

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY***

DI YOGYAKARTA



SKRIPSI

oleh :

Nama : Tia Permata Sari

Nomor Mahasiswa : 08312387

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY***

DI YOGYAKARTA

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 : Tia Permata Sari

Nomor Mahasiswa : 08312387

FAKULTAS EKONOMI

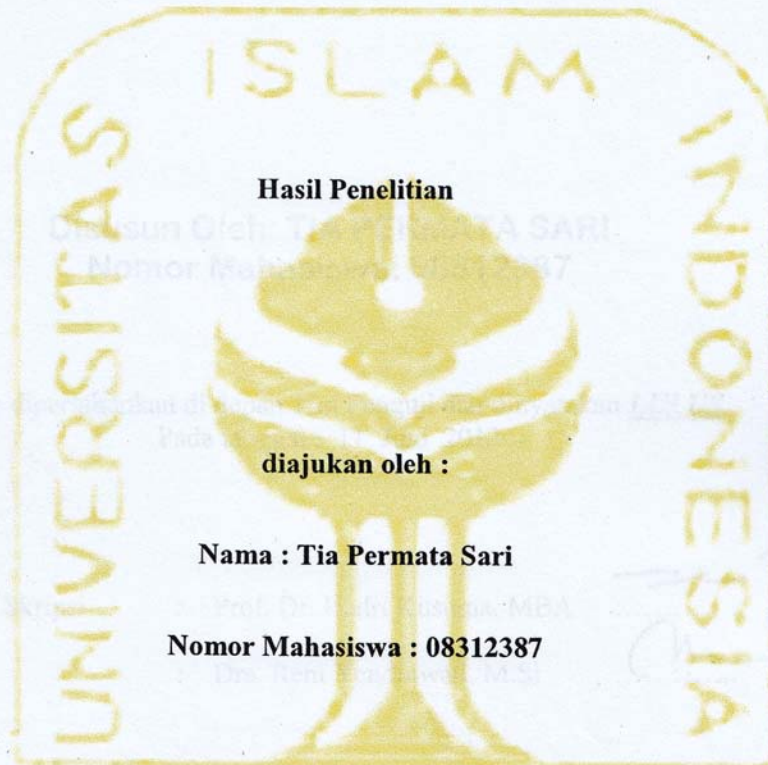
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY***

DI YOGYAKARTA



Hasil Penelitian

diajukan oleh :

Nama : Tia Permata Sari

Nomor Mahasiswa : 08312387

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing

Prof.Dr. H.Hadri Kusuma, MBA,DBA.Ak

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa
Terhadap Penggunaan Electronic Money di Yogyakarta**

**Disusun Oleh: TIA PERMATA SARI
Nomor Mahasiswa: 08312387**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 11 Juni 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

Penguji : Dra. Reni Yendrawati, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, Mei 2012

METERAI
TEMPEL

0888BAAF905396940

6000 DJP

Tia Permata Sari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ini Kupersembahkan Untuk:
Tuhanku, ALLAH SWT.,
Papa dan Mama Tercinta,
Kedua Kakakku Tersayang Aldi dan Fipih,
Asep Kurniawan Terkasih,
Serta teman-teman yang selalu menemani
Dalam suka maupun duka.

MOTTO

Musuh terkuat dalam meraih impian adalah DIRI SENDIRI.

Ketika diri sudah kehilangan pegangan,

Ketika diri sudah kehilangan motivasi,

*Ketika diri sudah kehilangan kepercayaan, keyakinan, maka sepakat atau tidak
kemauan pun akan luntur, semangat juang pun akan tergeser.*

Orang yang selalu mengakui kelemahan dirinya dalam ketaatan adalah

terpuji dan mengakui kelemahan diri (dalam beramal) adalah

tanda diterimanya amal

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin

Puji syukur senantiasa penulis tujukan kehadirat ALLAH SWT Yang selalu ada dalam setiap langkahku Atas Karunia dan Hidayah serta Akal Pikiran dan atas Segala Kemudahan. Nabi besar kita Muhammad SAW yang sudah membawa kita pada zaman yang terang benderang. Atas berkat Rahmat dan KebesaranNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY* DI YOGYAKARTA”. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam melaksanakan penelitian ini, penulis mendapat bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, puji syukur penulis panjatkan atas kasih sayang, rahmat dan perlindungan-Nya.
2. Papa dan Mama, untuk doa yang tak pernah usai. Kasih sayang, cinta dan kesabaran yang diberikan kepada penulis, terima kasih untuk

semuanya, tiada kata yang mampu putrimu sampaikan untuk semua yang telah kalian berikan. *Thank's for being my parents.*

3. Bapak Edy Suandi Hamid, Dr., M.Ec, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Hadri Kusuma, Drs, MBA, DBA, Prof. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, dan juga selaku dosen pembimbing skripsi yang selama ini membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Syamsul Hadi M.S., Ak. yang telah memberikan kesempatan selaku pembimbing akademik.
6. Ibu Isti Rahayu, Dra., M.Si, Ak. Selaku ketua jurusan akuntansi yang telah banyak memberikan masukan sehingga bisa sampai saat ini.
7. Kakakku Rinaldi Supandi dan Fipih Fizrini tersayang, serta Asep Kurniawan yang akan selalu dihati penulis, yang telah memberikan doa, dukungan, bimbingan dan kasih sayang kepada penulis.
8. Keluarga besarku terima kasih untuk doa, kasih sayang, dan perhatian yang kalian berikan, sehingga penulis tak pernah merasa sendiri walau jauh dari kalian.
9. Teman-temanku seperjuangan OCB *family*, Andri, Vora, Mita, Sarah, Vivi, semoga apa yang telah kita lalui bersama menjadi kenangan yang tak pernah kita lupakan.

10. Teman-teman KKN unit 71 : *Thank for all.*

11. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dalam ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Akuntansi.

Wassalamu'alaikum wr wb

Yogyakarta, Mei 2012

Penulis

Tia Permata Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Motto.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematis Pembahasan.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 <i>E-money</i>	12
2.2 <i>Theory of Reaction (TRA)</i>	13
2.3. <i>Theory Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.4. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	17
2.5. Pengembangan Hipotesis	18
2.5.1. Persepsi Kemudahan (<i>Perceived ease of use</i>)	18
2.5.2. Persepsi Manfaat (<i>Perceived usefulness</i>).....	20
2.5.3. Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>).....	21
2.5.4. Perilaku Pengendalian (<i>Perceived Behaviour Control</i>)..	23
2.5.5. Persepsi Resiko (<i>Perceived of Risk</i>).....	24
2.5.6. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	24
2.5.7. Persepsi Nilai (<i>Perceived of Value</i>)	26
2.5.8. Personal Inovatif	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.2. Metode Pengumpulan Data	29
3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran	30
3.3.1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	30
3.3.2. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	31
3.4. Model Penelitian	34
3.5. Hipotesis Operasional	36
3.6. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reabilitas	40
3.7. Teknis Analisis Data	41

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.2. Analisis Karakteristik Responden.....	42
4.3. Analisis Deskriptif.....	46

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.2 Uji Validitas.....	53
4.3.3 Uji Reabilitas.....	57
4.4. Menilai Inner Model (Model Struktural Hasil Penelitian)....	58
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	65
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3. Saran.....	75
 DAFTAR PUSTAKA	 77
 LAMPIRAN	 79

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Hasil Pengumpulan Data	43
4.2. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
4.3. Klasifikasi responden berdasarkan usia	45
4.4. Klasifikasi responden berdasarkan jenjang pendidikan yang ditempuh..	46
4.5. Hasil Analisis Deskriptif.....	48
4.6 <i>Results for outer loadings</i>	52
4.7. <i>Correlasi of the laten variable</i>	55
4.8. AVE dan akar AVE	56
4.9. <i>Composite Reliability</i>	57
4.10. <i>Result for Inner Weight</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. <i>Theory of Reason Action</i> (TRA)	14
2.2. <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM)	16
2.3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	18
2.4 Kerangka Pikir	28
3.1 Model Penelitian.....	35
4.1 Model Hasil Penelitian.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	80
Lampiran 2. Data Responden.....	85
Lampiran 3. Uji Validitas	88
Lampiran 4. Rata-Rata Variabel.....	91
Lampiran 5. Uji Reabilitas	92
Lampiran 6. <i>Deskriptive Analysis</i>	93
Lampiran 7. <i>SmartPLS report</i>	94
Lampiran 8. <i>Results for inner weights</i>	94
Lampiran 9. <i>Results for outer weights</i>	96
Lampiran 10. <i>SmartPLS report</i>	98

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan *Electronic Money* Di Yogyakarta” yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan *electronic money* di Yogyakarta. Penelitian ini menggabungkan dua model teori, yaitu *Theory Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sebagai kerangka dasar penelitian. Model ini memakai Persepsi Kemudahan (PK), Persepsi Manfaat (PM), Norma Subjektif (NS), Perilaku Pengendalian (PP), Persepsi Resiko (PR), Kepercayaan (K), Persepsi Nilai (PN), dan Personal Inovatif (PI) sebagai variabel untuk membangun model penggunaan *electronic money* di Yogyakarta.

Penelitian ini mengambil sampel pada responden yang berstatus sebagai mahasiswa yang menggunakan fasilitas *electronic money* di Yogyakarta. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dari seluruh kuesioner yang tersebar sejumlah 100 dapat kembali dan diolah sebanyak 100 sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program PLS.

Dari sepuluh hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, terdapat pengaruh secara signifikan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi resiko, kepercayaan, dan persepsi nilai terhadap minat penggunaan *e-money*. Sedangkan untuk variabel norma subjektif, perilaku pengendalian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Norma Subjektif, Perilaku Pengendalian, Persepsi Resiko, Kepercayaan, Persepsi Nilai, dan Personal Inovatif.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) diyakini menjadi sebuah faktor penting bagi kemajuan bangsa di era global kini (*Kling, 2000*). Selain menjadi faktor produksi dan ekonomi, TIK juga berperan sebagai motor dalam perubahan sosial kemasyarakatan di berbagai aspek, termasuk salah satunya di bidang perbankan. Perkembangan ini pada dasarnya tidak lepas dari kondisi fenomena *knowledge society* dan *knowledge-based society* (*Loermans dan Fink, 2005*). Hal ini pada gilirannya mengharuskan terjadinya transformasi sosial - budaya di kehidupan (*Worren., et.al., 1999*). Bahkan, digitalisasi pada semua bidang nampaknya makin tidak bisa dihindari, termasuk juga dalam lingkup aplikasi di sektor perbankan (*Aladwani, 2001*).

Teknologi perbankan saat ini berkembang sangat pesat. Kondisi ini terutama didukung oleh aplikasi teknologi internet. Di sisi lain, mobilitas individu juga semakin tinggi sehingga mereka butuh aplikasi teknologi yang bisa menjawab semua tuntutan kebutuhan mobilitas tersebut (*Daniel, 1999*). Dalam kondisi ini maka sangat beralasan jika kemudian pemanfaatan atas semua piranti yang berbasis teknologi menjadi semacam *lifestyle* dan juga *workstyle* karena hampir semua pekerjaan yang ada juga menuntut aplikasi teknologi tinggi (*Mols, 1998*).

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Penggunaan internet tidak hanya untuk mencari (*searching*) informasi saja, internet juga digunakan sebagai sarana transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commerce*. Wajah industri perbankan nasional terus berganti rupa. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah segalanya dengan mudah, cepat, dan tak terduga. Perbankan adalah satu dari sekian banyak bidang yang mengalami perkembangan impresif akibat kemajuan TIK. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberikan dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronis (*electronic payment*). Dalam hal ini yang dimaksud dengan pembayaran elektronis adalah pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti *integrated circuit* (IC), *cryptography* dan jaringan komunikasi.

Pembayaran elektronis yang telah dikenal dan sudah ada di Indonesia saat ini antara lain *phone banking*, *internet banking*, 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 *phone banking*, *internet banking*, kartu kredit maupun kartu debit/ATM, selalu melalui proses otorisasi dan akan dibebankan langsung ke dalam rekening nasabah tersebut.

Bila beberapa tahun silam masyarakat mengalami euforia *internet banking* dan *mobile banking*, kita sekarang menghadapi euforia *electronic money* atau *e-*

money. *E-money* adalah suatu alat pembayaran elektronik, di mana nilai uang yang digunakan dalam transaksi tersimpan dalam media elektronik. *E-money* dikemas dalam beragam bentuk, bisa berupa *chip (chip based)* yang ditanam dalam sebuah kartu atau stiker, bisa pula berupa *server based* atau *virtual based*.

