggunakan *e-money* dapat meningkatkan kinerja saya	
3		Dengan menggunakan *e-money* membuat pekerjaan saya lebih efektif	
4		Dengan adanya *e-money* akan meningkatkan produktifitas saya	

Daftar Pertanyaan dan Sumbernya (lanjutan)

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Persepsi Kemudahan	Saya dapat dengan mudah untuk mempelajari *e-money*	Utami (2016)
2		Saya dapat memahami dengan mudah interaksi dalam penggunaan *e-money*	
3		Menggunakan *e-money* sangat mudah dan flexibel	
4		Saya dapat melakukan top-up (isi ulang) *e-money* kapanpun dan dimanapun	
5		Saya dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dengan menggunakan *e-money*	

Daftar Pertanyaan dan Sumbernya (lanjutan)

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Kepercayaan	Saya percaya bank penerbit *e-money* menjaga kerahasiaan data saya	Widjana dan Rachmat (2011)
2		Saya percaya bahwa *e-money* berkomitmen memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan	
3		Saya percaya banyak manfaat yang didapat dari menggunakan *e-money*	
1	Persepsi Resiko	Saya khawatir apabila *e-money* yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik	Utami (2016)
2		Saya khawatir apabila saldo *e-money* saya berkurang tanpa sebab	
3		Saya khawatir menemukan banyak resiko ketika melakukan transaksi dengan *e-money*	

Daftar Pertanyaan dan Sumbernya (lanjutan)

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Minat Menggunakan *e-money*	Saya akan mencoba menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi	Rahmatsyah (2011)
2		Saya akan selalu menggunakan *e-money* ketika saya melakukan transaksi	
3		Saya akan menggunakan *e-money* dalam jangka panjang	

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberi gambaran atau deskripsi responden dan variabel-variabel penelitian (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi resiko dan minat menggunakan *e-money*). Statistika deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk mendeskripsikan data.

3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

Teknik uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *Pearson,* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Untuk mudahnya dalam menentukan apakah item valid atau tidak maka dilihat pada nilai signifikansi, Jika signifikansi < 0,05 maka item valid, tetapi jika signifikansi > 0,05 maka item tidak valid (Priyatno, 2014).

Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Cronbach Alpha* (α). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2011). Suatu variabel dikatakan reliabilitas tinggi jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,7. Jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) 0.6 - 0.7 maka dikatakan reliabilitas moderat.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, *error term*nya memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Alat uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah

terjadi normalitas atau tidak dari data-data yang digunakan. Normalitas terjadi apabila hasil dari nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05 (Ghozali, 2011).

3.4.3.2 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Bila angka VIF ada yang melebihi 10 berarti terjadinya multikolinieritas (Ghozali, 2011).

3.4.3.3 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Model regresi yang baik tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

Uji heteroskesdatisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali 2011). Selain menggunakan

uji Glejser, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan scatterplot.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi berganda untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011). Mengingat penelitian ini menggunakan empat variabel independen maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 - \beta 4X4 + e$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan *e-money*

α = Konstanta

x1 = Persepsi manfaat

x2 = Persepsi kemudahan

x3 = Kepercayaan

x4 = Persepsi resiko

β1 β2 β3 β4 = Koefisien Regresi

e = *error*

3.4.5 Pengujian Hipotesis

3.4.5.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk menguji secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Untuk dapat mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka nilai signifikant dibandingkan dengan derajat kepercayaannya.Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima. Bila H_a diterima ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.4.5.2 Uji F-statistik

Uji F-statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Setelah F garis regresi ditemukan hasilnya, kemudian dibandingkan dengan F tabel. Untuk menentukan nilai F tabel, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar α = 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) df = (n-k) dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel. Jika F hitung > F tabel maka hal ini berarti variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat

secara bersama-sama. Sebaliknya jika F hitung < F tabel maka, hal ini berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

3.4.5.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengukuran besarnya persentase kebenaran dari uji regresi tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi multiple R^2. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 ($0<R^2<1$), dimana semakin tinggi nilai R^2 suatu regresi atau semakin mendekati 1, maka hasil regresi tersebut semakin baik. Hal ini berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada responden secara langsung. Adapun metode pengambilan sampel dalampenelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling.* Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah para mahasiswa danmahasiswi Universitas Islam Indonesia yang telah menggunakan sistem pembayaran *e-money*. Hasil pengumpulan data berupa kuisioner yang berhasil dikembalikan dan layak untuk dianalisis dapat disajikan pada Tabel 4.1

Tabel 4. 1 Penyebaran dan Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	220
Kuesioner yang kembali	198
Kuesioner yang tidak dapat diolah (tidak menjawab lengkap pertanyaan secara keseluruhan)	18
Kuesioner yang dapat diolah	180

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian.Bagian pertama berisi pertanyaan tentang identitas responden seperti nama,

jenjang pendidikan dan fakultas. Kemudian bagian kedua berisi tentang variabel penelitian (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi resiko dan minat).

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Penentuan sample pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling,* sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 mahasiswa. Deskripsi responden dalam penelitian ini sendiri diklarifikasikan berdasarkan program pendidikan dan asal fakultas.

Tabel 4.2 Presentase Program Pendidikan

Kategori	**Keterangan**	**Jumlah Responden**	**%**
Program Pendidikan	D3	14	7.8 %
	S1	166	92.2 %
	Total	180	100 %

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menggunakan *e-money* sebesar 7.8 % responden dengan jenjang pendidikan D3 sedangkan sisanya 92.2 % responden dengan jenjang pendidikan S-1.

Tabel 4.3 Presentase Fakultas Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Fakultas	Ekonomi	30	16.7 %
	Hukum	19	10.6 %
	Ilmu Agama Islam	20	11.1 %
	Kedokteran	25	13.9 %
	Matematika dan IPA	20	11.1 %
	Psikologi dan Ilmu Sosial	24	13.3 %
	Teknik Sipil dan Perencanaan	21	11.7 %
	Teknologi Industri	21	11.7 %
	Total	180	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menggunakan *e-money* dilihat dari prosentase terbanyak adalah sebesar 16.7% adalah mahasiswa berasal dari Fakultas Ekonomi jumlah responden disini gabungan dari S1 Ekonomi dan D3 ekonomi, 13.9% berasal dari Fakultas Kedokteran, 13.3% berasal dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial, 11.7% berasal dari Fakultas Teknologi Industri, 11.7% berasal dari Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, 11.1 % berasal dari Fakultas Matematika dan IPA, 11.1 % berasal dari Fakultas Ilmu Agama Islam dan 10.6 % berasal dari Fakultas Hukum.

Tabel 4. 4 Presentase Berdasarkan Jenis *E-Money*

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis *E-Money*	*Registered*	84	46.7 %
	Unregistered	96	53.3 %
	Total	180	100 %

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menggunakan *e-money teregistered* sebersar 46.7 % sedangkan sisanya 53.3 % menggunakan *e-money unregistered*. Hal ini dikarenakan *e-money unregistered* lebih mudah didapatkan daripada*e-money*yang *teregistered.*

4.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 16.0. Statistik deskriptif digunakan untuk peringkasan data dan penyajian hasil peringkasan data tersebut. Adapun manfaat dari statistik deskriptif adalah untuk menyajikan data dan untuk meringkas dan menjelaskan data. Dengan menghitung maksimum, minimum, *mean*, dan *standard deviation.* Hasil perhitungan statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif

Nama Variabel	Jumlah responden	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
Persepsi Manfaat	180	2.00	5.50	4.0458	0.91522
Persepsi Kemudahan	180	2.40	5.60	4.4000	0.75487
Kepercayaan	180	2.33	6.00	4.2907	0.92287
Persepsi Resiko	180	2.00	5.67	3.6833	1.10373
Minat	180	1.67	6.00	4.0963	0.00556

Sumber: Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui informasi mengenai rentang aktual (nilai minimum-nilai maksimum), rata-rata (*mean*), serta standar deviasi. Pada Tabel 4.5 secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Persepsi Manfaat

Hasil penilaian responden terhadap variabel persepsi manfaat menghasilkan rentang nilai minimum-maksimum sebesar 2.00-5.50. Rata-rata aktual (*mean*) persepsi manfaat adalah 4.0458. Sedangkan standard deviasi sebesar 0.91522 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel persepsi manfaat adalah sebesar 0.91522 dari 180 responden yang telah diteliti.

b. Persepsi Kemudahan

Hasil penilaian responden terhadap variabel persepsi kemudahan menghasilkan rentang nilai minimum-maksimum sebesar 2.40-5.60.

