

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian Pengaruh Resiko, Manfaat dan Kepercayaan Masyarakat terhadap penggunaan E-money (Go-pay, OVO, T-cash) dalam setiap transaksi pembelian, yang menjadi objek penelitiannya adalah masyarakat pengguna e-money. Penelitian ini menginginkan 100 kuesioner yang sudah dijawab masyarakat pengguna e-money. Kuesioner disebar sejumlah 100 kuesioner kepada pengguna e-money dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik tersebut dilakukan dengan cara pengguna e-money ditemui secara langsung dan diberikan pertanyaan berupa angket untuk diisi. Kuesioner tersebut disebar dengan bebas dan dalam bentuk kertas agar peneliti dapat mengetahui objek penelitiannya dan data yang didapat lebih baik.

Untuk mencapai 100 kuesioner yang sudah dijawab pelanggan membutuhkan waktu dari tanggal 20 Juni 2019 pada pukul 16.20 WIB sampai tanggal 29 Juni 2019 pada pukul 17.05 WIB. *Form* kuesioner berupa kertas yang disebar secara bebas mencapai 100 kuesioner pengguna e-money. Dari 100 kuesioner, tidak ada kuesioner yang diisi tidak lengkap sehingga semua kuesioner yang diperoleh bisa diolah.

4.2 Deskripsi Responden

Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengguna e-money, yang meliputi umur, jenis kelamin, dan pekerjaan. Karakteristik tersebut diharapkan dapat memberi gambaran tentang keadaan responden dalam memberikan jawaban-jawaban pada kuesioner. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan sebagai berikut.

4.2.1 Karakteristik berdasarkan usia

Berikut karakteristik pelanggan berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah pengguna	Persentase (%)
16-25 tahun	66	66%
26-35 tahun	34	34%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2019

Berdasarkan kuesioner yang diperoleh dari 100 pengguna e-money diperoleh data mengenai usia pengguna. Dari Tabel 4.1 menyatakan bahwa pengguna e-money yang bersedia mengisi kuesioner sebesar 66% berusia 16-25 tahun dan 34% responden berusia 26-35 tahun. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang bersedia mengisi kuesioner didominasi pengguna yang berusia 16-25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban kuesioner dari pengguna e-money akan sangat mempengaruhi hasil penelitian yang lebih cenderung pada usia 16-25 tahun.

4.2.2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Berikut karakteristik pelanggan berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
Laki-laki	62	62%
Perempuan	38	38%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2019

Dari Tabel 4.2 menyatakan bahwa penggunaan e-money yang bersedia mengisi kuesioner adalah laki-laki dengan persentase sebesar 62% dan perempuan sebesar 38%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang bersedia mengisi kuesioner didominasi laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban kuesioner dari pengguna e-money akan sangat mempengaruhi hasil penelitian yang lebih cenderung dilakukan oleh kaum laki-laki.

4.3.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berikut karakteristik pengguna e-money berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Pengguna Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (pengguna)	Persentase (%)
Mahasiswa	66	66%
Pedagang	6	6%
Pegawai	28	28%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2019

Dari Tabel 4.3 menyatakan bahwa pengguna yang bersedia mengisi kuesioner berprofesi sebagai mahasiswa, pedagang dan pegawai. Pengguna yang bersedia mengisi kuesioner didominasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban kuesioner dari pengguna akan sangat mempengaruhi hasil penelitian yang cenderung lebih ilmiah.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Deskriptif statistik atas data yang akan dianalisa perlu disampaikan untuk memberikan gambaran tentang data penelitian secara umum kepada para pembaca laporan. Berikut ini adalah tabel hasil deskriptif statistik secara keseluruhan.

Tabel 4.3.1

Hasil Statistik Deskriptif Pengguna E-money

	Persepsi manfaat	Persepsi kepercayaan	Persepsi resiko	penggunaan e-money
Mean	4.19	3.99	2.66	3.87
Standard Deviation	0.66	0.63	0.87	0.64
Minimum	2.00	2.00	1.20	2.20
Maximum	5.00	5.00	4.40	5.00
Count	100	100	100	100

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 4.4; dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki nilai minimum sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Dari nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa ada responden yang tidak setuju terhadap persepsi manfaat karena bernilai 2 dan ada yang sangat setuju bernilai 5. Ini menunjukkan adanya perbedaan persepsi pengguna e-money terhadap kemanfaatan e-money. Adanya perbedaan mengakibatkan jawaban-jawaban responden juga akan terpengaruh. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata persepsi manfaat yaitu sebesar 4,19 yang artinya bahwa sebagian besar setuju dengan persepsi manfaat. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai 0,66 yang artinya ukuran penyebaran data variabel ini adalah 0,66 dari 100 pelanggan yang diteliti. Berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi pada variabel ini, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden memberikan jawaban atau respon yang sama terhadap pertanyaan yang diajukan.