Di beberapa negara telah mulai dikembangkan produk teknologi *Electronic Money (e-money)* yang memiliki karakteristiknya berbeda dengan pembayaran elektronik yang telah disebutkan sebelumnya, karena 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), sebab *e-money* tersebut merupakan produk '*stored value*' dimana sejumlah nilai (*monetary value*) telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (*prepaid*).

Pembahasan tentang *e-money* akan memiliki banyak "catatan kaki" bila melihat jauh ke depan (<http://investor.co.id>). Tidak dapat menafikan kekhawatiran sejumlah kalangan bahwa penggunaan *e-money* pada masa mendatang berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran yang bersifat ritel. Tren penggunaan *e-money* kian hari kian meningkat (<http://investor.co.id>). Pesatnya pertumbuhan penggunaan teknologi komunikasi ini merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tren penggunaan *e-money*.

Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang terpenting bagi kita adalah bagaimana pengguna belajar mengenai produk atau jasa untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya.

Tidak ada jaminan bahwa kemajuan teknologi akan selalu diikuti dengan kesuksesan adopsi oleh pengguna. Oleh karena itu, penerimaan dan niat untuk mengadopsi teknologi baru adalah aspek krusial dari pemasaran produk baru (Wang, et al., 2008). Dalam banyak kasus, kesuksesan penyebaran teknologi baru sebagian ditentukan oleh besarnya pemakai potensial mampu mengadopsi teknologi tersebut (Wang, et al., 2008).

Meskipun relatif masih dalam tahap perkembangan awal, *e-money* mempunyai potensi dalam menggeser peran uang tunai untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat retail sebab transaksi retail tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah baik bagi konsumen maupun pedagang (*merchant*). Penggunaan *e-money* dinilai juga lebih memberikan kenyamanan dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi-transaksi yang bernilai kecil. 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.

Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak memerlukan otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN. *E-money* tidak bertujuan untuk mengganti uang kecil secara total. Hanya memberikan salah satu kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan kepada

masyarakat. Dengan *e-money*, masyarakat untuk melakukan *payment*, maka mereka tidak perlu lagi membawa uang receh, cukup menyentuhkan *e-money* pada sensor alatnya.

Meskipun begitu, pada prakteknya *e-money* memiliki kelemahan. *E-money* yang telah banyak disediakan oleh berbagai operator atau penerbit yang berbeda-beda ini, diantaranya belum ada saling interkoneksi serta belum memperhatikan interoperabilitas (kemampuan dalam kerja sama). Oleh sebab itu, menurut Gubernur Bank Indonesia (BI), sinkronisasi penyusunan standar uang elektronik harus segera dilakukan. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat tidak perlu memiliki *e-money* banyak untuk bertransaksi. Di samping itu, *e-money* rawan terhadap kejahatan. Pembobolan data dan nilai rupiah dari suatu kartu elektronik semakin hari juga semakin besar. Karena kejahatan berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi, sehingga perlindungan terhadap sumber daya teknologi *e-money* juga harus terus dikembangkan. Penggunaan *e-money* yang tidak menggunakan otorisasi *online* atau PIN, membuat *e-money* ini dapat digunakan oleh siapapun. Bila *e-money* tersebut hilang dan ditemukan oleh orang lain, maka penemu itu bisa bebas menggunakan *e-money* tersebut tanpa sepengetahuan orang lain. Adanya isu yang mengaitkan *e-money* dapat memudahkan kemungkinan pencucian uang, dan memiliki potensi ekonomi makro-efek, seperti ketidakstabilan nilai tukar serta kekurangan pasokan uang (jumlah uang elektronik *versus* jumlah uang riil yang tersedia, pada dasarnya kemungkinan bahwa *digital cash* dapat melebihi uang nyata yang tersedia).

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), transaksi *e-money* masih jauh lebih kecil dibandingkan jumlahnya yang beredar. Bahkan perbandingan *e-money* yang beredar dan jumlah transaksi mencapai 3:1. Artinya, dari 3 *e-money* yang dimiliki nasabah hanya satu yang digunakan rutin sekali sebulan. Dari data Sistem Pembayaran BI Desember 2011, transaksi uang elektronik pada akhir November 2011 mencapai 4,12 juta dengan nilai Rp 77,23 miliar. Bila dibandingkan dengan bulan sebelumnya, nilai transaksi memang meningkat 182.181 kali, meskipun nilainya sedikit menurun dari sebelumnya yang mencapai Rp 78,31 miliar. Bila dibandingkan November 2010, transaksi *e-money* meningkat 77,58% dan nominalnya naik 42,22%. Namun, transaksi tersebut masih jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan uang elektronik yang beredar di masyarakat.

Hingga akhir November, terdapat 12,83 juta *e-money* di masyarakat, meningkat lebih dari 700.000 dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang tercatat 12,13 juta. Bila dibandingkan dengan November 2010, *e-money* yang beredar di masyarakat telah meningkat 75,51%. Jumlah unit uang elektronik yang beredar di masyarakat menunjukkan tidak semua *e-money* tersebut rutin digunakan minimal 1 kali dalam sebulan. Hingga akhir November 2011 tercatat ada sebelas penerbit *e-money* yang terdiri dari enam bank dan lima non bank. Enam bank tersebut adalah Bank DKI, Bank Mandiri, BCA, Bank Mega, BNI dan BRI. Adapun perusahaan non bank yang menerbitkan *e-money* adalah PT Telekomunikasi Indonesia beserta anak usaha PT Telekomunikasi Seluler, PT Skye Sab Indonesia, PT Indosat dan PT XL Axiata.

Penelitian terdahulu menguji tentang *electronic money* atau sering disebut *e-money* yang dilakukan oleh Kevin K.W. Ho pada tahun 2010 tetapi penelitian tersebut memfokuskan diri suatu produk. Dalam penelitian tersebut menguji beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *e-money* apabila dilihat dari sudut pandang konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor manfaat yang dirasakan adalah faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi minat terhadap pengguna *e-money*, faktor kemudahan yang mempengaruhi manfaat yang dirasakan, dan faktor kepercayaan yang mempengaruhi minat pengguna sistem teknologi *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Baihaqi pada tahun 2011 berdasarkan model TAM menunjukkan bahwa, semua variabel mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap penerimaan sistem pembayaran elektronik, akan tetapi hanya variabel kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna menggunakan teknologi sistem pembayaran elektronik menggunakan sistem uang elektronik (*e-money*). Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian yang telah ada dengan menambahkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, norma subjektif, perilaku pengendalian, persepsi resiko, kepercayaan, persepsi nilai, dan personal inovatif yang disesuaikan dengan kondisi di lingkungan dan budaya yang berbeda. Penelitian sebelumnya dilakukan di Amerika sehingga kemungkinan akan berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan *Electronic Money* Di Yogyakarta”.

1.3. Batasan Masalah

Untuk pelaksanaan penelitian, maka terlebih dahulu peneliti akan menentukan apa sebenarnya yang akan diteliti. Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka disini peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini, yaitu minat mahasiswa terhadap penggunaan *e-money* di Yogyakarta.
2. Variabel bebas penelitiannya yaitu, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, norma subjektif, persepsi resiko, kepercayaan, persepsi nilai, dan personal inovatif. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah minat menggunakan *e-money*.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, norma subjektif, perilaku pengendalian, persepsi resiko, kepercayaan, dan persepsi nilai terhadap minat penggunaan *e-money*.
2. Menganalisis pengaruh personal inovatif terhadap persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat penggunaan *e-money*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen mengenai faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan *e-money* sehingga pihak bank dapat meningkatkan pelayanan jasa *e-money*.

2. Bagi Penulis

Bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah, terutama yang erat hubungannya dengan pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, norma subjektif, persepsi resiko, kepercayaan, persepsi

nilai, personal inovatif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.

1.6. Sistematis Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini secara garis besar dibagi dalam lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain *e-money*, TAM, TPB, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, norma subjektif, persepsi resiko, kepercayaan, persepsi nilai, personal inovatif, hipotesis, dan kerangka pikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, model penelitian, hipotesis operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pengumpulan data, analisis deskriptif, model struktural hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. 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 elektronik dalam suatu peralatan elektronik yang dimiliki seseorang. ‘Nilai elektronik’ ini dapat diperoleh seseorang dengan menukarkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik miliknya. Dengan peralatan tersebut, pemiliknya dapat melakukan pembayaran atau menerima pembayaran, dimana nilainya akan berkurang pada saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali.

E-money dimaksudkan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multi purpose*), 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*, dengan karakteristik sebagai berikut :
 - ‘Nilai elektronik’ disimpan dalam suatu *chip (integrated circuit)* yang tertanam pada kartu.

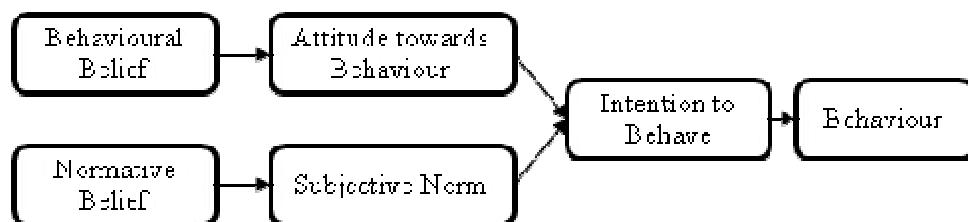
- Mekanisme pemindahan dana dilakukan dengan memasukkan kartu ke suatu alat tertentu (*card reader*).
- b. *Prepaid software*, sering disebut juga *digital cash*, dengan karakteristik sebagai berikut:
 - ‘Nilai elektronik’ disimpan dalam suatu *hard disk* yang terdapat dalam *Personal Computer (PC)*.
 - Mekanisme pemindahan dana dilakukan melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet, pada saat melakukan pembayaran.

2.2. ***Theory of Reason Action (TRA)***

Pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980 (Jogiyanto, 2007). Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA ini, Ajzen (1980) menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut. Lebih lanjut, Ajzen mengemukakan bahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*).

Dalam upaya mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat untuk dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku, Ajzen

melengkapi TRA ini dengan keyakinan (*beliefs*). Dikemukakannya bahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*), sedangkan Norma subjektif berasal dari keyakinan normatif (*normative beliefs*). Secara skematik TRA digambarkan seperti skema di Gambar-2.1.



Gambar- 2.1

2.3. *Theory Acceptance Model (TAM)*

Penerapan dan penggunaan Teknologi Informasi (TI) telah menjadi tujuan utama dari setiap organisasi pada dua dekade terakhir ini. Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan TI (*IT acceptance*). Dari penelitian-penelitian sebelumnya bahwa faktor penentu utama dari berhasil atau tidaknya suatu proyek sistem informasi adalah penerimaan pemakai (*user acceptance*).

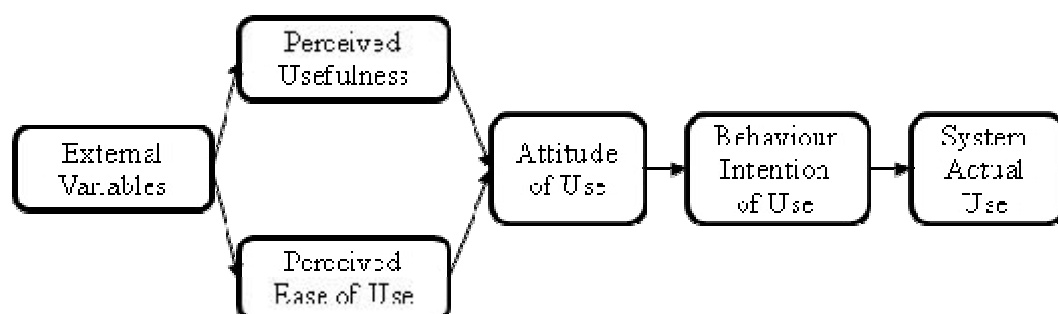
Para peneliti sistem informasi telah mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu suatu teori yang berhubungan dengan sikap dan perilaku

individu dalam melaksanakan kegiatan atau tindakan yang beralasan dalam konteks penggunaan teknologi informasi. Seseorang akan memanfaatkan komputer atau teknologi informasi dengan alasan bahwa teknologi tersebut akan menghasilkan manfaat bagi dirinya. *Model Technology Acceptance Model (TAM)* sebenarnya diadopsi dari model *The Theory of reasoned Action (TRA)*, yaitu satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) sendiri dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer. Model TAM merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi, perilaku akuntansi, dan psikologi. Sampai saat ini TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi dan telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam membantu memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam implementasi sistem informasi. Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pemakai teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan. Model TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi informasi oleh pemakai.