Rata-rata aktual (*mean*) persepsi kemudahan adalah 4.4000. Sedangkan standard deviasi sebesar 0.75487 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0.75487 dari 180 responden yang telah diteliti.

c. Kepercayaan

Hasil penilaian responden terhadap variabel kepercayaan menghasilkan rentang nilai minimum-maksimum sebesar 2.33-6.00. Rata-rata aktual (*mean*) kepercayaan adalah 4.2907. Sedangkan standard deviasi sebesar 0.92287 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel kepercayaan adalah sebesar 0.92287 dari 180 responden yang telah diteliti.

d. Persepsi Resiko

Hasil penilaian responden terhadap variabel persepsi resiko menghasilkan rentang nilai minimum-maksimum sebesar 2.00-5.67. Rata-rata aktual (*mean*) persepsi resiko adalah 3.6833. Sedangkan standard deviasi sebesar 1.10373 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel persepsi resiko adalah sebesar 1.10373 dari 180 responden yang telah diteliti.

e. Minat

Hasil penilaian responden terhadap variabel minat menghasilkan rentang nilai minimum-maksimum sebesar 1.67-6.00. Rata-rata aktual (*mean*) minat adalah 4.0963. Sedangkan standard deviasi sebesar

0.00556 menunjukkan bahwa ukuran penyebaran dari variabel minat adalah sebesar 0.00556 dari 180 responden yang telah diteliti.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada variabel-variabel yang terdiri dari beberapa pertanyaan pada kuesioner, yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.6 dan 4.7

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Teknik uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *Pearson*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Untuk mudahnya dalam menentukan apakah item valid atau tidak maka dlihat pada nilai signifikansi, Jika signifikansi < 0,05 maka item valid, tetapi jika signifikansi > 0,05 maka item tidak valid (Priyatno, 2014). Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0.783		Valid
	X1.2	0.825		Valid
	X1.3	0.861	0.000	Valid
	X1.4	0.833		Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0.687		Valid
	X2.2	0.728		Valid
	X2.3	0.713	0.000	Valid
	X2.4	0.717		Valid
	X2.5	0.755		Valid
Kepercayaan	X3.1	0.788		Valid
	X3.2	0.869	0.000	Valid
	X3.3	0.750		Valid
Persepsi Resiko	X4.1	0.769		Valid
	X4.2	0.811	0.000	Valid
	X4.3	0.834		Valid
Minat	Y1	0.848		Valid
	Y2	0.818	0.000	Valid
	Y3	0.833		Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Seperti yang dikemukakan pada tabel 4.6 nilai signifikansi < 0,05 dari semua item pada validitas variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi resiko dan minat dapat dinyatakan valid, sehingga pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner dapat digunakan pada penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Cronbach Alpha* (α).Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil (Ghozali,

2011). Suatu variabel dikatakan reliabilitas tinggi jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,7.Jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) 0.6 - 0.7 maka dikatakan reliabilitas moderat.Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach alpha	Keterangan
Minat Menggunakan *e-money*	0.778	RELIABEL
Persepsi Manfaat	0.839	RELIABEL
Persepsi Kemudahan	0.760	RELIABEL
Kepercayaan	0.723	RELIABEL
Persepsi Resiko	0.729	RELIABEL

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Dari hasil yang diperoleh setelah uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi resiko dan minat dapat menunjukkan nilai yang reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Normalitas terjadi apabila hasil dari nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0.05. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka mempunyai distribusi tidak normal (Ghozali, 2011). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig	Nilai Kritis	Keterangan
Residual	0.378	0.05	Normal

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, diperoleh nilai *Asymp.Sig (1-tailed)* sebesar 0.378 yang berarti lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mempunyai distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat

dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Manfaat	0.976	1.024	Bebas multikolinieritas
Persepsi Kemudahan	0.978	1.022	Bebas multikolinieritas
Kepercayaan	0.985	1.015	Bebas multikolinieritas
Persepsi Resiko	0.991	1.009	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada penelitian dengan model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam suatu model regresi yang digunakan terdapat ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika terjadi ketidaksamaan varian berarti ada gejala heteroskedastisitas dan di dalam suatu model regresi yang baik tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Heteroskesdatisitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji Glejser. Dalam uji

tersebut jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).Selain menggunakan uji Glejser penelitian ini juga menggunakan scatterplot untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dilihat pada Tabel 4.10.

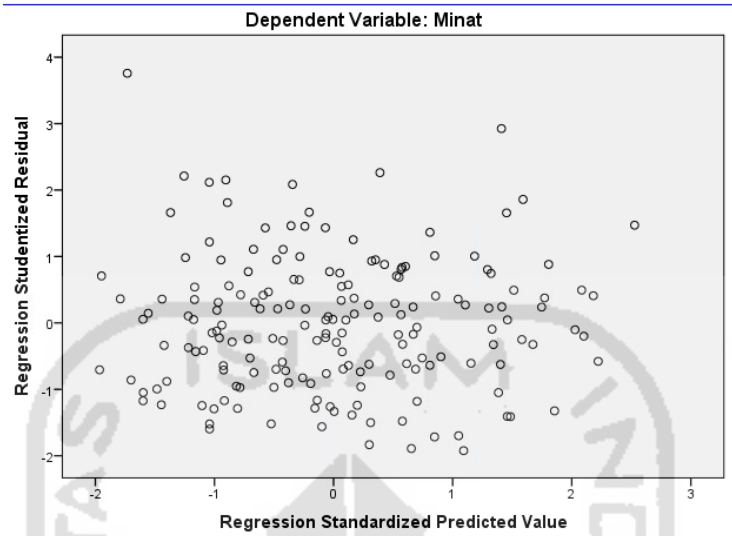
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat	0.747	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan	0.134	Bebas Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0.269	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Resiko	0.895	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai sig. di atas 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot



Gambar tersebut menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi berganda untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berdasarkan hasil pengolahan data didapat angka-angka dalam regresi linier berganda seperti ditunjukkan pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Probabilitas Sig.
(Constant)	6.307	3.437	0.001
Persepsi Manfaat	0.156	2.767	0.006
Persepsi Kemudahan	0.145	2.654	0.009
Kepercayaan	0.210	2.819	0.005
Persepsi Risiko	-0.222	-3.572	0.000
F Statistik	10.644		
Sig. F	0.000		
Adjusted R Square	0.177		
N	180		

Sumber: Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.11 di atas, maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y = 6.307+ 0.156X1 + 0.145X2 + 0.210X3 – 0.222X4

Dari hasil model persamaan regresi tersebut, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6.307. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka kesempatan tumbuh minat menggunakan *e-money* sebesar 6.307.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat adalah sebesar 0.156. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi manfaat naik satu satuan,maka akan meningkatkan minat menggunakan *e-money*sebesar 0.156, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0.145. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan naik satu satuan,maka akan meningkatkan minat menggunakan *e-money* sebesar 0.145, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan adalah sebesar 0.210. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel kepercayaan naik satu satuan,maka akanmeningkatkan minat menggunakan *e-money* sebesar 0.210, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

5. Nilai koefisien regresi variabel persepsi resiko adalah sebesar -0.222. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi resiko naik satu satuan, maka minat untuk menggunakan *e-money* akan turun sebesar -0.222, dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing indikator dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Untuk menentukan nilai t-tabel, maka ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% (*1 tail*) dengan derajat kebebasan df = (n-k) dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hasil uji statistik t dapat dilihat pada Tabel 4.11 (hasil analisis regresi linier berganda dari lampiran 6 nomer 4). Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai sig sebesar 0.006 yang lebih kecil dari α = 0.05, sedangkan hasil t-hitung sebesar 2.767 lebih besar darinilai t-tabel sebesar 1.653. Hal itu menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-*

money. Hubungan yang ditunjukkan adalah positif, dilihat dari koefisien regresi positif sebesar 0.156, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat **diterima.**

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki nilai sig sebesar 0.009 lebih kecil dari α = 0.05, sedangkan hasil t-hitung sebesar 2.654 lebih besar darinilai t-tabel sebesar 1.653. Hubungan yang ditunjukkan adalah positif, dilihat dari koefisien regresi positif sebesar 0.145. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* dan hipotesis kedua **diterima.**

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai sig sebesar 0.005 yang lebih kecil dari α = 0.05, sedangkan hasil t-hitung sebesar 2.819 lebih besar darinilai t-tabel sebesar 1.653. Hal itu menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hubungan yang ditunjukkan adalah positif, dilihat dari koefisien regresi positif sebesar 0.210, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat **diterima.**

d. Pengujian Hipotesis Keempat

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi resiko memiliki nilai sig sebesar 0.000 yang lebih kecil dari α = 0.05, sedangkan hasil t-hitung sebesar 3.572 lebih besar darinilai t-tabel sebesar 1.653. Hal itu menunjukkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, Hubungan yang ditunjukkan adalah negatif, dilihat dari koefisien regresi negatif sebesar -0.222, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dapat **diterima.**

4.7.2 Uji F

Uji statstik F (uji signifikansi simultan) menunjukkan pada dasarnya apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat) (Ghozali, 2011). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.11 (hasil analisis regresi linier berganda dari lampiran 6 nomer 3).