Hasil penelitian variabel persepsi kepercayaan terhadap penggunaan e-money oleh masyarakat pengguna memiliki nilai minimum sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Dari nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa ada responden yang tidak setuju terhadap persepsi kepercayaan dari produk e-money karena bernilai 2,00 dan ada yang sangat setuju bernilai 5,00. Nilai rata-rata variabel persepsi kepercayaan yaitu sebesar 3,99 yang artinya bahwa masyarakat pengguna menilai kepercayaan

pada penggunaan e-money tergolong tinggi. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai 0,63 yang artinya ukuran penyebaran data variabel ini 0,63 dari 100 pengguna yang diteliti.

Variabel persepsi resiko yang dimiliki pengguna terhadap e-money memiliki nilai minimum sebesar 1,20 dan nilai maksimum sebesar 4,40. Nilai rata-rata (*mean*) persepsi resiko sebesar 2,66 yang artinya sebagian besar pengguna memiliki persepsi resiko cukup rendah mengenai e-money. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai 0,87 yang artinya ukuran penyebaran data variabel ini 0,87 dari 100 pengguna yang diteliti.

Variabel penggunaan e-money oleh masyarakat memiliki nilai minimum sebesar 2,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Nilai rata-rata yaitu sebesar 3,87 yang artinya bahwa penggunaan e-money oleh pelanggan cukup tinggi. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai 0,64 yang artinya ukuran penyebaran data variabel ini 0,64 dari 100 pelanggan yang diteliti.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *correlation* pada *SPSS 16.00 for Windows*. Berikut rangkuman hasil uji validitas penggunaan e-money.

Tabel 4.4
Rangkuman Hasil Uji Validitas Penggunaan E-money

Variabel	Item	r Hitung	Keterangan
Persepsi Manfaat	M_1	0,848	Valid
	M_2	0,805	Valid
	M_3	0,827	Valid
	M_4	0,742	Valid
	M_5	0,691	Valid
	M_6	0,845	Valid
	M_7	0,831	Valid
Persepsi Kepercayaan	K_1	0,819	Valid
	K_2	0,642	Valid
	K_3	0,715	Valid
	K_4	0,705	Valid
	K_5	0,764	Valid
	K_6	0,787	Valid
	K_7	0,724	Valid
Persepsi Resiko	R_1	0,766	Valid
	R_2	0,755	Valid
	R_3	0,751	Valid
	R_4	0,793	Valid
	R_5	0,79	Valid
Penggunaan E-money	E_1	0,712	Valid
	E_2	0,772	Valid
	E_3	0,731	Valid
	E_4	0,697	Valid
	E_5	0,632	Valid

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji validitas pada penggunaan e-money diperoleh nilai minimal pearson's correlation adalah sebesar 0,632 dan nilai maksimal sebesar 0,848. Hasil tersebut menunjukkan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung > r tabel 0,197 (Supardi, 2005). Dengan demikian, item-item pertanyaan pada seluruh variabel yang diberikan dalam kuesioner telah memenuhi syarat valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan *SPSS 16.00 for Windows*. Berikut rangkuman hasil uji reliabilitas penggunaan e-money.

Tabel 4.5
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Persepsi manfaat	0,902	Reliabel
Persepsi kepercayaan	0,859	Reliabel
Persepsi Resiko	0,819	Reliabel
Penggunaan E-money	0,746	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Table 4.6 dapat diketahui bahwa untuk variabel persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko, dan penggunaan e-money pada masyarakat pengguna memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang terletak pada kisaran 0,746-0,902. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau reliabel, karena semua variabel bebas maupun terikat memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Siregar, 2013).

4.6 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan *SPSS 16.00 for Windows*.

4.6.1 Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat hubungan korelasi antar variabel independen. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF multikoloneritas adalah kurang dari 10 dan *tolerance* mendekati. Berikut rangkuman hasil uji multikolinearitas penggunaan e-money.

Tabel 4.6.1
Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.209	2.492		4.097	.000		
1 manfaat	.189	.077	.273	2.443	.016	.533	1.878
kepercayaan	.196	.083	.271	2.365	.020	.504	1.983
resiko	-.141	.066	-.191	2.128	.036	.822	1.217

a. Dependent Variable: Penggunaan e-money

Sumber : Data Diolah, 2019

Dilihat dari nilai uji multikolinieritas pada Tabel 4.7, Nilai VIF adalah kurang dari 10 dan *tolerance* mendekati 1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak mempunyai indikasi masalah multikolinearitas sehingga semua variabel independen dapat dimasukkan dalam penelitian ini dan model regresi tersebut dapat dikatakan baik.