Technology Acceptance Model (TAM) mendefinisikan dua persepsi dari pemakai teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka. TAM menekankan pada persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan sistem untuk

saya” dan “semudah apakah sistem itu digunakan” adalah dua faktor kuat yang mempengaruhi penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pemakai. 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 konteks penggunaan TI menjadikan tindakan orang tersebut dapat menerima penggunaan TI. Kedua variabel model TAM, yaitu kemanfaatan (*usefulness*), dan kemudahan (*ease of use*) dapat menjelaskan bahwa persepsi pemakai akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi.

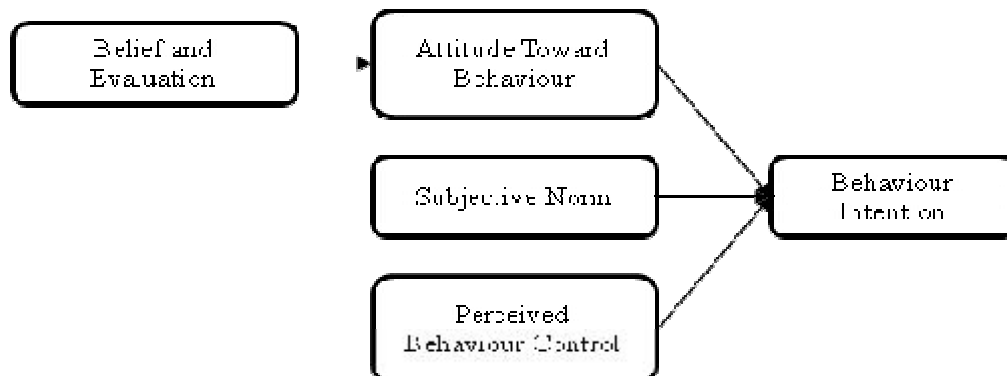


Gambar 2.2

2.4. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Reason Action diperluas dan dimodifikasi oleh Ajzen (1988) dengan teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*), dimana determinan intenti tidak hanya dua (sikap terhadap perilaku yang bersangkutan dan norma-norma subjektif) melainkan tiga dengan diikutsertakannya aspek perilaku pengendalian yang dihayati (*perceived behavior control*). Keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, pada norma-norma subjektif dan pada kontrol perilaku yang dihayati. Keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan.

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA. Ajzen (1985) menambahkan konstruk yang belum ada dalam TRA, yaitu kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu (Chau dan Hu, 2002). Dengan kata lain, dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif semata, tetapi *Behavioral Belief Attitude towards Behavior Intention to Behave Behavior Subjective Norms* Gambar-1. *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975) juga persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukannya yang bersumber pada keyakinannya terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*). Secara skematik TPB digambarkan sebagaimana pada gambar 2.3



Gambar 2.3

2.5. Pengembangan Hipotesis

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian akan menggabungkan antara model teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), apakah dapat secara optimal apabila digunakan untuk memprediksi ataupun menganalisis minat pengguna *e-money*. Dasar modifikasi pada gambar dengan pengembangan hipotesa diuraikan sebagai berikut:

2.5.1. Persepsi Kemudahan (*Perceived ease-of-use*)

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. Persepsi kemudahan penggunaan

didefinisikan sebagai "tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha" (Davis, 1989: 320), yang mencerminkan bahwa usaha merupakan sumber daya yang terbatas bagi seseorang yang akan mengalokasikan untuk berbagai kegiatan. Yang paling penting bagi pengguna adalah jumlah usaha yang dia keluarkan untuk dikeluarkan dalam menggunakan suatu sistem. Berdasarkan definisi tersebut disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran elektronik seperti *e-money* akan mengurangi suatu usaha (baik waktu maupun tenaga seseorang di dalam melaksanakan aktivitas finansial). Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa seseorang pengguna yang menggunakan sistem pembayaran elektronik bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan sistem pembayaran elektronik. Pengguna sistem pembayaran elektronik mempercayai bahwa *e-money* lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan telah diteliti sebagai kunci penentu dari penerimaan dan penggunaan teknologi, memposisikan bahwa variabel persepsi pengguna terhadap kemudahan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kegunaan yang dapat dijelaskan secara logika bahwa hal yang dipersepsikan lebih mudah digunakan akan lebih memberi manfaat.

Berdasarkan landasan teori yang telah disebutkan diatas dan penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang memahami kemudahan penggunaan dari suatu teknologi informasi berharap bahwa

teknologi tersebut akan memberikan manfaat bagi dirinya sendiri. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Persepsi kemudahan berhubungan positif terhadap manfaat penggunaan *e-money*.

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap minat seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap terhadap penggunaan sesuatu adalah perilaku suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Perilaku suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Dengan demikian, semakin mudah penggunaan sistem pembayaran elektronik (*e-money*), maka akan menimbulkan minat yang besar dalam penggunaan *e-money*. Dari pernyataan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Persepsi kemudahan berhubungan positif terhadap minat penggunaan *e-money*

2.5.2. Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*)

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi mengenai kegunaan atau manfaat

(*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful*, yaitu *capable of being used advantageously*, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi terhadap *usefulness* adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Dalam konteks organisasi atau tidak langsung berdampak pada kesempatan memperoleh keuntungan-keuntungan baik yang bersifat fisik atau materi maupun non-materi. Penggunaan *e-money* memberikan keuntungan dibandingkan dengan menggunakan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain penggunaan *e-money* lebih nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi-transaksi yang bernilai kecil, transaksi *e-money* juga tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian. Kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi dapat dikurangi. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit karena tidak memerlukan otorisasi *online*, tanda tangan, maupun PIN. Dari pernyataan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Persepsi Manfaat berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*

2.5.3. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Menurut Kreitner & Kinicki (2001), norma subjektif diartikan sebagai penerimaan tekanan sosial untuk menampilkan sebuah perilaku yang spesifik.

Selanjutnya Fishbein dan Ajzen (1975) menerangkan bahwa “*The Subjective norm is the person’s perception that most people who are important to him think he should or should not perform the behavior in question*”. Mereka mendefinisikan jika norma subyektif merupakan persepsi individu berhubungan dengan kebanyakan dari orang-orang yang penting bagi dirinya mengharapkan individu untuk melakukan atau tidak melakukan tingkah laku tertentu, orang – orang yang penting bagi dirinya itu kemudian dijadikan acuan atau patokan untuk mengarahkan tingkah laku.

Norma subyektif merupakan dasar determinan kedua dari intensi dalam *Theory of planned behavior* (TPB), norma subyektif pun masih terkait dengan *beliefs* (keyakinan-keyakinan). Namun *belief* pada norma subyektif berbeda jenis dengan *belief* dalam sikap karena *belief* dalam norma subyektif merupakan representasi persepsi dari *significant others* (tokoh panutan) baik perorangan maupun berkelompok yang kemudian mempengaruhi individu apakah akan menampilkan perilaku atau tidak. Hal ini berkaitan dengan seberapa besar keyakinan untuk menggunakan *e-money* sebab semakin mendapat tekanan dalam lingkungan sosial akan menimbulkan minat yang besar untuk menggunakannya. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Norma Subyektif berhubungan positif terhadap pengguna *e-money*

2.5.4 Persepsi Perilaku Pengendalian (*Perceived Behaviour Control*)

Dasar determinan ketiga dari *Theory Planned Behavior* (TPB) adalah *Perceived Behavioral Control* (PBC). Ajzen (1988) mendefinisikan *Perceived Behavioral Control* (PBC) sebagai berikut : “*this factor reflects to the perceived ease or difficulty performing the behavior and it assumes to reflect past experience as well as anticipates impediment and obstacles*”, faktor ini menggambarkan persepsi individu mengenai mudah atau tidaknya individu untuk melakukan tingkah laku dan diasumsikan merupakan refleksi dari pengalaman yang telah terjadi sebelumnya serta hambatan-hambatan yang diantisipasi. Dalam Ajzen (2005), hal yang perlu diingat mengenai *Theory planned behavior* (TPB) tidaklah secara langsung dengan banyaknya kontrol individu mempengaruhi situasi, justru menganggap kemungkinan efek dari PBC dalam pencapaian akhir tingkah laku. Sehingga dapat diasumsikan jika seorang pengguna tidak percaya diri akan kemampuan dalam menggunakan aplikasi seperti *e-money*, maka minat untuk menggunakan *e-money* menimbulkan perilaku pengendalian yang akan berdampak pada hal penggunaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: Perilaku Pengendalian berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*

2.5.5. Persepsi Resiko (*Perceived of Risk*)

Resiko adalah suatu keadaan *uncertainly* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi. Orang-orang sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam 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*. Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan *e-money*, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6: Persepsi Resiko berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*

2.5.6. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah suatu keadaan yang melibatkan ekspektasi positif mengenai motif-motif dari pihak lain yang berhubungan dengan diri seseorang dalam situasi yang berisiko (Boon dan Holmes, 1991; Lau dan Lee, 1999; Tjahyadi, 2007). 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. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan atau

kemauan untuk meyakini bahwa seseorang dapat mengandalkan kebaikan dan kemampuan orang lain sebagai penjual atau pembeli (Soesianto dkk, 2000). Steward dkk (2001) dalam Pavlou (2001) menyatakan bahwa 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 agar kepercayaan pengguna semakin tinggi, karena kepercayaan mempunyai pengaruh besar terhadap penerimaan 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*.

Dengan demikian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H7: Kepercayaan berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*

2.5.7. Persepsi Nilai (*Perceived of Value*)

Nilai (*value*) didefinisikan sebagai persepsi subjektif dari jual beli dalam hubungannya dengan keuntungan dan pengorbanannya” (deChernatory, Harris, dan Dall’OlmoRiley, 2000; Ulaga, 2003; Walter, 2001). Persepsi nilai dalam kalimat sederhananya merupakan perbandingan antara berapa keuntungan yang didapat dengan berapa yang harus dikorbankan. Keuntungan disini luas dimensinya tidak hanya dalam konteks moneter tapi juga, kepuasan, keuntungan dari sisi waktu dan lain-lain dalam menggunakan *e-money*. Jika perbedaan bersifat positif (keuntungannya lebih banyak dibandingkan pengorbanan) maka persepsi terhadap nilai akan berdampak positif juga; yang berarti akan berdampak terhadap minat untuk menggunakan *e-money*. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H8: Persepsi Nilai berhubungan positif terhadap pengguna *e-money*

2.5.8. Personal Inovatif

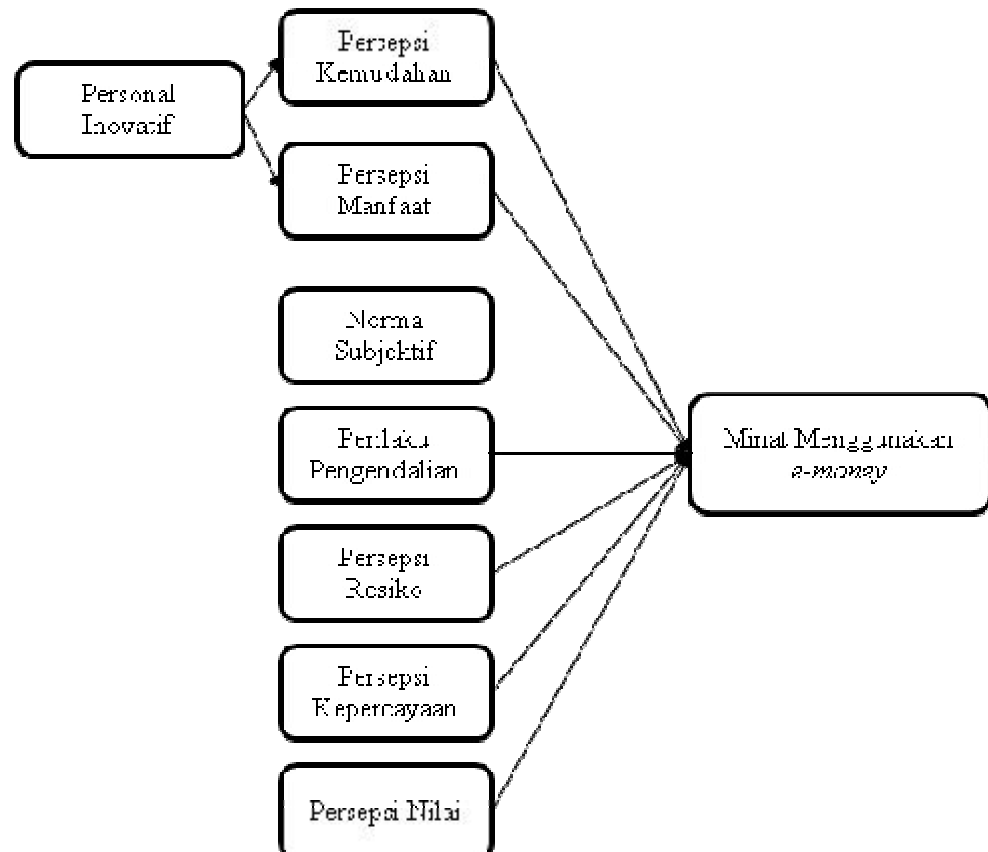
Personal inovatif didefinisikan sebagai keinginan dari seseorang untuk menguji sistem informasi yang baru. Leung dan Wei (1988) melaporkan bahwa keinovatifan konsumen secara positif berhubungan dengan keputusan pemakaian mereka terhadap berbagai teknologi. Tingkat penerimaan inovasi dapat ditentukan melalui perilaku konsumen terhadap suatu inovasi itu sendiri. Dalam hal minat menggunakan, kebanyakan orang tidak memiliki ide atau pengetahuan

mengenai layanan *e-money* atau kejelasan kemudahan yang dirasakan untuk menggunakan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi pengguna untuk memakai. Citrin dkk (2000) menemukan melalui penelitiannya bahwa keinovatifan personal mampu memprediksi konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk bertransaksi. Oleh karena itu, ini menjadi awal yang relatif untuk menguji keinovatifan sebagai sebuah variabel yang berpengaruh pada sebuah lingkungan baru. Diharapkan keinovatifan personal ini mampu menghasilkan sebuah dampak yang kuat pada kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan *e-money*. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H9: Personal Inovatif berhubungan positif terhadap kemudahan penggunaan *e-money*