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11, diperoleh nilai dari hasil uji F hitung sebesar 10.644 dan nilai F signifikannya sebesar 0.000. Nilai uji F hitung 10.644 lebih besar dari F tabel sebesar 5.65 dan nilai F signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat signifikan α = 5%. Sehingga variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko secara

bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.7.3 Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur persentase pengaruh variabel independen terhadap variasi variabel dependen.Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.11 (hasil analisis regresi linier berganda dari lampiran 6 nomer 2). Dari hasil analisis koefisien determinasi, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,177.Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 17.7% dan sisanya 82.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Irmadhani dan Nugroho (2012) menyatakan bahwa persepsi manfaat berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan atau manfaat yang dirasakan secara menyeluruh guna meningkatkan kinerja pengguna sistem tersebut. Ketika pengguna

merasa banyak manfaat yang melekat pada *e-money* seperti memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam melakukan berbagai transaksi pembayaran. Sehingga penggguna tidak perlu repot-repot menyiapkan uang tunai untuk membayar dan *e-money* dapat menunjang produktifitas pengguna dalam menggunakan *e-money*karena *e-money* sangat aplikatif bisa digunakan untuk berbagai transaksi massal bernilai kecil dengan frekuensi tinggi, misalnya: biaya tol, bayar tiket transportasi, parkir, fast food, dan lain sebagainya. Dari beberapa manfaat tersebut maka pengguna akan bersikap positif dalam menggunakan *e-money* dan bahkan dapat menjadikan *e-money* sebagai alat transaksi utama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2015) juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money.*

4.8.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money.* Hal ini berarti semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kemudahan

dalam penggunaan *e-money* maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Apabila seseorang merasakan atau percaya terhadap penggunaan sistem informasi teknologi itu sangat mudah, maka mereka pun menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasakan penggunaan sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan maka mereka pun enggan untuk menggunakannya (Rukmiyati dan Budiartha, 2016). Penelitian ini membuktikan bahwa ketika pengguna *e-money* merasa bahwa banyak kemudahan yang didapat dari menggunakan *e-money* seperti mudah mempelajari produk *e-money* dan penggunaan *e-money* yang fleksibel dan mendorong mereka untuk bersikap positif dalam menggunakan *e-money.*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2012) dan Adiyanti (2015) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.8.3 Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money.* Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap sistem *e-money*maka minat untuk menggunakannya juga semakin besar. Kepercayaan merupakan hal yang diperlukan bagi pengguna sistem informasi yang

baru agar ia merasa teknologi sistem informasi tersebut dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan pada suatu organisasi atau perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna *e-moneycard*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2014) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Temuan ini membuktikan bahwa kepercayaan terhadap vendor penerbit dan penyedia jasa layanan yang dimiliki oleh pengguna *e-money*yang tinggi mengakibatkan semakin tingginya minat menggunakan *e-money* secara signifikan. Hal ini menunjukan bahwa faktor persepsi yang mempengaruhi minat pengguna *e-money* tidak berasal dari keuntungan yang di dapat dari *e-money*, namun jaminan kenyamanan transaksi, kepuasan dan tanggung jawab yang diberikan oleh penerbit dari *e-money* memberikan pengaruh terhadap minat pengguna *e-money*. Kepercayaan yang terbentuk terhadap penerbit *e-money* akan meningkatkan minat pengguna *e-money* untuk menggunakan *e-money* karena pengguna merasa diberi keamanan dari menggunakan *e-money* tersebut.

4.8.4 Pengaruh persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money.* Menurut Stone dan Gronhaug (1993) dalam Utami (2016) menyatakan bahwa dalam konteks transaksi online, individu cenderung untuk melihat resiko ketika muncul ketidakyakinan atas hasil yang mungkin terjadi dari transaksi yang dilakukan. Maka pengguna tidak serta merta percaya terhadap teknologi *e-money* uang disediakan bank. Pengguna akan memperhatikan dan memperhitungkan resiko yang mungkin timbul akibat dari penggunaan *e-money*. Semakin banyak informasi yang dapat diketahui oleh pengguna mengenai *e-money* yang bersikap positif, maka semakin kecil resiko yang dirasakan sehingga hal ini mengakibatkan semakin besar kemungkinan pengguna melakukan transaksi menggunakan *e-money* ataupun menjadikan *e-money* sebagai alat transaksi utama mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismulyati dan Siswantini (2014) menunjukkan bahwa variabel resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan olehPriambodo dan Prabawani (2016) yang menunjukkan bahwa variabel resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money.*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada babsebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di Universitas Islam Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat yang diberikan oleh penerbit *e-money* maka semakin tinggi minat pengguna dalam penggunaan *e-money*.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di Universitas Islam Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan yang diberikan oleh penerbit terhadap *e-money* maka semakin tinggi minat penggunaan *e-money*.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di Universitas Islam Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh penerbit terhadap pengguna *e-money* maka semakin tinggi minat penggunaan *e-money*.
4. Persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di Universitas Islam Indonesia. al ini berarti semakin tinggi resiko penggunaan dalam menggunakan *e-money* maka semakin menurun minat pengguna dalam menggunakan *e-money*. Begitupun sebaliknya, semakin kecil resiko penggunaan dalam

menggunakan *e-money* maka maka semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakan *e-money*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Subyek penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa saja, sehingga kesimpulan ini belum dapat digeneralisasikan untuk sampel pengguna *e-money* secara umum.
2. Lokasi penelitian ini hanya terfokus pada 1 universitas saja. Sehingga kurang bisa mewakili untuk pengguna *e-money* secara keseluruhan di Yogyakarta.
3. Variabel penelitian hanya meneliti 4 variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi resiko sehingga tidak mencakup dan mengetahui seluruh variabel yang mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan *e-money*.
4. Belum menampilkan data penerbit *e-money* , sehingga sebagian orang belum mengetahui bank mana saja yang menerbitkan *e-money*.

5.3 Saran

Dengan melihat kesimpulan penelitian yang telah disampaikan, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Menambah responden penelitian tidak hanya sebatas mahasiswa namun juga pengguna *e-money* lainnya.
2. Menambah lokasi penelitian menjadi lebih luas sehingga dapat mewakili penggunaan *e-money* secara keseluruhan.
3. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen lain, misal variabel daya tarik promosi yang ada pada jurnal Adiyanti (2015) atau variabel kualitas sistem dan layanan yang ada pada jurnal Utami (2016) sehingga, dengan menambahkan variabel lain diharapkan dapat mempengaruhi variabel minat sepenuhnya.
4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti menampilkan data-data penerbit *e-money* dan nama produk *e-money* yang dikeluarkan dari tiap penerbit *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, S. 2015. "BI Gencarkan Sosialisasi Transaksi E-Money Pada 2015." http://www.antaranews.com/berita/472450/bi-gencarkan-sosialisasi-transaksi-e-money-pada-2015.

Adiyanti, A. 2015. "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya*.

Ardhiani, L. 2015. "Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Penggunaan Quipperschool.com Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB) Di SMA Negeri 7 Yogyakarta."

Bank for International Settlements. 1996. "Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money." Basle.

Cahyo, W. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta." Unversitas Negeri Yogyakarta.

Fullah, L., dan S. Candra. 2011. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus : Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta)." *Journal Universitas Bina Nusantara*, 1–10.

Gefen, D. 2002. "Customer Loyalty in E-Commerce." *Journal of the Association for Information Systems* 3: 27–51.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, Luqman. 2015. "Warga Yogya Masih 'Asing' Dengan Uang Elektronik." http://www.antaranews.com/berita/473561/warga-yogya-masih-asing-dengan-uang-elektronik.

Hanafi, H., Kertahadi., dan H Susilo. 2012. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya*.

Http://forlap.dikti.go.id. 2017. "Jumlah Perguruan Tinggi Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi*. http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi/homegraphpt.

Http://koran-sindo.com. 2015. “UII Akan Batasi Penerimaan Mahasiswa Baru.” http://koran-sindo.com/page/news/2015-12-29/0/21.

Http://krjogja.com. 2016. “Potensi Ekonomi Mahasiswa Di DIY Rp 7,2 T.” http://krjogja.com/web/news/read/13490/Potensi_Ekonomi_Mahasiswa_di_DIY_Rp_7_2_T.

Irmadhani. 2012. “Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan Presepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.” *Journal Universitas Negeri Yogyakarta* 1, No. 3.

Irmadhani, dan M Nugroho. 2012. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.” *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta* 1: 1–20.

Ismulyati, S., dan W. Siswantini. 2014. “Pengaruh Trust, Risk dan Technology Acceptance Models Terhadap Keputusan Nasabah dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Universitas Terbuka*, 1–7.

Kusuma, F. 2014. “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, and Trust Terhadap Behavioral Intention to Use E-Money.”

Kusuma, L. 2011. “Pengeluaran Pulsa Lebih Besar daripada Beli Buku Kuliah.” http://www.kompasiana.com/leo4kusuma/pengeluaran-pulsa-lebih-besar-daripada-beli-buku-kuliah_550192fca3331198145116db.