4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Glejser* dengan bantuan *SPSS 16.00 for Windows*. Berikut rangkuman hasil uji heteroskedastisitas pada penggunaan e-money.

Tabel 4.6.2
Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.912	1.391		2.094	.039	Bebas heterokedastisitas
Manfaat	.013	.043	.042	.302	.763	Bebas heterokedastisitas
kepercayaan	-.050	.046	-.153	-1.080	.283	Bebas heterokedastisitas
Resiko	.015	.037	.045	.403	.688	Bebas heterokedastisitas

a. Dependent Variable:

Sumber : Data Diolah, 2019

Suatu model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas jika suatu *probabilitas* tingkat signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%. Berdasarkan hasil uji glejser pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi variabel independen di atas 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas (Hadi, 2009).

4.7 Hasil Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melalui perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dianjurkan.

4.7.1. Analisis regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel independen terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) dan variabel dependen adalah penggunaan e-money (Y). Berdasarkan pengujian regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS 16.00 for Windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model/Variabel	B	Std. Error	t	Sig	Keterangan
(Constant)	10,209	2,492	4,097	0,000	
Persepsi Manfaat	0,189	0,077	2,443	0,016	signifikan
Persepsi Kepercayaan	0,196	0,083	2,365	0,020	signifikan
Persepsi Resiko	-0,141	0,066	-2,128	0,036	tdk signifikan
R	= 0,603				
R ²	= 0,364				
Adjusted R ²	= 0,344				
F	= 18,291				
Sig F	= 0,000				

a. Dependent Variable: Penggunaan e-money

Sumber: data primer diolah tahun 2019

Model persamaan regresi linier berganda dari hasil perhitungan menggunakan *SPSS 16.00 for windows*, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 10,209 + 0,189 X_1 + 0,196 X_2 - 0,141 X_3$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) terhadap variabel dependen penggunaan e-money (Y), sehingga persamaan koefisien regresi diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 10,209

Nilai konstanta (a) sebesar 10,209 artinya apabila persepsi manfaat, kepercayaan dan resiko sama dengan nol maka besarnya penggunaan e-money masyarakat sebesar 10,209 satuan.

2. Koefisien regresi persepsi manfaat (X1) (b_1) = 0,189

Nilai Koefisien regresi persepsi manfaat (X1) memiliki nilai 0,189 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang searah (positif). Artinya bahwa persepsi manfaat pengguna tentang kemanfaatan dari e-money mampu meningkatkan penggunaan e-money pada masyarakat sebesar 0,189 satuan dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar kemanfaatan yang diperoleh dari e-money semakin tinggi pula penggunaan e-money.

3. Koefisien regresi persepsi kepercayaan (X2) (b_2) = 0,196

Nilai Koefisien regresi persepsi kepercayaan (X2) memiliki nilai 0,196 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang searah (positif). Artinya bahwa kepercayaan masyarakat tentang e-money yang meningkat sebesar 0,196 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap sehingga akan memberikan dampak semakin banyaknya pengguna e-money yang dirasa memiliki kenyamanan dan keamanan yang baik.

4. Koefisien regresi persepsi resiko (X3) (b_3) = -0,141

Nilai koefisien regresi dari persepsi resiko (X3) memiliki nilai -0,141 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang searah (negatif). Artinya bahwa persepsi masyarakat tentang besarnya resiko penggunaan e-money mampu menurunkan penggunaan e-money sebesar -0,141 satuan dengan asumsi bahwa variabel

independen yang lainnya tetap. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar resiko penggunaan e-money semakin rendah masyarakat penggunaan e-money.

4.7.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan menggunakan dua macam cara, yaitu sebagai berikut:

4.7.2.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2) dan persepsi resiko (X3) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money (Y). Digunakan uji statistik t (uji t) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh variabel independen yang signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak $\alpha = 0,05$ yang artinya bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji t secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	10.209	2.492	4.097	.000
1 manfaat	.189	.077	2.443	.016
kepercayaan	.196	.083	2.365	.020
resiko	-.141	.066	-2.128	.036

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	10.209	2.492	4.097	.000
1 manfaat	.189	.077	2.443	.016
kepercayaan	.196	.083	2.365	.020
resiko	-.141	.066	-2.128	.036

a. Dependent Variable: Penggunaan e-money

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

t hitung diperoleh dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ (dua sisi) dengan rumus $dk = n-k-1$ ($100-3-1$) = 96 dan t table sebesar = 1,984. Maka dari hasil tabel 4.10 yang diperoleh melalui program *SPSS for windows versi 16.0* dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengaruh variabel persepsi manfaat (X1) terhadap penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas variabel persepsi manfaat diperoleh nilai t hitung sebesar 2,443 dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 sedangkan t tabel diperoleh nilai sebesar 1,984. Maka hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,443 > 1,984$. Yang berarti bahwa variabel persepsi manfaat (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money. Hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi manfaat (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money dapat **diterima**.