Ada beberapa penelitian yang mengungkapkan bahwa keinovatifan berhubungan dengan perilaku penggunaan. Gagasan ini termasuk dalam penelitian karena hal ini telah diharapkan untuk mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan *e-money*. Kecenderungan individu yang memiliki tingkat inovasi yang tinggi merupakan pencari informasi yang aktif mengenai ide-ide baru, dan mengetahui bahwa *e-money* memiliki manfaat bagi penggunaannya. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H10: Personal Inovatif berhubungan positif terhadap manfaat pengguna *e-money*



Gambar 2.4. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan individu yang menjadi objek penelitian (Mustafa, 1998). Populasi dari penelitian ini adalah para pengguna yang menggunakan sistem pembayaran *e-money*. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa yang ada di Yogyakarta yang menggunakan *e-money*. Yogyakarta dipilih karena merupakan provinsi yang memiliki populasi mahasiswa terbesar di Indonesia sehingga terkenal dengan sebutan kota pelajar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Berimplikasi pada jenis data yang diambil untuk penelitian ini, yaitu data penelitian digolongkan sebagai data primer.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data penelitian adalah dengan menggunakan angket atau kuisioner. Kuisioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi, 2005).

Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *non probability sampling*. Metode ini berupa *purposive sampling* dan *convenience*

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.

3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian diukur dengan menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dengan memberi skor kepada masing-masing alternatif jawaban.

3.3.1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah:

Minat Terhadap Penggunaan *Electronic Money*

Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif pengguna (*user*) dapat dijadikan indikator keberhasilan sistem tersebut. Begitu pula dengan pengadopsian *electronic money*. Minat pengguna menggunakan *e-money* diukur dari 4 dimensi. Respon mahasiswa sebagai pengguna akhir (*user*) merupakan indikator berjalan tidaknya sistem tersebut. Pengukuran dalam minat terhadap penggunaan *e-money* menggunakan skala *likert* dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Venkatesh dan Davis (1989), Taylor dan Tood (1999), Moore dan Benbasat (1999).

3.3.2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah

1. Persepsi Kemudahan

Kemudahan pengguna *e-money* dapat didefinisikan sebagai kemudahan pengguna dalam bertransaksi diukur dari 3 dimensi. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dipahami dan lebih mudah dioperasikan oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan dalam *e-money* juga dapat berpengaruh terhadap persepsi manfaat. Pengukuran dalam persepsi kemudahan penggunaan menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Bhattacharjee dan Sanford (2006); Adam, et al (1992), dan Davis (1986 dan 1989).

2. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat pengguna dalam menggunakan *e-money* diharapkan memberikan manfaat yang dapat memperkuat atau meningkatkan kinerja. Manfaat sistem bagi pemakainya berkaitan dengan produktifitas, kinerja tugas, atau efektivitas, dan kegunaan tugas secara menyeluruh. Manfaat dalam *e-money* dapat berpengaruh terhadap penggunaan *e-money* diukur dari 5 dimensi. Pengukuran dalam persepsi manfaat dapat diukur menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu

pada Bhattacharjee dan Sanford (2006); Adam, et al (1992); dan Davis (1986 dan 1989).

3. Norma Subjektif

Norma subjektif seseorang ditentukan oleh pengalaman masing-masing dimana sekelompok sosial yang menonjol berfikir bahwa seseorang seharusnya atau tidak seharusnya melakukan hal-hal tertentu (Ajzen dan Fishbein, 1980). Pengaruh sosial diuji sebagai norma-norma subjektif pada keinginan untuk menggunakan teknologi *e-money* dan mempengaruhi secara kepercayaan mengenai manfaat dan kemudahan yang dirasakan diukur dari 3 dimensi. Pengukuran dalam norma subjektif menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Bhattacharjee (2000).

4. Perilaku Pengendalian

Perilaku pengendalian dapat diartikan sebagai persepsi seseorang mengenai mudah atau susah untuk melakukan sebuah perilaku tertentu diukur dari 3 dimensi. Bagian terpenting dalam penelitian mengenai sistem informasi adalah pengetahuan yang diperoleh dari masa lalu akan membantu akan membantu untuk membentuk keinginan. Pengukuran dalam perilaku pengendalian menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Bhattacharjee (2000); Taylor, dan Todd (1995).

5. Persepsi Resiko

Persepsi risiko dipandang sebagai ketidakpastian dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan (Sitkin dan Pablo, 1992). Persepsi Resiko mempengaruhi minat pengguna penggunaan *e-money* diukur dari 3 dimensi. Pengukuran dalam persepsi risiko penggunaan menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Andreas dan Harrison (2006), Mayer et.al (1995).

6. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keadaan yang melibatkan ekspektasi positif mengenai motif-motif dari pihak lain yang berhubungan dengan diri seseorang dalam situasi yang berisiko (Boon dan Holmes, 1991; Lau dan Lee, 1999; Tjahyadi, 2007). Kepercayaan pada transaksi *e-money* diukur dari 3 dimensi. Pengukuran dalam kepercayaan menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Bhattacharje dan Sanford (2006), Davis (1986, 1989), Hasan et.al (2006).

7. Persepsi Nilai

Nilai (*value*) didefinisikan sebagai persepsi subjektif dari jual beli dalam hubungannya dengan keuntungan dan pengorbanannya” (deChernatory, Harris, dan Dall’OlmoRiley, 2000; Ulaga, 2003; Walter, 2001) diukur dari 3 dimensi. Pengukuran dalam persepsi nilai penggunaan menggunakan skala *likert* dengan

5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Calantone (2006).

8. Personal Inovatif

Keinginan dari seseorang untuk menguji sistem informasi yang baru. Oleh karena itu diharapkan mampu menghasilkan manfaat yang dirasakan serta kemudahan yang dirasakan untuk menggunakan, yang pada akhirnya mempengaruhi pengguna untuk memakai *e-money* yang diukur dari 3 dimensi. Pengukuran dalam personal inovatif penggunaan menggunakan skala likert dengan 5 skala, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang mengacu pada Bhattacharje (2000); Taylor, dan Todd (1995).

3.4 Model Penelitian

Model penelitian berikut ini akan dianalisa dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software* PLS. SEM mengestimasi beberapa persamaan regresi berganda bersamaan dan berisi beberapa teknik statistik yang dapat digunakan pada model-model teoritis.

Persamaan regresi berganda disusun sebagai berikut :

$$IA = a + \beta_1 PK + \beta_2 PM + \beta_4 NS + \beta_5 PP + \beta_6 PR + \beta_7 PK + \beta_8 PN + e_1 \dots\dots\dots (3.1)$$

$$PK = a + \beta_9 PI + e_2 \dots\dots\dots(3.2)$$

$$PM = a + \beta_9 PI + e_3 \dots\dots\dots(3.3)$$

Gambar 3.1

Dimana :

IA = Niat untuk menggunakan *e-money*

PK = Persepsi Kemudahan Penggunaan

PM = Persepsi Manfaat

NS = Norma Subjektif

PP = Perilaku Pengendalian

PR = Persepsi Resiko

K = Kepercayaan

PN = Persepsi Nilai

PI = Personal Inovatif

a = konstanta

e = *error*

3.5 Hipotesis Operasional

1. Persepsi Kemudahan penggunaan

H1 : Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap manfaat penggunaan *e-money*.

H_{O1} : $\beta_1 = 0$: Persepsi Kemudahan tidak mempunyai hubungan positif dengan manfaat penggunaan *e-money*.

H_{A1} : $\beta_1 > 0$: Persepsi Kemudahan mempunyai hubungan positif dengan manfaat penggunaan *e-money*.

H2: Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

H_{O2} : $\beta_2 = 0$: Persepsi Kemudahan tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

H_{A2} : $\beta_2 > 0$: Persepsi Kemudahan mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

2. Persepsi Manfaat

H3: Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

H_{O3} : $\beta_3 = 0$: Persepsi Manfaat tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

H_{A3} : $\beta_3 > 0$: Persepsi Manfaat mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

3. Norma Subjektif

H4: Norma Subjektif mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

$H_{O4} : \beta_4 = 0$: Norma Subjektif tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A4} : \beta_4 > 0$: Norma Subjektif mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

4. Perilaku Pengendalian

H5: Perilaku Pengendalian mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

$H_{O5} : \beta_5 = 0$: Perilaku Pengendalian tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A5} : \beta_5 > 0$: Perilaku Pengendalian mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

5. Persepsi Resiko

H6: Persepsi Resiko mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

$H_{O6} : \beta_6 = 0$: Persepsi Resiko tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A6} : \beta_6 > 0$: Persepsi Resiko mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

6. Kepercayaan

H7: Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

$H_{O7} : \beta_7 = 0$: Kepercayaan tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A7} : \beta_7 > 0$: Kepercayaan mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

7. Persepsi Nilai

H8: Persepsi Nilai mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

$H_{O8} : \beta_8 = 0$: Persepsi Nilai tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A8} : \beta_8 > 0$: Persepsi Nilai mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

8. Personal Inovatif

H9: Personal Inovatif mempunyai pengaruh positif terhadap manfaat penggunaan *e-money*.

$H_{O9} : \beta_9 = 0$: Personal Inovatif tidak mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

$H_{A9} : \beta_9 > 0$: Personal Inovatif mempunyai hubungan positif dengan penggunaan *e-money*.

3.6. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2004). Suatu tes atau instrumen pengukur dikatakan dapat mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut.

Untuk menaksir validasi *item* pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS lebih sering digunakan karena PLS tidak mengharuskan pembebanan sampel dan merupakan distribusi bebas.

Skala validasi diproses dalam dua tahap, yaitu analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Fornell dan Larck (1981) menyarankan validasi konvergen diuji dengan tiga kriteria, yaitu:

1. Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $>0,70$
2. Gabungan *reability* (ρ_c) $> 0,80$
3. *Average variance extracted* (AVE) $> 0,50$ atau *square root* dari AVE harus $> 0,71$.

Validasi diskriminasi antar variabel ditaksir masih menggunakan rujukan Fornell dan Lacker (1981), yaitu *square root* dari AVE untuk tiap variabel harus melebihi korelasi diantara variabel.