Lucyanda, J. 2007. “Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) atas Aplikasi Internal Software My Quick Accounting System (MY QAS).” *Akuntansi Dan Keuangan* 1 (2): 1–8.

Mahatma, Y. 2014. “Gerakan Nasional Transaksi Nontunai Sasar Mahasiswa dan Pelajar.” http://www.beritasatu.com/ekonomi/223776-gerakan-nasional-transaksi-nontunai-sasar-mahasiswa-dan-pelajar.html.

Mukherjee, A., and Prithwiraj Nath. 2003. “A Model of Trust in Online Relationship Banking. International Journal of Bank Marketing.” *International Journal of Bank Marketing* 21, No. 1: 5–15.

Noor, Achmad Rouzni. 2016. “Bank Indonesia Catat Pertumbuhan Pesat E-Money.” https://inet.detik.com/business/d-3249623/bank-indonesia-catat-pertumbuhan-pesat-e-money.

Nursalam. 2008. “Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan.” In *Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan*, 2nd ed., 276. Jakarta: Salemba Medika. https://books.google.co.id/books?id=62jmbdySq2cC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false.

Pavlou, P. 2003. “Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model” 7 (3): 69–103.

Pratiwi, N. 2015. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Di Makasar.” Universitas Hasanuddin.

Priambodo, S., dan B Prabawani. 2016. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, No. 2.

Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. 1st ed. Yogyakarta: Andi Offset

Rahmatsyah, D. 2011. “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus : Uang Elektronik Kartu Flazz BCA).” Universitas Indonesia.

Rukmiyati, N, dan I Budiartha. 2016. “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali).” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 1: 115–42.

Sadi, S., and M Noordin. 2011. “Factors Influencing the Adoption of M-Commerce : An Exploratory Analysis.” *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 492–99.

Sari, T. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Electronic Money Di Yogyakarta.” Universitas Islam Indonesia.

Shomad, A. 2012. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–20.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.

Suryani, B. 2012. “Biaya Hidup Mahasiswa DIY 2 Kali Lipat UMP, Biaya Hiburan Tinggi.” http://www.solopos.com/2012/09/25/survei-biaya-hidup-mahasiswa-diy-2-kali-lipat-ump-biaya-hiburan-tinggi-332495.

Syaefullah, H. 2013. “Pengaruh Persepi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya* 1, No. 2: 1–18.

Utami, R. 2016. “Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan E-Money. (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia).” Universitas Islam Indonesia.

Wibowo, S, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 6, No. 1.

Widjana, M., dan B Rachmat. 2011. "Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation." *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura* 14 (110): 161–74.

Yolanda, A. 2013. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahaan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya* 2, No. 2: 1–20.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :Kuesioner

Kepada Yth.

Saudara/i Responden

Di tempat

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (Skripsi) sebagai salah satu syarat yang harus saya penuhi untuk memperolah gelar S-1 di Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia, maka dimohon kesediaan Saudara untuk menjadi responden dengan cara mengisi kuesioner berikut ini.

Penelitian ini berjudul**"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*"**

Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga akan terjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Atas kesediaan Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Dosen Pembimbing Mahasiswa

Yuni Nustini, Dra.,MAFIS., AK., CA., Ph.D. Fantry Wijayanti

Mohon Saudara memberi tanda silang (X) dari setiap pertanyaan berikut sesuai dengan pengalaman yang dirasakan setelah saudara menggunakan layanan *e-money*.

Karakteristik Responden

Program Pendidikan*:

- Diploma (D3)
- Strata1 (S1)

Fakultas* :

- Ekonomi
- Hukum
- Ilmu Agama Islam
- Kedokteran
- Matematika dan IPA
- Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
- Teknik Sipil dan Perencanaan
- Teknologi Industri

Menggunakan *e-money* :

- *Registered*
- *Unregistered*

Keterangan :

E-Money adalah alat pembayaran yang memiliki nilai uang yang tersimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip. *E-Money* dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran seperti membayar tiket transportasi umum, tarif jalan tol dan berbelanja di toko yang bekerja sama dengan penerbit e-money.Salah satu contoh produk e-money adalah : *Flazz* dari BCA, *Brizzi* dariBRI, *E-Cash* dari Mandiri, *TapCash* dari BNI, *T-Cash* dari Telkomsel, *Dompetku* dari Indosat, Indomaret Card.

Variabel Penelitian

Keterangan :

1=Sangat tidak setuju (STS) 4= Agak setuju

2= Tidak setuju 5= Setuju

3= Agak tidak setuju 6= Sangat setuju (SS)

Persepsi Manfaat	**STS**					**SS**
Dengan menggunakan *e-money*, saya lebih cepat melakukan transaksi	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Dengan menggunakan *e-money* dapat meningkatkan kinerja saya	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Dengan menggunakan *e-money* membuat pekerjaan saya lebih efektif	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Dengan adanya *e-money* akan meningkatkan produktifitas saya	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**

Persepsi Kemudahan	**STS**					**SS**
Saya dapat dengan mudah untuk mempelajari *e-money*	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya dapat memahami dengan mudah interaksi dalam penggunaan *e-money*	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Menggunakan *e-money* sangat mudah dan flexibel	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya dapat melakukan top-up (isi ulang) *e-money*kapanpun dan dimanapun	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dengan menggunakan *e-money*	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**

Kepercayaan	**STS**					**SS**
Saya percaya bank penerbit *e-money* menjaga kerahasiaan data saya	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya percaya bahwa *e-money* berkomitmen memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya percaya banyak manfaat yang didapat dari menggunakan *e-money*	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**

Persepsi Resiko	**STS**					**SS**
Saya khawatir apabila *e-money* yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya khawatir apabila saldo *e-money* saya berkurang tanpa sebab	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya khawatir menemukan banyak resiko ketika melakukan transaksi dengan *e-money*	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**

Minat	**STS**					**SS**
Saya akan mencoba menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya akan selalu menggunakan *e-money* ketika saya melakukan transaksi	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Saya akan menggunakan *e-money* dalam jangka panjang	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**

LAMPIRAN 2 : Tabel Tabulasi Data Penelitian

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
1	3	3	2	2	10	2,5
2	5	5	5	5	20	5
3	4	4	3	3	14	3,5
4	3	4	3	4	14	3,5
5	5	4	3	3	15	3,75
6	5	4	4	4	17	4,25
7	6	4	5	4	19	4,75
8	4	4	4	4	16	4
9	5	5	4	4	18	4,5
10	5	4	4	4	17	4,25
11	6	5	5	5	21	5,25
12	6	4	5	4	19	4,75
13	4	3	4	4	15	3,75
14	4	4	3	3	14	3,5
15	4	3	4	4	15	3,75
16	5	5	5	5	20	5
17	5	5	3	3	16	4
18	5	4	3	3	15	3,75
19	4	4	4	4	16	4
20	3	3	2	2	10	2,5
21	6	5	5	5	21	5,25
22	3	2	2	1	8	2
23	5	5	3	3	16	4
24	5	5	5	5	20	5
25	4	4	3	2	13	3,25
26	5	5	5	5	20	5
27	3	2	3	2	10	2,5
28	5	4	3	2	14	3,5
29	3	3	2	2	10	2,5
30	4	4	2	2	12	3
31	5	5	6	5	21	5,25
32	4	4	4	4	16	4
33	5	5	6	5	21	5,25
34	6	5	5	5	21	5,25

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
35	5	4	5	4	18	4,5
36	4	4	3	3	14	3,5
37	5	5	4	2	16	4
38	5	3	3	3	14	3,5
39	4	4	4	3	15	3,75
40	4	4	5	5	18	4,5
41	5	5	6	5	21	5,25
42	5	4	4	4	17	4,25
43	6	5	5	5	21	5,25
44	5	4	5	4	18	4,5
45	5	4	4	4	17	4,25
46	6	5	4	4	19	4,75
47	4	3	3	3	13	3,25
48	5	2	6	1	14	3,5
49	3	3	2	2	10	2,5
50	4	3	3	3	13	3,25
51	6	4	6	4	20	5
52	6	5	5	5	21	5,25
53	6	3	6	5	20	5
54	3	2	2	1	8	2
55	6	5	6	5	22	5,5
56	5	5	4	4	18	4,5
57	4	3	3	3	13	3,25
58	3	3	3	3	12	3
59	5	5	6	3	19	4,75
60	5	5	5	5	20	5
61	3	2	2	2	9	2,25
62	5	5	6	5	21	5,25
63	6	5	5	5	21	5,25
64	6	5	5	5	21	5,25
65	4	3	3	3	13	3,25
66	6	5	4	4	19	4,75
67	6	4	5	5	20	5
68	1	6	6	6	19	4,75