2) Pengaruh variabel persepsi kepercayaan (X2) terhadap penggunaan e-money

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas variabel persepsi kepercayaan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,365 dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 sedangkan t tabel diperoleh nilai sebesar 1,984. Maka hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,365 > 1,984$. Yang berarti bahwa variabel persepsi kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan e-money. Hal tersebut berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money **diterima**.

3) Pengaruh persepsi resiko (X3) terhadap penggunaan e-money

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas variabel persepsi resiko diperoleh nilai t hitung sebesar $-2,128$ dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 sedangkan t tabel diperoleh nilai sebesar 1,984. Maka hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,128 > 1,984$. Yang berarti bahwa variabel persepsi resiko (X2) mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan e-money. Hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi resiko (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money dapat **ditolak**.

4.7.2.2 Uji Signifikan F (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap penggunaan e-money (Y). Untuk mengetahui hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	368.958	3	122.986	18.291	.000 ^a
	Residual	645.482	96	6.724		
	Total	1014.440	99			

a. Predictors: (Constant), resiko, manfaat, kepercayaan

b. Dependent Variable: Penggunaan e-money

sumber: data primer diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai uji F diperoleh nilai sebesar 18,291 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hal ini nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variable persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-money dan hipotesis ini dapat **diterima**.

4.7.2.3 Uji Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi (uji R^2) dilakukan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan anatar variabel independen yang meliputi persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) terhadap variabel dependen yaitu penggunaan e-money (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *SPSS 16.00 for windows* maka dapat diperoleh uji R dan koefisien determinasi (Uji R^2) sebagai berikut:

Tabel 4.7.2.3 Hasil Analisis Uji R dan Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.364	.344	2.59302

a. Predictors: (Constant), resiko, manfaat, kepercayaan

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Berdasar tabel 4.7.2.3 untuk dapat memberikan hasil penafsiran dan penjelasan koefisien yang dihasilkan, maka dapat dilihat dari pedoman tentang interpretasi koefisien determinan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7.2.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2013

Dari hasil uji R square menyatakan bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) terhadap penggunaan e-money memiliki hubungan yang rendah. Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan R square sebesar 0,364 yang artinya bahwa 36,4% penggunaan e-money dapat dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) sedangkan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 63,6% .

4.8. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis regresi dapat dijelaskan bahwa variabel independen yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-money (Y). Hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai signifikansi di bawah 0,05. Hal tersebut dikarenakan perolehan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Untuk lebih rinci dan jelas dapat dilihat di bawah ini:

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan e-money

Dari hasil perhitungan analisis data dapat dilihat bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap penggunaan e-money dengan pembuktian nilai t hitung sebesar 2,443 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984 artinya bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dengan tingkat signifikansi 0,016 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap penggunaan e-money. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar persepsi manfaat e-money pada masyarakat semakin besar pula penggunaan e-money. Sebaliknya jika seseorang kurang persepsi manfaat e-money maka penggunaan e-money akan menurun. Persepsi ini dapat diukur dengan sejauh mana seseorang dapat terbiasa menggunakan teknologi yang dapat menunjang kegiatannya. Peristiwa ini menyebabkan seseorang akan memanfaatkan teknologi dalam segala aspek, sehingga masyarakat akan menggunakan alat pembayaran berbasis elektronik yang pada dasarnya efektif dan efisien. Dari segi keefektifan dan efisiensi suatu kegiatan akan mendorong seseorang untuk terus meningkatkan penggunaan E-money. Keunggulan sistem pembayaran berbasis elektronik yang pertama kali dinikmati ialah E-money merupakan uang elektronik yang telah terdata pada setiap aplikasi penyedia jasa E-money. Maka dapat

meningkatkan keakuratan dalam bertransaksi. Dan yang kedua para pengguna E-money tidak harus menggunakan uang tunai yang dapat membuang waktu saat melakukan transaksi jual-beli.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian sebelumnya diantaranya adalah penelitian Priyono, (2017) di Yogyakarta, Diphtha, (2017) di Bali, Aritonang dan Arisman, (2017) di Palembang. Meskipun memiliki sedikit perbedaan waktu dan tempat.