3.6.1 Uji Realibilitas

Uji ini diperlukan untuk mengetahui tingkat kehandalan kuisioner yang ada dalam penelitian ini. Kuisioner yang handal adalah yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama maka akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan koefisien reliabilitas dengan koefisien reliabilitas *table*. Jika koefisien reabilitas lebih besar daripada koefisien reliabilitas *table*, maka kumpulan *item* pertanyaan yang diuji dinyatakan *reliable* atau handal.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan analisis data dan pembahasan, tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, norma subjektif, perilaku pengendalian, persepsi resiko, kepercayaan, dan persepsi nilai terhadap minat penggunaan *e-money*, serta mengetahui pengaruh personal inovatif terhadap persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat penggunaan *e-money*. . Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu: Bagian Pertama, hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang siap dianalisis. Kedua, menjelaskan tentang deskripsi responden merupakan hasil penelitian tentang para mahasiswa yang menggunakan transaksi pembayaran *e-money*, berdasarkan jenis kelamin, jurusan dan rata-rata perbulan. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Keempat, pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab III dengan menggunakan kuesioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah para mahasiswa dan mahasiswi di Yogyakarta yang menggunakan sistem pembayaran *e-money*. Berkaitan dengan hal ini, dimaksudkan untuk mendapatkan responden seperti

yang ditentukan, baik dalam arti memenuhi jumlah persyaratan minimum sampel maupun kriteria lainnya. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan layak untuk dianalisis dapat disajikan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuisisioner yang disebar	100	100.0%
Kuisisioner yang tidak kembali	0	0%
Kuisisioner yang kembali	100	100%
Kuisisioner yang pengisiannya tidak lengkap	0	0%
Kuisisioner yang memenuhi syarat	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Jumlah kuisisioner yang disebar ke responden sebanyak 100 (100%), dan seluruhnya dapat dikembalikan dan diisi secara lengkap sehingga total responden sebanyak 100 orang. Seluruh kuisisioner yang disebar ini dapat kembali 100%, karena peneliti mengontrol langsung dalam penyebaran kuisisioner ini dengan menunggu hingga pengisian kuisisioner selesai dan sebagian besar merupakan rekan-rekan mahasiswa, sehingga jika terjadi pengisian data yang tidak lengkap, peneliti dapat langsung meminta kembali kepada responden untuk melengkapi pengisian data tersebut.

4.2. Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik individu yang melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Karakteristik responden tersebut adalah jenis kelamin, usia dan jenjang pendidikan yang ditempuh.

1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	40	40%
Wanita	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 60 persen responden berjenis kelamin wanita dan sisanya 40 persen responden berjenis kelamin pria.

2. Usia Responden

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil distribusi frekuensi berdasarkan usia responden seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
19 - 21 tahun	44	44%
22 - 24 tahun	34	34%
25 - 27 tahun	22	22%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 44 persen responden berusia antara 19 – 21 tahun, berusia antara 22 – 24 tahun sebesar 34 persen dan berusia antara 25- 27 sebesar 22 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang menggunakan *e-money* berusia antara 19 – 21 tahun.

3. Jenjang Pendidikan yang ditempuh

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil distribusi frekuensi berdasarkan jenjang pendidikan yang ditempuh seperti terlihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan yang Ditempuh

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA	0	0%
Diploma (D3)	28	28%
Strata 1 (S1)	50	50%
Strata 2 (S2)	22	22%
Strata 3 (S3)	0	0%
Total	100	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 50 persen responden menempuh jenjang pendidikan S1, sebesar 28 persen menempuh jenjang Diploma (D3) dan 22% menempuh jenjang pendidikan Strata (S2).

4.3. Analisis Deskriptif

Berdasarkan apa yang telah dikumpulkan berupa tanggapan dari responden yang direkapitulasi, kemudian dianalisis untuk mengetahui hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian. Berikut ini disajikan oleh responden hasil analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang diberikan atas dasar pernyataan dalam kuesioner. Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai sifat (karakteristik) obyek dari data tersebut. Dalam

menjelaskan analisis deskriptif ini didasarkan pada nilai rata-rata, dengan ketentuan sebagai berikut :

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

$$(5 - 1)$$

$$\text{Interval} = \frac{\quad}{5} = 0,8$$

Adapun nilai range dalam penilaian kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Rendah : 1,00 – 1,80

Rendah : 1,81 – 2,60

Cukup : 2,61 – 3,40

Tinggi : 3,41 – 4,20

Sangat Tinggi : 4,21 - 5,00

Hasil Analisis deskriptif terhadap seluruh variabel dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Penggunaan	100	2,00	5,00	3,6767	0,62577
Persepsi Manfaat	100	1,40	5,00	3,6780	0,71061
Norma Subjektif	100	1,00	4,67	3,0733	0,90711
Perilaku Pengendalian	100	1,33	5,00	3,4800	0,71117
Persepsi Resiko	100	1,00	5,00	3,4733	0,86868
Personal Inovatif	100	1,67	4,67	3,3533	0,72446
Kepercayaan	100	1,67	4,67	3,6333	0,62406
Persepsi Nilai	100	1,67	4,67	3,4667	0,62496
Minat Menggunakan <i>e-money</i>	100	2,00	5,00	3,8225	0,56552

Sumber ; Data Primer Diolah,2012

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan dari 100 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap persepsi kemudahan penggunaan dengan rata-rata sebesar 3,67 dan standar deviasi 0,625. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden setuju terhadap kemudahan pengoperasian sistem *e-money*, mudah untuk mempelajarinya dan secara keseluruhan sistem ini terasa lebih mudah untuk melakukan berbagai transaksi

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan dari 100 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap persepsi manfaat dengan rata-rata sebesar 3,67 dan standar deviasi 0,71. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden setuju terhadap manfaat yang dirasakan oleh responden ketika bertransaksi menggunakan *e-money*, sehingga mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensinya dalam melakukan pekerjaan.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel norma subyektif rata-rata memiliki penilaian yang cukup dengan rata-rata sebesar 3,07 dan standar deviasi 0,907. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai netral terhadap norma subyektif. Artinya bahwa penggunaan *e-money* kurang didorong oleh lingkungan sekitar dan belum menjadi kebutuhan di lingkungan sosialnya.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel perilaku pengendalian rata-rata memiliki penilaian yang tinggi dengan skor sebesar 3,48 dan standar deviasi 0,71. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap perilaku pengendalian, responden merasa bebas melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, dan mampu mengendalikan penggunaan *e-money* ini, karena responden cukup memiliki keahlian dan kemampuan dalam menggunakan *e-money*.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel persepsi resiko rata-rata memiliki penilaian yang tinggi dengan skor sebesar 3,47 dan standar deviasi 0,76. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-

rata responden menilai setuju terhadap persepsi resiko, sehingga responden tidak merasa khawatir akan kemampuan *e-money*, karena sistem ini mampu melindungi privasinya dan tidak memiliki resiko yang tinggi.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel personal inovatif rata-rata memiliki penilaian yang cukup tinggi dengan skor sebesar 3,35 dan standar deviasi 0,72. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai netral terhadap personal inovatif, sehingga responden cukup tergerak untuk mencoba sistem *e-money* setelah mendengar adanya informasi baru tentang sistem ini, walaupun bukan yang pertama kali sebagai orang yang menggunakan sistem *e-money*.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kepercayaan rata-rata memiliki penilaian yang tinggi dengan skor sebesar 3,63 dan standar deviasi 0,62. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap kepercayaan. Artinya, responden tidak merasa khawatir akan gangguan pada transaksi *e-money*, dan merasa percaya terhadap kemampuan bank dalam sistem pelayanan jasa pembayaran elektronik.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel persepsi nilai rata-rata memiliki penilaian yang tinggi dengan skor sebesar 3,46 dan standar deviasi 0,62. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap persepsi nilai. Artinya responden merasakan banyak keuntungan setelah menggunakan sistem *e-money*

tersebut dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun sesuai dengan keinginan responden, sehingga sistem transaksi ini menjadi lebih efektif.

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan dari 100 responden rata-rata memiliki penilaian yang tinggi terhadap minat menggunakan *e-money* dengan rata-rata sebesar 3,82 dan standar deviasi 0,56. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden setuju terhadap minat untuk menggunakan *e-money*. Artinya, responden berminat untuk bertransaksi dengan sistem *e-money*, karena tidak perlu lagi membawa uang tunai. Selain itu transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan lebih praktis.

4.4.1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

4.4.2 Uji Validitas

Uji validitas dengan program PLS dilakukan melalui dua tahap analisis yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. *Convergent Validity* dilakukan dengan membandingkan nilai outer model (*loading factor*) dengan nilai kritis 0,5. Jika *loading factor* > 0,5 maka butir instrumen dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilainya < 0,5 maka dinyatakan gugur. Hasil *Covergent Validity* dapat ditunjukkan pada tabel 4.6

Tabel 4.6 Results for outer loadings

	<i>original sample estimate</i>	<i>mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T-Statistic</i>
Kemudahan				
PK1	0.829	0.819	0.051	16.202
PK2	0.814	0.805	0.062	13.170
PK3	0.891	0.890	0.033	27.320
Manfaat				
PM1	0.846	0.842	0.031	27.684
PM2	0.829	0.826	0.056	14.716
PM3	0.873	0.867	0.034	26.036
PM4	0.832	0.827	0.046	18.194
PM5	0.873	0.872	0.022	40.046
Norma_S				
NS1	0.840	0.744	0.304	2.766
NS2	0.840	0.737	0.312	2.695
NS3	0.934	0.824	0.376	2.485
Pengendalian				
PP1	0.873	0.762	0.410	2.129
PP2	0.849	0.754	0.374	2.271
PP3	0.932	0.755	0.309	3.015
Resiko				

PR1	0.899	0.887	0.041	21.728
PR2	0.951	0.951	0.018	54.111
PR3	0.770	0.760	0.079	9.695
Kepercayaan				
K1	0.698	0.677	0.123	5.666
K2	0.859	0.850	0.068	12.596
K3	0.833	0.819	0.083	10.074
Nilai				
PN1	0.867	0.856	0.068	12.739
PN2	0.879	0.850	0.144	6.110
PN3	0.869	0.863	0.083	10.513
Inovatif				
PI1	0.845	0.848	0.048	17.452
PI2	0.841	0.831	0.049	17.109
PI3	0.673	0.658	0.113	5.939
Penggunaan				
M1	0.740	0.729	0.079	9.364
M2	0.853	0.851	0.044	19.372
M3	0.810	0.811	0.055	14.614
M4	0.717	0.709	0.063	11.405

Berdasarkan hasil pengujian validitas seperti pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil validitas telah memenuhi *convergent validity* karena semua loading factor $\geq 0,5$. Selain itu dari hasil uji signifikansi dengan uji t, menunjukkan bahwa seluruh nilai t hitung $> 1,64$. Dengan demikian seluruh indikator dalam variabel kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, norma subyektif, perilaku pengendalian, persepsi resiko, personal inovatif, kepercayaan, persepsi nilai dan minat menggunakan *e-money* dapat dinyatakan valid.

Selain itu untuk mengetahui validitas konstruk dapat diketahui dengan cara menilai Akar AVE (*Average Variance Extracted*). Suatu konstruk dibandingkan dengan konstruk lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model pada *output* PLS dapat ditunjukkan pada Tabel 4.7 dan Tabel 4.8.

Tabel 4.7
Correlations of the latent variables

	Kemu- dahan	Man- faat	Norma _S	Peng- endali an	Resi- ko	Keper- cay- aan	Nilai	Inova tif	Peng- gun- aan
Kemudah an	1.000								
Manfaat	0.442	1.000							
Norma_S	-0.047	0.378	1.000						
Pengenda lian	0.232	- 0.014	0.142	1.000					
Resiko	0.098	0.417	0.221	- 0.066	1.000				
Kepercay aan	0.436	0.309	0.012	0.153	0.031	1.000			
Nilai	0.184	0.277	0.111	0.195	0.187	- 0.019	1.000		
Inovatif	0.362	0.403	0.176	0.189	0.352	0.441	0.103	1.000	
Pengguna an	0.496	0.616	0.180	0.070	0.389	0.392	0.316	0.458	1.000

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Tabel 4.8 Average variance extracted (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	AKAR (AVE)
Kemudahan	0.714	0.845
Manfaat	0.724	0.851
Norma_S	0.761	0.872
Pengendalian	0.784	0.885
Resiko	0.769	0.877
Kepercayaan	0.640	0.800
Nilai	0.760	0.872
Inovatif	0.625	0.791
Penggunaan	0.612	0.782

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa akar AVE pada seluruh Konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar variabel seperti pada tabel 4.7. Sebagai contoh pada variabel kemudahan memiliki koefisien AVE sebesar 0,714 dan akar AVE sebesar 0,845. Nilai Akar AVE ini lebih tinggi dibandingkan dengan koefisien korelasi pada variabel kemudahan yang memiliki rentang antara -0,047– 0,496. Dengan demikian konstruk persepsi kemudahan dapat dinyatakan valid karena akar AVE > koefisien korelasinya. Demikian juga untuk variabel yang lain dapat dilihat dengan cara yang sama, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel ini telah memiliki *discriminant validity* yang tinggi.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dari data konstruk dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. Apabila suatu konstruk yang mempunyai nilai *composite reliability* ≥ 0.6 maka konstruk dinyatakan *reliable*. Tabel 4.15 menyajikan hasil penelitian yang didapat dari hasil pengolahan data dengan PLS :

Tabel 4.9 Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
Kemudahan	0.882
Manfaat	0.929
Norma_S	0.905
Pengendalian	0.916
Resiko	0.908
Kepercayaan	0.841
Nilai	0.905
Inovatif	0.832
Penggunaan	0.862

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* untuk variabel kemudahan sebesar 0,882, persepsi manfaat sebesar 0,929, norma subyektif sebesar 0,905, pengendalian sebesar 0,916, persepsi resiko sebesar 0,908, kepercayaan sebesar 0,841, persepsi nilai sebesar 0,905 dan minat

menggunakan *e-money* sebesar 0,862. Masing-masing variabel sangat reliable karena memiliki *composite reliability* yang tinggi di atas 0.7.