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
69	5	5	4	4	18	4,5
70	3	3	2	2	10	2,5
71	5	5	6	6	22	5,5
72	5	5	5	5	20	5
73	5	5	3	3	16	4
74	5	5	4	5	19	4,75
75	6	5	6	5	22	5,5
76	6	4	3	3	16	4
77	4	4	2	2	12	3
78	3	2	1	5	11	2,75
79	4	4	4	4	16	4
80	5	5	5	4	19	4,75
81	6	5	4	4	19	4,75
82	3	3	3	3	12	3
83	5	4	4	5	18	4,5
84	5	4	4	4	17	4,25
85	5	4	4	3	16	4
86	4	3	3	4	14	3,5
87	5	6	3	3	17	4,25
88	4	3	3	2	12	3
89	6	5	5	5	21	5,25
90	2	2	2	2	8	2
91	5	4	4	5	18	4,5
92	5	4	2	2	13	3,25
93	5	4	5	5	19	4,75
94	4	3	3	2	12	3
95	5	5	5	5	20	5
96	6	6	5	5	22	5,5
97	5	5	4	4	18	4,5
98	5	4	3	3	15	3,75
99	3	3	2	2	10	2,5
100	6	6	5	5	22	5,5
101	4	4	4	3	15	3,75
102	5	5	6	5	21	5,25

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
103	4	4	4	4	16	4
104	5	5	6	5	21	5,25
105	5	5	4	4	18	4,5
106	5	4	3	3	15	3,75
107	4	4	4	3	15	3,75
108	4	4	2	2	12	3
109	5	3	2	2	12	3
110	4	4	3	3	14	3,5
111	4	4	5	5	18	4,5
112	6	6	4	4	20	5
113	3	3	2	2	10	2,5
114	4	3	3	4	14	3,5
115	5	4	5	4	18	4,5
116	4	3	2	2	11	2,75
117	5	5	3	3	16	4
118	6	5	4	4	19	4,75
119	4	3	3	3	13	3,25
120	3	3	2	2	10	2,5
121	4	5	4	5	18	4,5
122	4	4	3	3	14	3,5
123	4	3	4	4	15	3,75
124	4	3	2	2	11	2,75
125	4	3	4	4	15	3,75
126	5	5	5	5	20	5
127	5	5	1	6	17	4,25
128	4	4	4	3	15	3,75
129	6	5	6	5	22	5,5
130	3	3	1	1	8	2
131	4	4	4	4	16	4
132	4	3	4	3	14	3,5
133	5	5	5	4	19	4,75
134	5	5	5	5	20	5
135	6	4	4	3	17	4,25
136	3	2	2	1	8	2

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
137	6	5	5	5	21	5,25
138	5	4	3	3	15	3,75
139	6	5	5	4	20	5
140	4	4	4	5	17	4,25
141	6	4	5	5	20	5
142	5	4	4	4	17	4,25
143	4	4	5	5	18	4,5
144	4	3	4	3	14	3,5
145	4	4	4	4	16	4
146	5	4	5	5	19	4,75
147	4	4	4	4	16	4
148	5	4	3	3	15	3,75
149	6	5	6	5	22	5,5
150	3	2	6	1	12	3
151	3	3	2	2	10	2,5
152	5	4	5	4	18	4,5
153	5	4	2	2	13	3,25
154	6	5	4	3	18	4,5
155	6	5	5	1	17	4,25
156	5	4	3	3	15	3,75
157	4	3	4	3	14	3,5
158	3	2	1	6	12	3
159	3	3	3	3	12	3
160	4	4	5	5	18	4,5
161	6	4	6	4	20	5
162	5	5	3	3	16	4
163	5	3	3	3	14	3,5
164	4	4	4	3	15	3,75
165	5	5	6	5	21	5,25
166	4	3	2	3	12	3
167	4	3	3	3	13	3,25
168	6	5	4	4	19	4,75
169	5	4	5	4	18	4,5
170	4	4	4	3	15	3,75

No Responden	Persepsi Manfaat (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata-rata
171	5	5	6	5	21	5,25
172	3	4	3	3	13	3,25
173	5	5	5	5	20	5
174	4	4	3	3	14	3,5
175	4	3	2	2	11	2,75
176	6	5	4	4	19	4,75
177	6	4	5	5	20	5
178	5	4	3	3	15	3,75
179	5	5	4	4	18	4,5
180	4	3	2	2	11	2,75

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
1	5	5	6	5	5	26	5,2
2	5	5	6	5	5	26	5,2
3	4	4	5	3	3	19	3,8
4	4	3	4	4	4	19	3,8
5	5	5	5	4	4	23	4,6
6	4	4	5	4	3	20	4
7	4	4	3	4	3	18	3,6
8	5	5	5	4	4	23	4,6
9	4	4	4	3	4	19	3,8
10	2	3	4	3	3	15	3
11	3	3	4	4	4	18	3,6
12	3	3	4	6	2	18	3,6
13	5	5	6	5	5	26	5,2
14	5	5	6	4	5	25	5
15	5	5	5	4	5	24	4,8
16	6	5	1	5	5	22	4,4
17	6	6	5	5	5	27	5,4
18	5	4	5	4	4	22	4,4
19	5	5	6	4	5	25	5
20	5	5	5	6	6	27	5,4
21	4	5	5	6	5	25	5
22	4	4	4	3	3	18	3,6
23	5	5	5	4	4	23	4,6
24	5	5	5	5	4	24	4,8
25	4	5	6	5	5	25	5
26	5	5	2	5	6	23	4,6
27	5	5	6	5	5	26	5,2
28	3	3	4	3	3	16	3,2
29	6	5	6	5	5	27	5,4
30	4	4	3	4	3	18	3,6
31	5	5	6	5	5	26	5,2
32	4	4	4	3	3	18	3,6
33	6	6	6	4	4	26	5,2
34	5	5	5	5	5	25	5

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
35	3	5	3	3	2	16	3,2
36	3	3	6	2	1	15	3
37	5	5	4	4	3	21	4,2
38	4	4	4	3	3	18	3,6
39	3	3	2	2	2	12	2,4
40	5	5	6	5	6	27	5,4
41	4	4	5	5	5	23	4,6
42	4	5	4	3	3	19	3,8
43	5	5	6	4	4	24	4,8
44	5	5	4	4	4	22	4,4
45	3	3	3	3	2	14	2,8
46	5	5	5	5	5	25	5
47	4	3	3	3	6	19	3,8
48	6	2	2	6	1	17	3,4
49	3	5	3	3	6	20	4
50	3	3	2	2	6	16	3,2
51	5	5	4	4	3	21	4,2
52	5	5	6	5	5	26	5,2
53	5	5	5	5	5	25	5
54	5	5	5	5	5	25	5
55	4	4	4	2	2	16	3,2
56	4	3	4	3	3	17	3,4
57	4	4	3	3	3	17	3,4
58	5	5	5	5	4	24	4,8
59	6	6	1	5	5	23	4,6
60	6	6	1	6	6	25	5
61	3	3	3	3	2	14	2,8
62	4	4	4	3	3	18	3,6
63	6	6	6	4	4	26	5,2
64	4	4	4	4	4	20	4
65	5	5	3	3	2	18	3,6
66	5	5	5	4	4	23	4,6
67	5	5	5	5	4	24	4,8
68	6	6	6	4	4	26	5,2
69	5	5	5	4	4	23	4,6

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
70	5	5	4	4	3	21	4,2
71	5	5	5	4	4	23	4,6
72	6	6	6	4	4	26	5,2
73	4	4	4	4	4	20	4
74	5	5	3	3	2	18	3,6
75	5	5	5	4	4	23	4,6
76	5	5	6	5	6	27	5,4
77	4	4	5	5	5	23	4,6
78	4	5	4	3	3	19	3,8
79	5	5	6	4	4	24	4,8
80	5	5	4	4	4	22	4,4
81	5	5	6	5	5	26	5,2
82	5	5	5	5	5	25	5
83	5	5	5	5	5	25	5
84	4	4	4	2	2	16	3,2
85	4	3	4	3	3	17	3,4
86	4	4	3	3	3	17	3,4
87	5	5	5	5	4	24	4,8
88	1	6	6	5	5	23	4,6
89	6	6	1	6	1	20	4
90	3	3	3	3	2	14	2,8
91	4	4	4	3	3	18	3,6
92	6	6	6	4	4	26	5,2
93	5	5	4	4	4	22	4,4
94	6	6	6	4	5	27	5,4
95	5	5	2	5	2	19	3,8
96	4	4	5	5	5	23	4,6
97	4	5	4	3	3	19	3,8
98	5	5	6	4	4	24	4,8
99	5	5	4	4	4	22	4,4
100	5	5	6	5	5	26	5,2
101	5	5	5	5	5	25	5
102	5	5	5	5	5	25	5
103	4	4	4	2	2	16	3,2