Penelitian terdahulu membenarkan bahwa variabel manfaat sangat berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan E-money. Variabel ini telah banyak dipakai pada penelitian sebelumnya mengenai pengaplikasian teknologi sebab variabel manfaat adalah penentu dasar penerimaan teknologi. Sehingga dapat dikatakan bahwa angket dalam penelitian ini sangat tepat dan akurat sehingga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya.

2. Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap penggunaan e-money

Dari hasil perhitungan analisis data dapat dilihat bahwa variabel persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap penggunaan e-money dengan pembuktian nilai t hitung sebesar 2,365 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984 artinya bahwa t hitung lebih kecil dari pada t tabel dengan tingkat signifikansi 0,020 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money.

Hal ini dapat dikatakan bahwa masyarakat pada umumnya sependapat apabila tingkat kepercayaan sangat penting dalam penggunaan E-money. Masyarakat menganggap bahwa sistem pembayaran elektronik atau yang biasa disebut dengan E-

money merupakan dompet elektronik yang dapat dipercayai. Hingga saat ini sebagian masyarakat pada umumnya belum pernah mendapati informasi yang tidak baik mengenai sistem pembayaran berbasis elektronik. Justru yang terlihat oleh kalangan masyarakat saat ini ialah penilaian-penilaian dan prestasi yang sangat baik dan pengguna semakin banyak hingga ke pelosok kota. Dan oleh sebab itu dapat menunjukkan sistem pembayaran E-money memiliki kepercayaan yang sangat baik. Sehingga untuk kedepannya pemerintah ataupun Bank Indonesia selaku yang mengawasi setiap kegiatan transaksi jual-beli di Indonesia dapat mengupayakan untuk selalu menjaga keamanan terhadap sistem pembayaran menggunakan uang elektronik.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian sebelumnya diantaranya adalah penelitian Priyono, (2017) di Yogyakarta. Meskipun memiliki sedikit perbedaan waktu dan tempat.

3. Pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan e-money

Hasil perhitungan analisis data dapat dilihat bahwa variabel persepsi resiko mempunyai pengaruh terhadap penggunaan e-money dengan pembuktian nilai t hitung sebesar -2,128 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984 artinya bahwa t hitung lebih kecil dari pada t tabel dengan tingkat signifikansi 0,036 yang lebih kecil dari 0,05. Dan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi resiko mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap penggunaan e-money, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatkan persepsi masyarakat tentang resiko e-money mampu menurunkan penggunaan e-money. Sebaliknya jika persepsi resiko masyarakat yang rendah mampu meningkatkan penggunaan e-money.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Priyono, (2017) di Yogyakarta. Yang dimana didalam penelitian tersebut berisikan bahwa variabel persepsi resiko

berpengaruh terhadap penerimaan teknologi pembayaran uang elektronik. Peneliti Anjar Priyono menggunakan sampel keseluruhan dari mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang menjadi keterbatasan dalam penelitian tersebut ialah mahasiswa cenderung relatif muda dalam pengelompokannya usia menjadi pemicu dalam penerimaan yang tinggi terhadap resiko dan hal baru. Dibandingkan penggunaan yang menggunakan E-money pada penelitian ini merupakan seluruh lapisan masyarakat dari pedagang, pegawai dan seluruh mahasiswa di berbagai Universitas.

Disebabkan bahwa variabel ini tidak menimbulkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap penggunaan E-money, maka disarankan untuk penelitian berikutnya variabel tersebut tidak perlu digunakan. Dikarenakan pengguna lebih mengutamakan manfaat dan kemudahan yang didapat dan mengesampingkan resiko dari penggunaan E-money. Hal ini dapat berisiko karena dapat mengurangi kepercayaan masyarakat yang sebelumnya bernilai positif menjadi negatif.

4.8.1 Hasil Uji F

Dari hasil uji analisis data dalam uji F diperoleh nilai F sebesar 18,291 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap penggunaan e-money (Y). Dengan demikian persepsi masyarakat berdasarkan kemanfaatan dan semakin tinggi kepercayaan didukung dengan persepsi tentang resiko yang tinggi dapat mempengaruhi tingkat penggunaan e-money.

4.8.2 Hasil Tabel *Adjusted R*²

Dapat dilihat dari perhitungan besarnya *Adjusted R²* sebesar 0,364 yang artinya 36,4% penggunaan e-money dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko sedangkan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 63,6%.