4.5. Menilai *Inner Model* atau Model Struktural Hasil Penelitian

Menilai *inner model* adalah mengevaluasi hubungan antar *konstruk laten* atau variabel seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian yaitu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, norma subjektif, perilaku pengendalian, persepsi resiko, kepercayaan, dan persepsi nilai terhadap minat penggunaan *e-money* dan pengaruh personal inovatif terhadap persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat penggunaan *e-money*. Dari hasil pengolahan data dengan PLS dapat ditampilkan pada Tabel 4.10:

Tabel 4.10
Results for inner weights

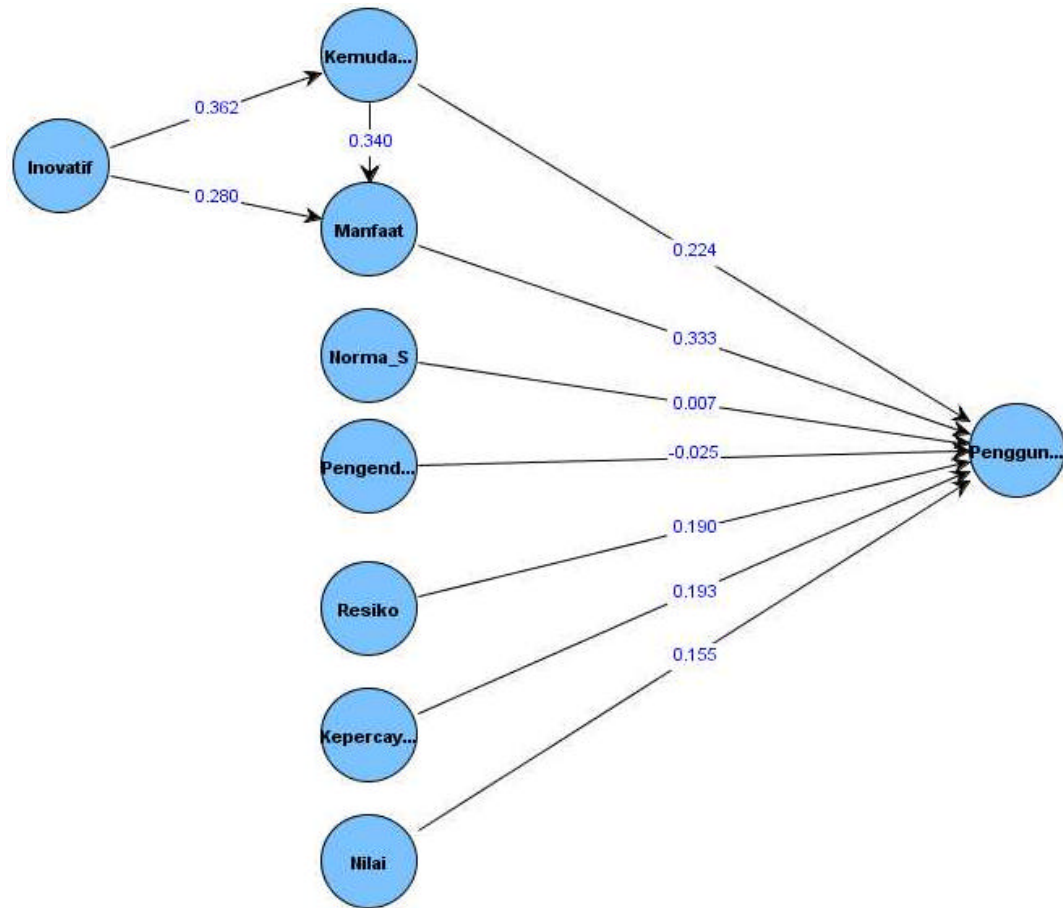
	<i>original sample estimate</i>	<i>mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T-Statistic</i>
Inovatif -> Kemudahan	0.362	0.359	0.097	3.721*
Kemudahan -> Manfaat	0.340	0.338	0.101	3.366*
Inovatif -> Manfaat	0.280	0.305	0.117	2.399*
Kemudahan -> Penggunaan	0.224	0.223	0.120	1.868*
Manfaat -> Penggunaan	0.333	0.296	0.177	1.880*
Norma_S -> Penggunaan	0.007	0.025	0.103	0.069
Pengendalian -> Penggunaan	-0.025	-0.010	0.083	0.299
Resiko -> Penggunaan	0.190	0.202	0.100	1.895*
Kepercayaan -> Penggunaan	0.193	0.212	0.083	2.330*
Nilai -> Penggunaan	0.155	0.180	0.087	1.782*

Keterangan : * signifikan (t hitung > 1,64)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2012.

Hasil dapat dibaca dengan melakukan uji t statistik yaitu dengan membandingkan antara hasil t hitung (t statistik) dengan t tabel. Dalam hal ini t

tabel ditentukan signifikan pada 0,05 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,64). Berdasarkan Tabel 4.10 menemukan bahwa hanya pengaruh norma subyektif dan perilaku pengendalian saja yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Sedangkan untuk variabel yang lain terbukti berpengaruh secara signifikan. Hasil analisis ini dapat digambarkan dalam model berikut:



Gambar 4.1 : Model Hasil Penelitian

Berdasarkan gambar 4.1. maka dapat ditulis persamaan model sebagai berikut:

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap manfaat adalah sebesar 0,340 dan t hitung sebesar 3,366 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan “H1: Persepsi kemudahan berhubungan positif terhadap manfaat penggunaan *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan dalam bertransaksi *e-money* maka semakin tinggi minat penggunaannya.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,224 dan t hitung sebesar 1,868 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan “H2: Persepsi kemudahan berhubungan positif terhadap minat penggunaan *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan maka semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan *e-money*.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,333 dan t hitung sebesar 1,880 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan “H3: Persepsi Manfaat berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan user maka semakin tinggi minat untuk menggunakan sistem *e-money*.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel norma subyektif terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,007 dan t hitung sebesar $0,103 < 1,64$. Hal ini berarti hipotesis keempat yang menyatakan “H4: Norma Subjektif berhubungan positif terhadap pengguna *e-money*”, **tidak didukung**.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel perilaku pengendalian terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar - 0,025 dan t hitung sebesar $0,083 < 1,64$. Hal ini berarti hipotesis kelima yang menyatakan “H5: Perilaku pengendalian berhubungan positif terhadap pengguna *e-money*”, **tidak didukung**.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,190 dan t hitung sebesar $1,895 > 1,64$. Hal ini berarti hipotesis kelima yang menyatakan “H6: Persepsi Resiko berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tindakan bank dalam mengurangi resiko maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,193 dan t hitung sebesar $2,330 > 1,64$. Hal ini berarti hipotesis ketujuh yang menyatakan “H7: Kepercayaan berhubungan positif terhadap penggunaan *e-money*”, **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan user terhadap sistem *e-money* maka minat penggunaannya semakin tinggi pula.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel persepsi nilai terhadap minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,155 dan t hitung sebesar 1,782 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis kedelapan yang menyatakan “H8: Persepsi Nilai berhubungan positif terhadap pengguna *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai yang dirasakan responden maka semakin kuat untuk menggunakan sistem *e-money*.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel personal inovatif terhadap kemudahan penggunaan adalah sebesar 0,362 dan t hitung sebesar 3,721 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis kesembilan yang menyatakan “H9: Personal Inovatif berhubungan positif terhadap kemudahan penggunaan *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi personal inovatif seseorang maka semakin tinggi pula kemudahan yang dirasakan.

Dari hasil *inner model* nampak bahwa koefisien estimate variabel personal inovatif terhadap persepsi manfaat adalah sebesar 0,280 dan t hitung sebesar 2,399 > 1,64. Hal ini berarti hipotesis kesepuluh yang menyatakan “H10: Personal Inovatif berhubungan positif terhadap manfaat pengguna *e-money*” **didukung**. Koefisien estimasi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi personal inovatif seseorang maka semakin tinggi pula manfaat yang dirasakan.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Manfaat penggunaan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan **“persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat penggunaan *e-money*”**. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan sistem *e-money*, maka semakin besar manfaat yang dirasakan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wang dan Liu (2009) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan persepsi manfaat, pada sistem *e-ticketing* kereta api di Taiwan. Dasar logika hubungan antara persepsi kemudahan dalam penggunaan dengan manfaat persepsian adalah sebagai berikut, ketika seorang individu merasa sistem yang akan digunakan lebih mudah maka individu akan merasa sistem tersebut semakin bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya.

Yang paling penting bagi pengguna adalah jumlah usaha yang dikeluarkan untuk dikeluarkan dalam menggunakan suatu sistem. Berdasarkan definisi tersebut disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran elektronik seperti *e-money* akan mengurangi suatu usaha (baik waktu maupun tenaga seseorang di dalam melaksanakan aktivitas finansial. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa seseorang pengguna yang menggunakan sistem pembayaran elektronik bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan sistem pembayaran elektronik. Pengguna sistem pembayaran elektronik mempercayai bahwa *e-money* lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan telah diteliti

sebagai kunci penentu dari penerimaan dan penggunaan teknologi, memposisikan bahwa variabel persepsi pengguna terhadap kemudahan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kegunaan yang dapat dijelaskan secara logika bahwa hal yang dipersepsikan lebih mudah digunakan akan lebih memberi manfaat

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kedua yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan 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*. Menurut Davis (1986, 1989) juga memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi (termasuk sistem *e-money*) yang meliputi mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan para *user*. Dengan demikian, bila jasa pelayanan *e-money* dipersepsikan mudah digunakan oleh para konsumen, sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien dan hal ini akan mendorong *user* untuk menggunakan sistem transaksi melalui *e-money*.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan “manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*”. Hal ini berarti semakin tinggi manfaat yang dirasakan user maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan sistem *e-money*.

Persepsi mengenai kegunaan atau manfaat (*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful*, yaitu *capable of being used advantageously*, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi terhadap *usefulness* adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Dalam konteks organisasi atau tidak langsung berdampak pada kesempatan memperoleh keuntungan-keuntungan baik yang bersifat fisik atau materi maupun non-materi. Penggunaan *e-money* memberikan keuntungan dibandingkan dengan menggunakan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain penggunaan *e-money* lebih nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi-transaksi yang bernilai kecil, transaksi *e-money* juga tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian. Kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi dapat dikurangi. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit karena tidak memerlukan otorisasi *online*, tanda tangan, maupun PIN

4. Pengaruh Norma Subyektif terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian tidak mampu membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan “norma subyektif berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*”. Hal ini disebabkan karena mahasiswa merupakan pribadi / user yang telah memiliki informasi yang cukup tinggi dan memiliki pengalaman dalam mengadopsi sistem informasi, sehingga keputusan-keputusannya kurang didasarkan pada faktor referensi seperti ajakan teman, keluarga atau pengaruh lingkungan. Selain itu transaksi-transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa masih relatif dalam jumlah yang kecil, sehingga kondisi lingkungan yang ada di sekitar mahasiswa tidak mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan *e-money*.

5. Pengaruh Perilaku pengendalian terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian tidak mampu membuktikan hipotesis kelima yang menyatakan “**Perilaku pengendalian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money***”. Hal ini disebabkan frekuensi penggunaan mahasiswa dalam menggunakan *e-money*, masih relatif kecil dalam berbagai transaksi yang ada, sehingga pengendalian terhadap perilaku untuk melakukan transaksi sesuai dengan keinginannya belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* biasanya hanya digunakan untuk transaksi-transaksi tertentu seperti pembelian fasilitas kuliah, pakaian dan lain sebagainya yang frekuensi pemakaiannya tidak dilakukan setiap hari.