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
104	4	3	4	3	3	17	3,4
105	5	5	6	5	5	26	5,2
106	5	5	6	5	5	26	5,2
107	4	4	4	3	3	18	3,6
108	4	4	4	2	2	16	3,2
109	5	5	4	4	4	22	4,4
110	6	6	6	4	5	27	5,4
111	5	5	6	5	6	27	5,4
112	4	4	5	5	5	23	4,6
113	4	5	4	3	3	19	3,8
114	5	5	6	4	4	24	4,8
115	5	5	5	5	5	25	5
116	5	5	6	6	6	28	5,6
117	4	4	3	3	3	17	3,4
118	6	6	6	5	1	24	4,8
119	4	4	4	3	3	18	3,6
120	6	6	6	4	4	26	5,2
121	5	5	4	4	4	22	4,4
122	6	6	6	4	5	27	5,4
123	5	5	6	5	6	27	5,4
124	4	4	5	5	5	23	4,6
125	4	5	4	3	3	19	3,8
126	5	5	6	4	4	24	4,8
127	5	5	4	4	4	22	4,4
128	5	5	6	5	5	26	5,2
129	5	5	5	5	5	25	5
130	5	5	6	5	6	27	5,4
131	4	4	5	5	5	23	4,6
132	4	5	4	3	3	19	3,8
133	5	5	6	4	4	24	4,8
134	5	5	5	5	5	25	5
135	5	5	6	1	2	19	3,8
136	4	4	3	3	3	17	3,4
137	6	2	6	5	5	24	4,8

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
138	4	4	4	3	3	18	3,6
139	6	6	6	4	4	26	5,2
140	5	5	5	5	5	25	5
141	6	6	6	4	4	26	5,2
142	4	3	4	3	3	17	3,4
143	5	5	6	5	5	26	5,2
144	5	5	5	4	4	23	4,6
145	4	4	4	3	3	18	3,6
146	6	6	6	4	4	26	5,2
147	5	5	4	4	4	22	4,4
148	6	6	6	4	5	27	5,4
149	5	5	6	5	6	27	5,4
150	5	5	5	5	5	25	5
151	5	5	5	4	4	23	4,6
152	4	4	5	4	3	20	4
153	4	4	3	4	3	18	3,6
154	5	5	5	4	4	23	4,6
155	4	4	4	3	4	19	3,8
156	3	3	3	6	3	18	3,6
157	3	3	4	4	4	18	3,6
158	3	3	3	1	6	16	3,2
159	5	5	6	5	5	26	5,2
160	5	5	6	4	5	25	5
161	5	5	5	4	5	24	4,8
162	6	5	6	5	5	27	5,4
163	6	6	5	5	5	27	5,4
164	5	4	5	4	4	22	4,4
165	5	5	6	4	5	25	5
166	5	5	5	6	6	27	5,4
167	4	4	5	5	5	23	4,6
168	4	5	4	3	3	19	3,8
169	5	5	6	4	4	24	4,8
170	5	5	5	5	5	25	5
171	5	5	2	6	2	20	4

No Responden	Persepsi Kemudahan (X2)						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-rata
172	4	4	3	3	3	17	3,4
173	1	6	6	5	5	23	4,6
174	4	4	4	3	3	18	3,6
175	5	5	5	4	4	23	4,6
176	5	5	5	5	5	25	5
177	4	4	4	2	2	16	3,2
178	4	3	4	3	3	17	3,4
179	5	5	6	5	5	26	5,2
180	4	4	4	3	3	18	3,6

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
1	4	3	4	11	3,66667
2	3	2	3	8	2,66667
3	1	6	6	13	4,33333
4	4	4	5	13	4,33333
5	5	5	5	15	5
6	3	3	2	8	2,66667
7	3	3	3	9	3
8	3	3	5	11	3,66667
9	5	5	3	13	4,33333
10	3	3	4	10	3,33333
11	4	5	4	13	4,33333
12	3	3	3	9	3
13	3	3	4	10	3,33333
14	3	3	3	9	3
15	5	5	5	15	5
16	4	4	5	13	4,33333
17	4	4	4	12	4
18	5	5	5	15	5
19	5	5	5	15	5
20	3	3	3	9	3
21	3	3	5	11	3,66667
22	5	5	5	15	5
23	5	5	4	14	4,66667
24	5	5	6	16	5,33333
25	4	4	4	12	4
26	5	5	5	15	5
27	5	6	5	16	5,33333
28	5	5	5	15	5
29	4	4	4	12	4
30	6	6	5	17	5,66667
31	5	5	5	15	5
32	2	4	4	10	3,33333
33	5	5	5	15	5
34	5	5	6	16	5,33333

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
35	3	4	6	13	4,33333
36	2	3	5	10	3,33333
37	3	3	3	9	3
38	3	3	5	11	3,66667
39	3	3	4	10	3,33333
40	3	3	2	8	2,66667
41	6	1	6	13	4,33333
42	4	5	4	13	4,33333
43	6	6	5	17	5,66667
44	5	5	5	15	5
45	4	5	4	13	4,33333
46	5	5	5	15	5
47	5	5	6	16	5,33333
48	5	5	5	15	5
49	5	6	6	17	5,66667
50	6	6	6	18	6
51	3	3	5	11	3,66667
52	5	5	5	15	5
53	3	3	3	9	3
54	4	4	5	13	4,33333
55	1	6	6	13	4,33333
56	5	5	5	15	5
57	4	3	4	11	3,66667
58	3	3	4	10	3,33333
59	5	5	5	15	5
60	6	2	2	10	3,33333
61	3	3	3	9	3
62	4	5	4	13	4,33333
63	4	5	6	15	5
64	5	5	5	15	5
65	6	6	5	17	5,66667
66	4	4	5	13	4,33333
67	3	3	4	10	3,33333
68	5	5	5	15	5

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
69	4	3	3	10	3,33333
70	2	6	6	14	4,66667
71	5	6	5	16	5,33333
72	2	4	5	11	3,66667
73	3	3	2	8	2,66667
74	2	2	6	10	3,33333
75	4	5	4	13	4,33333
76	4	5	6	15	5
77	5	5	5	15	5
78	3	3	3	9	3
79	4	4	5	13	4,33333
80	3	3	4	10	3,33333
81	3	5	5	13	4,33333
82	3	3	3	9	3
83	6	5	5	16	5,33333
84	4	4	5	13	4,33333
85	3	5	5	13	4,33333
86	3	4	3	10	3,33333
87	5	5	5	15	5
88	2	2	4	8	2,66667
89	6	2	3	11	3,66667
90	3	3	3	9	3
91	4	4	5	13	4,33333
92	5	6	6	17	5,66667
93	3	4	6	13	4,33333
94	5	4	3	12	4
95	5	4	4	13	4,33333
96	6	1	6	13	4,33333
97	4	5	4	13	4,33333
98	4	3	4	11	3,66667
99	2	2	4	8	2,66667
100	3	4	4	11	3,66667
101	2	3	2	7	2,33333
102	5	5	5	15	5

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
103	4	3	4	11	3,66667
104	4	4	5	13	4,33333
105	6	6	5	17	5,66667
106	5	5	4	14	4,66667
107	3	3	4	10	3,33333
108	4	3	4	11	3,66667
109	4	5	5	14	4,66667
110	3	3	2	8	2,66667
111	6	5	5	16	5,33333
112	5	5	6	16	5,33333
113	2	2	4	8	2,66667
114	3	4	6	13	4,33333
115	5	4	3	12	4
116	5	4	4	13	4,33333
117	4	5	6	15	5
118	5	5	5	15	5
119	6	6	5	17	5,66667
120	4	4	5	13	4,33333
121	3	3	4	10	3,33333
122	5	5	5	15	5
123	4	3	3	10	3,33333
124	5	6	6	17	5,66667
125	5	6	5	16	5,33333
126	2	4	5	11	3,66667
127	3	3	4	10	3,33333
128	4	5	4	13	4,33333
129	5	5	5	15	5
130	3	3	4	10	3,33333
131	3	3	3	9	3
132	5	5	5	15	5
133	4	4	5	13	4,33333
134	4	4	4	12	4
135	5	5	5	15	5
136	5	5	5	15	5

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
137	6	6	5	17	5,66667
138	2	4	4	10	3,33333
139	5	5	6	16	5,33333
140	4	3	4	11	3,66667
141	3	3	3	9	3
142	5	5	5	15	5
143	4	3	4	11	3,66667
144	4	4	5	13	4,33333
145	3	3	3	9	3
146	5	5	4	14	4,66667
147	3	3	4	10	3,33333
148	6	6	5	17	5,66667
149	4	5	5	14	4,66667
150	5	6	6	17	5,66667
151	6	5	5	16	5,33333
152	5	6	6	17	5,66667
153	2	2	5	9	3
154	3	4	6	13	4,33333
155	4	5	4	13	4,33333
156	5	6	6	17	5,66667
157	6	2	6	14	4,66667
158	5	6	5	16	5,33333
159	5	5	5	15	5
160	6	6	5	17	5,66667
161	3	3	3	9	3
162	6	6	5	17	5,66667
163	5	5	5	15	5
164	4	4	5	13	4,33333
165	3	3	3	9	3
166	5	5	4	14	4,66667
167	3	3	4	10	3,33333
168	6	6	5	17	5,66667
169	4	5	5	14	4,66667
170	3	3	3	9	3
171	6	5	5	16	5,33333