6. Pengaruh Perespsi Resiko terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis keenam yang menyatakan “persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*”. Hasil ini berarti semakin tinggi persepsi user terhadap pengurangan resiko yang dilakukan oleh bank maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*

Persepsi resiko adalah tingkat ketidakpastian yang harus di tanggung oleh konsumen jika melakukan transaksi secara *online*. Ketika akan melakukan transaksi secara *online*, resiko yang dihadapi oleh pelanggan cenderung lebih besar dibandingkan dengan membeli secara langsung. Ketika berada pada ketidakpastian, konsumen enggan untuk melakukan transaksi *online*. Semakin besar usaha bank untuk mengurangi resiko dalam penggunaan *e-money* maka minat mahasiswa akan semakin meningkat. Tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Pavlou dan Geven (2004), yang menyatakan bila resiko semakin besar, maka niat untuk bertransaksi *online* akan berkurang. Dengan demikian pengurangan resiko yang dilakukan bank akan meningkatkan dalam bertransaksi *e-money*.

7. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis ketujuh yang menyatakan “Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-*

money”. Hal ini semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap sistem *e-money* maka minat untuk menggunakannya juga semakin besar.

Hal ini di karenakan kepercayaan konsumen berkaitan dengan keyakinan, atau kemauan untuk meyakini bahwa seseorang dapat mengandalkan kebaikan dan kemampuan orang lain sebagai penjual atau pembeli. Sekalipun ada unsur subyektif, kepercayaan merupakan wujud dari harapan sebuah komunitas yang mengandalkan sikap dan perilaku yang lugas, jujur dan kooperatif, menurut norma umum. Tanpa kepercayaan yang memadai di antara rekanan bisnis, aliran barang dan jasa yang diharapkan pasti terhambat.

Kepercayaan merupakan hal yang diperlukan bagi pengguna sisten informasi yang baru agai ia merasa teknologi sistem informasi tersebut dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan pada suatu organisasi atau perusahaan. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan atau kemauan untuk meyakini bahwa seseorang dapat mengandalkan kebaikan dan kemampuan orang lain sebagai penjual atau pembeli (Soesianto dkk, 2000). Steward dkk (2001) dalam Pavlou (2001) menyatakan bahwa 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*

8. Pengaruh persepsi nilai terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kedelapan yang menyatakan “persepsi nilai mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*”. Hal ini semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan mahasiswa terhadap sistem *e-money* maka minat untuk menggunakannya juga semakin besar.

Nilai (*value*) didefinisikan sebagai persepsi subjektif dari jual beli dalam hubungannya dengan keuntungan dan pengorbanannya” (deChernatory, Harris, dan Dall’OlmoRiley, 2000; Ulaga, 2003; Walter, 2001). Persepsi nilai dalam kalimat sederhananya merupakan perbandingan antara berapa keuntungan yang didapat dengan berapa yang harus dikorbankan. Ketika mahasiswa merasakan berbagai keuntungan dalam bertransaksi menggunakan *e-money*, seperti kinerja menjadi lebih efektif, karena mahasiswa tidak perlu lagi membawa uang cash dalam setiap transaksinya, maka nilai tambah yang dirasakan mahasiswa ini akan mendorong untuk meningkatkan dalam penggunaan *e-money*

9. Pengaruh Personal inovatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kesembilan yang menyatakan “personal inovatif mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan”. Hal ini semakin tinggi tingkat personal inovatif mahasiswa terhadap sistem *e-money* maka persepsi kemudahan yang dirasakan juga semakin tinggi.

Menurut Leung dan Wei (1988) menyatakan bahwa keinovatifan konsumen secara positif berhubungan dengan keputusan pemakaian mereka

terhadap berbagai teknologi. Tingkat penerimaan inovasi dapat ditentukan melalui perilaku konsumen terhadap suatu inovasi itu sendiri. Dalam hal minat menggunakan, kebanyakan orang tidak memiliki ide atau pengetahuan mengenai layanan *e-money* atau kejelasan kemudahan yang dirasakan untuk menggunakan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi pengguna untuk memakai. Citrin dkk (2000) menemukan melalui penelitiannya bahwa keinovatifan personal mampu memprediksi konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk bertransaksi. Mahasiswa merupakan segmen masyarakat yang sangat peka dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap penerimaan teknologi informasi. Ketika ada model atau sistem yang baru, mereka akan lebih cepat mengadopsi, sehingga kemudahan yang dirasakannya akan semakin tinggi. Semakin mudah dalam menerima sistem informasi yang baru seperti *e-money*, maka semakin ahli mahasiswa dalam menggunakan sistem tersebut.

10. Pengaruh Personal inovatif terhadap persepsi Manfaat

Hasil pengujian membuktikan hipotesis kesepuluh yang menyatakan “personal inovatif mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat”. Hal ini semakin tinggi tingkat personal inovatif mahasiswa terhadap sistem *e-money* maka persepsi manfaat yang dirasakan juga semakin tinggi.

Menurut Leung dan Wei (1988) menyatakan keinovatifan konsumen berhubungan dengan keputusan pemakaian. Kecenderungan individu yang memiliki tingkat inovasi yang tinggi merupakan pencari informasi yang aktif mengenai ide-ide baru, dan mengetahui bahwa *e-money* memiliki manfaat bagi

penggunanya. Mahasiswa akan cepat dalam mengadopsi sistem yang baru, sehingga ingin menjadi yang pertama dalam menggunakan sebuah sistem yang baru. Ada kepuasan tersendiri bagi mahasiswa ketika mampu mengaplikasikan sebuah sistem yang baru, karena sistem ini biasanya akan jauh lebih bermanfaat dibandingkan dengan sistem konvensional. Metode pembayaran dengan uang *cash* selama ini sudah mulai ditinggalkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak sistem pembayaran seperti kartu kredit, debit melalui ATM, dan kartu-kartu pembayaran elektronik lainnya. Sistem *e-money* jauh lebih fleksibel, karena pengguna tidak perlu memasukkan kode atau PIN tertentu dalam setiap transaksi, sehingga akan lebih bermanfaat dibandingkan dengan metode konvensional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Terdapat pengaruh secara signifikan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi resiko, kepercayaan, dan persepsi nilai terhadap minat penggunaan *e-money*. Sedangkan untuk variabel norma subjektif, perilaku pengendalian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.
2. Personal inovatif berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat penggunaan *e-money*. Hasil penelitian juga menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat. Hal ini berarti semakin tinggi personal inovatif maka semakin besar persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna *e-money*.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada responden yang berjumlah 100 orang mahasiswa, yang dirasa masih terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah

pengguna *e-money* yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Subyek penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa saja, sehingga kesimpulan ini belum dapat digeneralisasikan untuk sampel pengguna *e-money* secara umum.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada :

1. Pihak Bank

Untuk meningkatkan penggunaan *e-money* hendaknya bank memperhatikan sistem *e-money* ini ditinjau dari kemudahan bagi *user*, manfaat yang dirasakan oleh *user*, resiko terhadap penggunaan *e-money* tersebut, kepercayaan dan nilai. Hal ini dilakukan dengan memperbaiki sistem informasi yang ada, seperti kecepatan, dan keakuratan transaksi, sehingga *user* akan memberikan kepercayaan dan merasakan adanya nilai tambah ketiga menggunakan produk *e-money* ini. Begitu juga dengan perluasan jaringan atau memperbanyak aplikasi pada berbagai toko yang menyediakan sistem transaksi dengan *e-money* sehingga *user* percaya bahwa mereka dapat melakukan transaksi di berbagai toko dengan mudah.

Sementara untuk norma subyektif dan perilaku pengendalian ternyata belum memberikan pengaruh secara nyata dalam penggunaan *e-money*. Untuk itu pihak bank hendaknya lebih aktif dalam memberikan informasi tentang keunggulan-keunggulan produk *e-money* ini, sehingga

pihak bank dapat dijadikan salah satu referensi bagi konsumen dalam menggunakan sistem ini. Hal ini penting karena lingkungan sekitar seperti ajakan teman, keluarga tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.

2. Bagi Peneliti lainnya

Sebaiknya melakukan penelitian yang sama, dengan menyempurnakan model penelitian, misalnya dengan jumlah sampel yang lebih besar dengan menggunakan sampel pada kelompok nasabah umum serta menambahkan variabel-variabel lain yang diduga turut mempengaruhi minat menggunakan *e-money*, misalnya jaminan, pengalaman, pelayanan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R, and Karahanna, E. (2000). *Time file when you are having function: cognitive absorption and beliefs about information technology usage*. MISQuarterly, I(24), 665-69.
- Ajzen, I., (1985), "From intention to actions : a Theory of Planned Behavior", in *Action Control: From Cognition to Behavior*
- Ajzen, M. Fishbein, "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, Prentice Hall, Englewood Cliffs NJ. 1980
- Amalia, Rizki, "Persepsi Mahasiswa terhadap penggunaan e-banking di Yogyakarta". UII. 2007.
- Baihaqi, Ahmad, "Analysis of User Acceptance of Telkomsel CASH With Electronic Payment System Using Technology Acceptance Model (TAM)". 2011
- Bhattacharjee, A., dan Clive Sanford, "Influence Processes for Information Technology Acceptance: and Elaboration Model", *MIS Quartely*, 30 (4), pp. 805-82, 2006.
- Caloantone, R.J., David A Griffith dan Goksel Yalcinkaya, "An Empirical Examination of a Technology Adoption for the Context of China", *Journal of International Marketing*, 14 (4), pp.1-27, 2006.
- Chau, P.Y.K. dan P.J.H. Hu, "Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach," *Decisions Sciences*, 32 (4), 699-719, 2001.
- Citrin, A., Sprott, E., Silverman, N., Stem, E., (2000). *Adoption of Internet shopping: The role of customer innovativeness*. *Industrial Management & Data System*, 100(7), 294-300.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13 (5), 319-339, 1989.
- Gefen, D., and Straub, D, (2000). *Relative use of perceived ease of use in IS adoption: A study of e-commerce adoption*. *Jouurnal of the Association for Information Systems*, 1(8). 1-28.
- Gefen, D. (2003). *TAM or just plain habit: A look at experience online shoppers*. *Journal of End User Computing*. 15(3). 1-13.

- Hassan, Ahmad M., Kunz, Michelle B., Pearson, Allison W., dan Mohamed, Fatma "A Conceptualization and Measurement of Perceived Risk in Onlone Shopping". *Marketing Management Journal*, Vol. 16 Issue 1, p138-147, Spring, 2006.
- Mayer, R.C., Davis J.H., dan Schoorman, F.D., "An integrative model of organizational trust", *Academy of Management Review*. 20, 709-734. 1995.
- Moore, G.C, dan I. Benbasat, "Development of an Instrument to Measure The Perception of Adopting an Information Technologi Innovation". *Information System Reasearch* 2(3), pp. 192-222, 1991.
- Mukherjee, A., Nath, P., "A Model of Trust in Online Relationships Banking", *The International Journal of Banking Marketing Bradforf*, 21 (1), 2003.
- Mustafa, Zainal, "Pengantar Statistik Deskriptif," Ekonisia, Yogyakarta, 1998.
- Pavlou, Paul A. "Consumer Acceptance of Elctronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 Issue 3, p101-134, 2003.
- Riganaldhy, Gerry, "Perilaku Penggunaan e-banking ditinjau dari kepercayaan, resiko, manfaat dan kemudahan pengguna". UII. 2009
- Venkatesh, Viswanath, dan Fred D. Davis, "A Theoretical Extention of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies", *Management Science*, 46 (2), 186-204, 2000.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan *Electronic Money (e-money)*. Untuk itu mohon Bapak/Ibu/Saudara memberi tanda silang (X) dari setiap pertanyaan berikut sesuai dengan pengalaman yang dirasakan setelah Bapak/Ibu/Saudara menggunakan layanan *e-money*.

Karakteristik Responden

Nama :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin* : () Laki-laki

() Perempuan

Jenjang Pendidikan*: () SLTA atau lebih rendah

() Diploma (D3)

() Strata1 (S1)

() Strata2 (S2)

() Strata3 (S3)

Variabel Penelitian

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

N = Netral

Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	STS	TS	N	S	SS
Belajar menggunakan <i>e-money</i> adalah mudah bagi Anda					
Anda mengetahui bahwa mudah untuk menggunakan <i>e-money</i> dalam bertransaksi					
Secara keseluruhan, Anda percaya <i>e-money</i> mudah untuk digunakan					

Variabel Persepsi Manfaat	STS	TS	N	S	SS
Anda bisa melakukan transaksi lebih cepat dengan <i>e-money</i>					
Anda bisa melakukan transaksi lebih mudah dengan <i>e-money</i>					
<i>E-money</i> dapat meningkatkan efektifitas pekerjaan Anda					
<i>E-money</i> dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan Anda					
Secara keseluruhan, <i>e-money</i> sangat bermanfaat bagi Anda					

Variabel Norma Subjektif	STS	TS	N	S	SS
Lingkungan Anda yang mendorong Anda untuk menggunakan <i>e-money</i>					
<i>E-money</i> menjadi kebutuhan dalam lingkungan sosial Anda					
Pekerjaan Anda menuntut Anda untuk menggunakan <i>e-money</i>					

Variabel Perilaku Pengendalian	STS	TS	N	S	SS
Anda bebas melakukan berbagai macam transaksi pembayaran yang Anda suka					
Seluruh penggunaan <i>e-money</i> , ada dalam kendali Anda					
Anda memiliki keahlian dan kemampuan dalam menggunakan <i>e-money</i>					

Variabel Persepsi Resiko	STS	TS	N	S	SS
Anda tidak khawatir dengan kemampuan <i>e-money</i>					
Anda percaya <i>e-money</i> dapat melindungi privasi Anda					
Penggunaan <i>e-money</i> tidak memiliki resiko yang tinggi					

Variabel Personal Inovatif	STS	TS	N	S	SS
Jika anda mendengar informasi baru tentang <i>e-money</i> maka anda akan mencoba informasi baru tersebut					
Diantara teman anda, anda pada umumnya yang pertama mencoba informasi baru tentang <i>e-money</i>					
Secara umum, anda ragu-ragu untuk mencoba informasi baru tentang <i>e-money</i>					

Variabel Kepercayaan	STS	TS	N	S	SS
Anda khawatir adanya gangguan pada transaksi <i>e-money</i>					
Anda belum percaya sepenuhnya pada kemampuan beberapa bank dalam sistem pelayanan jasa pembayaran elektronik					
Secara umum, tidak mudah menjamin realibilitas dan keahlian dari beberapa bank					

Variabel Persepsi Nilai	STS	TS	N	S	SS
Jika menggunakan <i>e-money</i> dalam bertransaksi, Anda memiliki banyak keuntungan					
<i>E-money</i> dapat Anda gunakan dimanapun dan kapan pun setiap hari					
Secara umum, bertransaksi dengan menggunakan <i>e-money</i> sangatlah efektif					

Minat Menggunakan <i>E-money</i>	STS	TS	N	S	SS
Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai					
Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah					
Anda dapat bertransaksi dengan cepat sesuai dengan kebutuhan					
Dalam bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> menjadi praktis					

LAMPIRAN 2
Data Responden

No	Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (Soal 4)			Variabel Persepsi Manfaat (Soal 7)					Variabel Norma Subjektif (Soal 12)			Variabel Perilaku Pengendalian (Soal 15)			Variabel Persepsi Resiko (Soal 18)			Variabel Personal Inovatif (Soal 21)			Variabel Kepercayaan (Soal 24)			Variabel Persepsi Nilai (Soal 27)			Variabel Minat Menggunakan E-money (Soal 30)			
	PK1	PK2	PK3	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	NS1	NS2	NS3	PP1	PP2	PP3	PR1	PR2	PR3	PI1	PI2	PI3	K1	K2	K3	PN1	PN2	PN3	M1	M2	M3	M4
1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2
6	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	2	2	3	2	3	1
7	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
10	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	3	3	4	2	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4
18	3	3	3	5	3	3	4	2	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	1	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	4
20	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
29	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	2	2	3	5	4	4
30	2	1	2	5	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3	2	2	4	5	3
31	2	3	3	5	4	5	4	2	2	5	1	3	1	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	4
32	2	2	1	3	2	1	3	1	3	3	1	2	2	2	3	2	3	3	2	4	2	4	5	5	3	3	3	3	2	4
33	2	3	1	3	2	1	3	1	3	3	1	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	5	5	4	5	5	5	3	2	4
34	2	3	3	3	5	4	3	2	1	3	1	1	4	4	5	4	2	5	2	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4
35	5	5	4	2	1	2	3	1	3	1	2	1	4	4	4	5	2	2	2	1	2	2	3	3	5	4	4	3	1	3
36	4	4	2	5	5	3	5	1	1	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	3	3	2	3	3	5	4	5	4	5
37	4	4	2	3	5	2	5	4	2	1	4	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	5
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
40	2	2	2	5	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5
41	5	3	5	2	4	3	4	2	2	3	3	2	4	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3

LAMPIRAN 2
Data Responden

42	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	4	5	5	
43	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
44	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	
45	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
46	4	3	5	2	4	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	1	1	3	3	3	
47	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	
48	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	
49	2	4	3	4	5	4	4	2	3	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	2	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	
50	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	
52	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	
53	4	3	3	4	4	4	5	2	2	2	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2
54	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	5	4	4	5
55	4	5	5	5	5	5	4	4	1	1	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	2	4	5	5
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	2	5	5	4
58	5	5	4	4	4	3	4	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
59	4	3	4	5	2	4	5	1	1	1	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1
60	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	1	1	1	1
61	5	5	4	5	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	1	1	1	1
62	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2
63	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2
64	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	5	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	3	4	4	4	5	2	2	2	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4
67	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	2
70	3	4	4	4	4	4	5	2	2	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	2
75	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
76	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
79	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3
80	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3
81	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4
82	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	2	4	3	4	5	4	3	2	4	2	2	4	4	4	5	5	3	2	3	2	2
83	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	2	5	4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3
84	5	2	3	2	4	4	4	1	2	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5
87	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 2
Data Responden

89	2	2	2	1	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	3	4	3	1	2	2
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
94	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
95	3	3	3	5	3	3	4	2	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3
96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	2	3	4
97	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS

Results for outer loadings

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Kemudahan				
PK1	0.829	0.819	0.051	16.202
PK2	0.814	0.805	0.062	13.170
PK3	0.891	0.890	0.033	27.320
Manfaat				
PM1	0.846	0.842	0.031	27.684
PM2	0.829	0.826	0.056	14.716
PM3	0.873	0.867	0.034	26.036
PM4	0.832	0.827	0.046	18.194
PM5	0.873	0.872	0.022	40.046
Norma_S				
NS1	0.840	0.744	0.304	2.766
NS2	0.840	0.737	0.312	2.695
NS3	0.934	0.824	0.376	2.485
Pengendalian				
PP1	0.873	0.762	0.410	2.129

PP2	0.849	0.754	0.374	2.271
PP3	0.932	0.755	0.309	3.015
Resiko				
PR1	0.899	0.887	0.041	21.728
PR2	0.951	0.951	0.018	54.111
PR3	0.770	0.760	0.079	9.695
Kepercayaan				
K1	0.698	0.677	0.123	5.666
K2	0.859	0.850	0.068	12.596
K3	0.833	0.819	0.083	10.074
Nilai				
PN1	0.867	0.856	0.068	12.739
PN2	0.879	0.850	0.144	6.110
PN3	0.869	0.863	0.083	10.513
Inovatif				
PI1	0.845	0.848	0.048	17.452
PI2	0.841	0.831	0.049	17.109
PI3	0.673	0.658	0.113	5.939
Penggunaan				
M1	0.740	0.729	0.079	9.364
M2	0.853	0.851	0.044	19.372

M3	0.810	0.811	0.055	14.614
M4	0.717	0.709	0.063	11.405

LAMPIRAN 4

RATA-RATA VARIABEL

Average variance extracted (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	AKAR (AVE)
Kemudahan	0.714	0.845
Manfaat	0.724	0.851
Norma_S	0.761	0.872
Pengendalian	0.784	0.885
Resiko	0.769	0.877
Kepercayaan	0.640	0.800
Nilai	0.760	0.872
Inovatif	0.625	0.791
Penggunaan	0.612	0.782

LAMPIRAN 5

UJI REABILITAS

Composite Reliability

	Composite Reliability
Kemudahan	0.882
Manfaat	0.929
Norma_S	0.905
Pengendalian	0.916
Resiko	0.908
Kepercayaan	0.841
Nilai	0.905
Inovatif	0.832
Penggunaan	0.862

LAMPIRAN 6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Penggunaan	100	2.00	5.00	3.6767	.62577
Persepsi Manfaat	100	1.40	5.00	3.6780	.71061
Norma Subjektif	100	1.00	4.67	3.0733	.90711
Perilaku Pengendalian	100	1.33	5.00	3.4800	.71117
Persepsi Resiko	100	1.00	5.00	3.4733	.86868
Personal Inovatif	100	1.67	4.67	3.3533	.72446
Kepercayaan	100	1.67	4.67	3.6333	.62406
Persepsi Nilai	100	1.67	4.67	3.4667	.62496
Minat Menggunakan e-money	100	2.00	5.00	3.8225	.56552
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN 7

SmartPLS report

number of samples	100
number of cases in original sample	100
cases per sample	100
preprocessing option	no changes

LAMPIRAN 8

Results for inner weights

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Inovatif -> Kemudahan	0.362	0.359	0.097	3.721
Kemudahan -> Manfaat	0.340	0.338	0.101	3.366
Inovatif -> Manfaat	0.280	0.305	0.117	2.399
Kemudahan -> Penggunaan	0.224	0.223	0.120	1.868
Manfaat -> Penggunaan	0.333	0.296	0.177	1.880
Norma_S -> Penggunaan	0.007	0.025	0.103	0.069
Pengendalian -> Penggunaan	-0.025	-0.010	0.083	0.299
Resiko ->	0.190	0.202	0.100	1.895

Penggunaan				
Kepercayaan -> Penggunaan	0.193	0.212	0.083	2.330
Nilai -> Penggunaan	0.155	0.180	0.087	1.782

LAMPIRAN 9

Results for outer weights

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Kemudahan				
PK1	0.387	0.390	0.047	8.205
PK2	0.332	0.333	0.061	5.464
PK3	0.458	0.458	0.054	8.460
Manfaat				
PM1	0.247	0.246	0.019	13.054
PM2	0.241	0.244	0.027	9.072
PM3	0.214	0.213	0.022	9.705
PM4	0.192	0.194	0.024	8.103
PM5	0.280	0.283	0.028	9.952
Norma_S				
NS1	0.347	0.307	0.327	1.059
NS2	0.187	0.175	0.232	0.808
NS3	0.590	0.506	0.433	1.364
Pengendalian				
PP1	0.334	0.301	0.460	0.727
PP2	0.208	0.290	0.351	0.591
PP3	0.571	0.356	0.393	1.452

Resiko				
PR1	0.320	0.311	0.070	4.593
PR2	0.584	0.595	0.100	5.818
PR3	0.204	0.197	0.087	2.353
Kepercayaan				
K1	0.246	0.229	0.140	1.756
K2	0.489	0.488	0.117	4.170
K3	0.490	0.490	0.128	3.823
Nilai				
PN1	0.434	0.433	0.132	3.279
PN2	0.322	0.280	0.232	1.389
PN3	0.392	0.413	0.105	3.748
Inovatif				
PI1	0.532	0.537	0.084	6.328
PI2	0.416	0.405	0.064	6.471
PI3	0.298	0.294	0.097	3.078
Penggunaan				
M1	0.261	0.255	0.039	6.615
M2	0.381	0.380	0.041	9.209
M3	0.359	0.373	0.056	6.366
M4	0.266	0.261	0.039	6.762

LAMPIRAN 10

SmartPLS report

- R-square
- Composite Reliability
- Average variance extracted (AVE)
- Cross loadings

R-square

	R-square
Kemudahan	0.131
Manfaat	0.263
Norma_S	
Pengendalian	
Resiko	
Kepercayaan	
Nilai	
Inovatif	
Penggunaan	0.514

Composite Reliability

	Composite Reliability
Kemudahan	0.882
Manfaat	0.929
Norma_S	0.905
Pengendalian	0.916
Resiko	0.908
Kepercayaan	0.841
Nilai	0.905
Inovatif	0.832
Penggunaan	0.862

Average variance extracted (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	AKAR (AVE)
Kemudahan	0.714	0.845
Manfaat	0.724	0.851
Norma_S	0.761	0.872
Pengendalian	0.784	0.885
Resiko	0.769	0.877
Kepercayaan	0.640	0.800
Nilai	0.760	0.872
Inovatif	0.625	0.791
Penggunaan	0.612	0.782

Correlations of the latent variables

	Kemu- dahan	Man- faat	Norma _S	Peng- endali an	Resi- ko	Keper- cay- aan	Nilai	Inova tif	Peng- gun- aan
Kemudah an	1.000								
Manfaat	0.442	1.000							
Norma_S	-0.047	0.378	1.000						
Pengenda lian	0.232	- 0.014	0.142	1.000					
Resiko	0.098	0.417	0.221	- 0.066	1.000				
Kepercay aan	0.436	0.309	0.012	0.153	0.031	1.000			
Nilai	0.184	0.277	0.111	0.195	0.187	- 0.019	1.000		
Inovatif	0.362	0.403	0.176	0.189	0.352	0.441	0.103	1.000	
Pengguna an	0.496	0.616	0.180	0.070	0.389	0.392	0.316	0.458	1.000