No Responden	Kepercayaan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata-rata
172	5	6	6	17	5,66667
173	5	6	6	17	5,66667
174	2	2	4	8	2,66667
175	3	4	6	13	4,33333
176	5	5	5	15	5
177	3	3	4	10	3,33333
178	6	6	5	17	5,66667
179	3	4	6	13	4,33333
180	4	5	4	13	4,33333

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
1	2	2	2	6	2
2	3	4	4	11	3,66667
3	5	5	5	15	5
4	2	2	2	6	2
5	4	5	4	13	4,33333
6	2	2	3	7	2,33333
7	5	5	5	15	5
8	3	3	3	9	3
9	2	2	2	6	2
10	5	5	5	15	5
11	5	4	5	14	4,66667
12	4	4	3	11	3,66667
13	2	2	2	6	2
14	5	6	6	17	5,66667
15	3	3	5	11	3,66667
16	5	5	5	15	5
17	5	4	5	14	4,66667
18	3	3	3	9	3
19	5	5	6	16	5,33333
20	4	4	4	12	4
21	4	4	5	13	4,33333
22	2	2	2	6	2
23	3	4	2	9	3
24	4	4	4	12	4
25	3	3	2	8	2,66667
26	3	3	3	9	3
27	5	5	5	15	5
28	6	5	5	16	5,33333
29	4	3	4	11	3,66667
30	3	3	2	8	2,66667
31	5	5	5	15	5
32	4	4	6	14	4,66667
33	2	2	2	6	2
34	4	4	4	12	4

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
35	6	5	5	16	5,33333
36	6	6	5	17	5,66667
37	1	6	6	13	4,33333
38	4	4	6	14	4,66667
39	2	2	2	6	2
40	4	4	4	12	4
41	5	5	5	15	5
42	2	2	3	7	2,33333
43	4	4	4	12	4
44	4	4	4	12	4
45	6	6	5	17	5,66667
46	4	5	4	13	4,33333
47	1	6	6	13	4,33333
48	3	6	1	10	3,33333
49	4	4	4	12	4
50	1	6	5	12	4
51	2	2	2	6	2
52	3	4	2	9	3
53	3	2	4	9	3
54	4	4	4	12	4
55	2	1	6	9	3
56	4	5	5	14	4,66667
57	5	6	6	17	5,66667
58	6	1	2	9	3
59	3	1	4	8	2,66667
60	4	4	4	12	4
61	3	2	4	9	3
62	4	4	4	12	4
63	4	4	4	12	4
64	4	4	2	10	3,33333
65	2	2	2	6	2
66	4	5	4	13	4,33333
67	4	4	4	12	4
68	2	4	2	8	2,66667

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
69	3	3	3	9	3
70	5	5	5	15	5
71	2	2	2	6	2
72	2	2	2	6	2
73	4	3	3	10	3,33333
74	2	2	2	6	2
75	4	2	2	8	2,66667
76	5	5	6	16	5,33333
77	6	1	1	8	2,66667
78	3	2	2	7	2,33333
79	6	6	5	17	5,66667
80	5	5	5	15	5
81	3	3	3	9	3
82	5	5	5	15	5
83	3	3	3	9	3
84	5	5	3	13	4,33333
85	2	2	2	6	2
86	4	4	5	13	4,33333
87	2	2	6	10	3,33333
88	3	3	3	9	3
89	6	6	5	17	5,66667
90	6	6	5	17	5,66667
91	6	2	1	9	3
92	4	4	6	14	4,66667
93	2	2	2	6	2
94	4	4	4	12	4
95	5	5	5	15	5
96	5	6	6	17	5,66667
97	4	4	4	12	4
98	4	4	4	12	4
99	5	6	6	17	5,66667
100	4	5	4	13	4,33333
101	6	1	6	13	4,33333
102	2	2	2	6	2

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
103	3	4	2	9	3
104	5	5	5	15	5
105	4	4	4	12	4
106	2	6	1	9	3
107	2	3	2	7	2,33333
108	2	2	2	6	2
109	1	6	2	9	3
110	4	2	4	10	3,33333
111	4	4	4	12	4
112	4	4	4	12	4
113	4	4	2	10	3,33333
114	4	4	2	10	3,33333
115	2	4	2	8	2,66667
116	5	5	5	15	5
117	2	4	4	10	3,33333
118	4	4	4	12	4
119	2	4	2	8	2,66667
120	4	2	2	8	2,66667
121	4	4	4	12	4
122	4	5	4	13	4,33333
123	5	5	5	15	5
124	2	2	2	6	2
125	4	4	4	12	4
126	2	4	4	10	3,33333
127	4	4	4	12	4
128	2	4	4	10	3,33333
129	5	5	2	12	4
130	2	2	2	6	2
131	5	5	5	15	5
132	2	2	2	6	2
133	2	2	2	6	2
134	2	2	3	7	2,33333
135	5	5	5	15	5
136	3	3	3	9	3

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
137	2	2	2	6	2
138	5	5	5	15	5
139	5	4	5	14	4,66667
140	4	4	3	11	3,66667
141	2	4	2	8	2,66667
142	4	4	2	10	3,33333
143	3	3	5	11	3,66667
144	5	5	5	15	5
145	4	4	5	13	4,33333
146	2	2	6	10	3,33333
147	3	3	3	9	3
148	6	1	5	12	4
149	5	6	6	17	5,66667
150	6	2	1	9	3
151	4	4	6	14	4,66667
152	2	2	2	6	2
153	4	4	4	12	4
154	2	3	2	7	2,33333
155	2	2	2	6	2
156	4	4	4	12	4
157	4	4	4	12	4
158	2	2	2	6	2
159	4	5	4	13	4,33333
160	1	6	6	13	4,33333
161	4	5	4	13	4,33333
162	3	4	2	9	3
163	4	4	3	11	3,66667
164	2	2	2	6	2
165	2	2	2	6	2
166	3	3	5	11	3,66667
167	5	5	5	15	5
168	5	4	5	14	4,66667
169	3	3	3	9	3
170	5	5	6	16	5,33333

No Responden	Persepsi Resiko (X4)				
	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata-rata
171	4	4	4	12	4
172	4	4	5	13	4,33333
173	2	2	2	6	2
174	2	4	5	11	3,66667
175	4	5	2	11	3,66667
176	4	4	4	12	4
177	4	4	3	11	3,66667
178	4	4	2	10	3,33333
179	2	4	4	10	3,33333
180	5	6	6	17	5,66667

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
1	3	3	3	9	3
2	5	4	4	13	4,3333
3	6	5	5	16	5,3333
4	3	3	3	9	3
5	5	3	3	11	3,6667
6	5	4	4	13	4,3333
7	4	4	4	12	4
8	6	5	5	16	5,3333
9	4	3	3	10	3,3333
10	3	3	4	10	3,3333
11	5	5	5	15	5
12	4	3	3	10	3,3333
13	5	5	4	14	4,6667
14	3	3	3	9	3
15	5	4	5	14	4,6667
16	1	6	6	13	4,3333
17	5	5	5	15	5
18	4	4	3	11	3,6667
19	5	5	4	14	4,6667
20	4	4	5	13	4,3333
21	4	5	4	13	4,3333
22	4	4	3	11	3,6667
23	5	5	6	16	5,3333
24	3	4	4	11	3,6667
25	4	5	4	13	4,3333
26	6	1	6	13	4,3333
27	3	3	4	10	3,3333
28	4	4	4	12	4
29	5	5	5	15	5
30	5	5	5	15	5
31	5	4	5	14	4,6667
32	6	6	1	13	4,3333
33	5	5	5	15	5
34	4	4	3	11	3,6667

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
35	6	2	6	14	4,6667
36	2	2	2	6	2
37	3	2	2	7	2,3333
38	5	5	5	15	5
39	3	3	3	9	3
40	6	2	1	9	3
41	3	3	3	9	3
42	4	5	4	13	4,3333
43	4	4	1	9	3
44	3	3	3	9	3
45	2	1	2	5	1,6667
46	5	5	4	14	4,6667
47	1	6	6	13	4,3333
48	3	4	3	10	3,3333
49	5	5	5	15	5
50	3	3	3	9	3
51	5	4	5	14	4,6667
52	5	5	5	15	5
53	4	4	3	11	3,6667
54	5	5	6	16	5,3333
55	4	4	3	11	3,6667
56	6	6	6	18	6
57	3	3	2	8	2,6667
58	2	6	1	9	3
59	4	3	3	10	3,3333
60	5	5	5	15	5
61	4	3	3	10	3,3333
62	6	5	5	16	5,3333
63	4	4	3	11	3,6667
64	6	5	6	17	5,6667
65	3	4	2	9	3
66	6	4	5	15	5
67	5	4	5	14	4,6667
68	6	6	6	18	6

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
69	4	4	2	10	3,3333
70	3	3	3	9	3
71	5	4	5	14	4,6667
72	5	5	6	16	5,3333
73	4	4	4	12	4
74	6	5	5	16	5,3333
75	5	5	5	15	5
76	6	6	1	13	4,3333
77	3	4	3	10	3,3333
78	3	3	2	8	2,6667
79	2	3	2	7	2,3333
80	5	4	5	14	4,6667
81	4	4	3	11	3,6667
82	3	3	1	7	2,3333
83	6	5	6	17	5,6667
84	4	4	5	13	4,3333
85	5	5	5	15	5
86	4	4	4	12	4
87	5	5	6	16	5,3333
88	4	5	4	13	4,3333
89	3	3	3	9	3
90	2	2	4	8	2,6667
91	3	3	4	10	3,3333
92	5	5	5	15	5
93	3	3	3	9	3
94	5	6	4	15	5
95	4	4	3	11	3,6667
96	6	1	6	13	4,3333
97	5	5	4	14	4,6667
98	2	3	3	8	2,6667
99	2	2	3	7	2,3333
100	5	5	5	15	5
101	4	3	2	9	3
102	4	3	3	10	3,3333

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
103	5	5	5	15	5
104	4	4	4	12	4
105	5	6	5	16	5,3333
106	6	6	5	17	5,6667
107	5	5	4	14	4,6667
108	3	3	2	8	2,6667
109	4	4	5	13	4,3333
110	5	5	4	14	4,6667
111	5	5	5	15	5
112	5	3	3	11	3,6667
113	2	2	2	6	2
114	5	5	4	14	4,6667
115	4	4	5	13	4,3333
116	5	5	5	15	5
117	3	3	3	9	3
118	4	4	3	11	3,6667
119	5	5	5	15	5
120	5	5	5	15	5
121	5	4	5	14	4,6667
122	3	3	3	9	3
123	5	4	4	13	4,3333
124	6	5	5	16	5,3333
125	3	3	3	9	3
126	5	4	4	13	4,3333
127	5	5	5	15	5
128	4	4	4	12	4
129	6	5	5	16	5,3333
130	4	3	3	10	3,3333
131	3	3	4	10	3,3333
132	5	5	5	15	5
133	4	3	3	10	3,3333
134	5	5	4	14	4,6667
135	3	3	3	9	3
136	5	4	5	14	4,6667

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
137	6	6	6	18	6
138	5	5	5	15	5
139	3	3	3	9	3
140	4	4	3	11	3,6667
141	5	5	5	15	5
142	5	5	5	15	5
143	5	4	5	14	4,6667
144	3	3	3	9	3
145	5	4	4	13	4,3333
146	6	5	5	16	5,3333
147	5	5	5	15	5
148	3	3	3	9	3
149	2	2	2	6	2
150	5	5	5	15	5
151	5	4	5	14	4,6667
152	4	4	3	11	3,6667
153	2	2	2	6	2
154	5	6	6	17	5,6667
155	3	3	5	11	3,6667
156	5	5	5	15	5
157	4	4	5	13	4,3333
158	2	2	6	10	3,3333
159	3	3	2	8	2,6667
160	6	5	6	17	5,6667
161	4	4	5	13	4,3333
162	5	5	5	15	5
163	4	4	4	12	4
164	5	5	6	16	5,3333
165	4	5	4	13	4,3333
166	3	3	3	9	3
167	2	2	4	8	2,6667
168	3	3	4	10	3,3333
169	5	5	5	15	5
170	3	3	4	10	3,3333

No Responden	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Total	Rata-rata
171	5	6	4	15	5
172	4	4	3	11	3,6667
173	6	6	6	18	6
174	3	3	3	9	3
175	5	4	4	13	4,3333
176	6	5	5	16	5,3333
177	3	3	3	9	3
178	5	4	4	13	4,3333
179	5	5	5	15	5
180	2	2	1	5	1,6667

LAMPIRAN 3:Statistik Deskriptif

1. Frequencies

Statistics

		Jenjang Pendidikan	Fakultas	Jenis *e-money*
N	Valid	180	180	180
	Missing	0	0	0

2. Frequency Table

Jenjang Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma 3 (D3)	31	17,2	17,2	17,2
	Strata 1 (S1)	149	82,8	82,8	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi	30	16,7	16,7	16,7
	Hukum	19	10,6	10,6	27,2
	Ilmu Agama Islam	20	11,1	11,1	38,3
	Kedokteran	25	13,9	13,9	52,2
	Matematika dan IPA	20	11,1	11,1	63,3
	Psikologi dan Ilmu Sosial	24	13,3	13,3	76,7
	Teknik Sipil dan Perencanaa	21	11,7	11,7	88,3
	Teknologi Industri	21	11,7	11,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Jenis*e-money*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Registered	84	46,7	46,7	46,7
	Unregistered	96	53,3	53,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

3. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi manfaat	180	2,00	5,50	4,0458	,91522
Persepsi kemudahan	180	2,40	5,60	4,4000	,75487
Kepercayaan	180	2,33	6,00	4,2907	,92287
Persepsi risiko	180	2,00	5,67	3,6833	1,10373
Minat	180	1,67	6,00	4,0963	1,00556
Valid N (listwise)	180				

LAMPIRAN 4: Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,647**	,558**	,456**	,783**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	180	180	180	180	180
X1.2	Pearson Correlation	,647**	1	,567**	,592**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	180	180	180	180	180
X1.3	Pearson Correlation	,558**	,567**	1	,650**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	180	180	180	180	180
X1.4	Pearson Correlation	,456**	,592**	,650**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	180	180	180	180	180
TOTAL	Pearson Correlation	,783**	,825**	,861**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	180	180	180	180	180

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

2. Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,607**	,320**	,413**	,282**	,687**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	180	180	180	180	180	180
X2.2	Pearson Correlation	,607**	1	,411**	,380**	,359**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	180	180	180	180	180	180
X2.3	Pearson Correlation	,320**	,411**	1	,278**	,441**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	180	180	180	180	180	180
X2.4	Pearson Correlation	,413**	,380**	,278**	1	,526**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	180	180	180	180	180	180
X2.5	Pearson Correlation	,282**	,359**	,441**	,526**	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	180	180	180	180	180	180
TOTAL	Pearson Correlation	,687**	,728**	,713**	,717**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	180	180	180	180	180	180

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

3. Uji Validitas Kepercayaan

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,533**	,331**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	180	180	180	180
X3.2	Pearson Correlation	,533**	1	,536**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	180	180	180	180
X3.3	Pearson Correlation	,331**	,536**	1	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	180	180	180	180
TOTAL	Pearson Correlation	,788**	,869**	,750**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	180	180	180	180

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

4. Uji Validitas Persepsi Resiko

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,428**	,453**	,769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	180	180	180	180
X4.2	Pearson Correlation	,428**	1	,535**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	180	180	180	180
X4.3	Pearson Correlation	,453**	,535**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	180	180	180	180
TOTAL	Pearson Correlation	,769**	,811**	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	180	180	180	180

5. Uji Validitas Minat

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,575**	,552**	,848**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	180	180	180	180
Y2	Pearson Correlation	,575**	1	,498**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	180	180	180	180
Y3	Pearson Correlation	,552**	,498**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	180	180	180	180
TOTAL	Pearson Correlation	,848**	,818**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	180	180	180	180

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

6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,839	4

7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	5

8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	3

9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Resiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	3

LAMPIRAN 5: Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
N		99
Normal Parameters[a]	Mean	1,3959
	Std. Deviation	,44590
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,067
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,672
Asymp. Sig. (1-tailed)		,378

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,307	1,835		3,437	,001		
	persepsi manfaat	,156	,057	,190	2,767	,006	,976	1,024
	persepsi kemudahan	,145	,055	,182	2,654	,009	,978	1,022
	kepercayaan	,210	,074	,193	2,819	,005	,985	1,015
	persepsi risiko	-,222	,062	-,243	-3,572	,000	,991	1,009

a. Dependent Variable: minat

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,537	,879	,025	4,026	,000
	persepsi manfaat	,009	,027	-,114	,323	,747
	persepsi kemudahan	-,040	,026	-,084	-1,504	,134
	Kepercayaan	-,039	,036	,010	-1,109	,269
	persepsi risiko	,004	,030	,025	,132	,895

a. Dependent Variable: absres

LAMPIRAN 6: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

1. Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	persepsi risiko, persepsi manfaat, kepercayaan, persepsi kemudahan[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: minat

2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422[a]	.196	.177	2,73622

a. Predictors: (Constant), persepsi risiko, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan

3. ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	318,767	4	79,692	10,644	.000[a]
	Residual	1310,211	175	7,487		
	Total	1628,978	179			

a. Predictors: (Constant), persepsi risiko, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan

b. Dependent Variable: minat

4. Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,307	1,835		3,437	,001
	persepsi manfaat	,156	,057	,190	2,767	,006
	persepsi kemudahan	,145	,055	,182	2,654	,009
	Kepercayaan	,210	,074	,193	2,819	,005
	persepsi risiko	-,222	,062	-,243	-3,572	,000

a. Dependent Variable: minat