

**PERAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
GO-PAY : PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI KALANGAN
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

***THE ROLES OF FINANCIAL LITERACY IN INTEREST TO USE GO-PAY
IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMIC AMONG STUDENTS
OF ISLAMIC UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

RATIH MARISA APRILIANA

16423061

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2020

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratih Marisa Apriliana

NIM : 16423061

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan
Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam di Kalangan
Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 2 April 2020


Ratih Marisa



REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Ratih Marisa Apriliana

Nomor Mahasiswa : 16423061

Judul Skripsi : Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dari hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 02 April 2020



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM.

NOTA DINAS

Yogyakarta, 9 Sya'ban 1441

02 April 2020

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Asalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 5887/Dek/60/DAS/FIAI/XII/2019 tanggal 26 Desember 2019/ 29 Rabiul Akhir 1441 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Ratih Marisa Apriliana
Nomor Induk Mahasiswa : 16423061
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/ Program Studi : Studi Islam/Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2019/2020
Judul Skripsi : Peran Literasi keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam indonesia

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Demikian, semoga dalam waktu dekat bias dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing


Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM



FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fai@uii.ac.id
W. fai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:


Hari : Selasa
Tanggal : 28 April 2020
Nama : RATIH MARISA APRILIANA
Nomor Mahasiswa : 16423061
Judul Skripsi : Peran Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Go-Pay:
Perspektif Ekonomi Islam di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam
Indonesia

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI

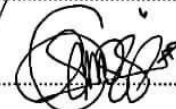
Ketua

Rakhmawati, S.Stat, MA

(.....


Penguji I

Tulasmu, SEI, MEI

(.....


Penguji II

Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

(.....


Pembimbing

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....


Yogyakarta, 28 April 2020





Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA



LEMBAR PERSEMBAHAN

Sujud sukur kepada Allah SWT dan sholawat beserta salam yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Ku bersujud kepada Allah SWT, Engkau berikan kesempatan kepada saya untuk bisa sampai ketahap ini. Segala puji bagi-Mu Ya Allah. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua, ayahanda tersayang Serka Basiran(Alm) dan Ibunda terkasih Siti Ghufroni yang telah memberikan cinta, segala dukungan, dan ketulusan tidak terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas dengan selebar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Terimakasih untuk cinta kasih dan perjuangan yang telah diberikan sampai titik ini, terimakasih untuk ibu yang selalu berjuang tak kenal lelah, dan seterusnya semoga ibu selalu diberi kesehatan, umur yang Panjang, selalu diberi rezeki yang berkah tentunya dan selalu dalam lindungan Allah SWT disetiap langkahnya, untuk ayahanda semoga engkau tenang di surga Allah, salam rindu dari putri kecilmu.

Teruntuk abang-abangku Praka Andri Hadi Wibowo, dan Doni Dwi Setyawan, beserta kakak ipar ku mb Eka, dan Mb Putri. Terimakasih atas segala dukungan dan cintanya. Untuk dua malaikat kecil penyemangatku, Belvania dan Marelio terimakasih selalu menghibur, serta keluarga besar H. Hasan Basri yang selalu ada mendukung.

Sahabat-sahabat saya Hani, Jihan, Suci, Ayas, Vika, Widya, Adel, Hana, teman spesial saya Hafiz, dan teman KKN Unit 144 Ella, Raffi, Iffa, Bibi, Poppy, Wendy, dan semua yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan dukungan, nasihat dan selalu membantu saya dalam suka dan duka.

Dosen yang ada di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang sudah memberikan berbagai ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini.

MOTTO

“Barang siapa tidak mau merasakan pahitnya belajar, ia akan merasakan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya”

(Imam Syafi’I Rahimahullah)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah maha mengetahui sedangkan kamu tidak”

(Al Baqarah: 216)

**PERAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
GO-PAY PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI KALANGAN
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

RATIH MARISA APRILIANA

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam
Indonesia Jalan Kaliurang Km 14,5 Sleman, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan menggunakan teori perluasan *theory acceptance model* (TAM). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan *purposive sampling* terhadap 150 mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia. Sebelum diolah data diuji validitas dan reabilitas terlebih dahulu, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis jalur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Go-Pay, Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay.

Kata Kunci: literasi keuangan, *Technology Acceptance Model*, Minat, Go-Pay

THE ROLES OF FINANCIAL LITERACY ON THE INTEREST TO USE GO-PAY IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS AMONG STUDENTS OF UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

RATIH MARISA APRILIANA

*Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies,
Universitas Islam Indonesia, Kaliurang Km 14.5 Sleman, Yogyakarta*

Abstract

This study aimed to analyze the impacts of Sharia financial literacy on the interest to use Go-Pay by using the extended theory of theory acceptance model (TAM). This is a quantitative research using the purposive sampling towards 150 active students in Universitas Islam Indonesia. Before being processed, the data were tested for validity and reliability. They were then analyzed using Path Analysis. The results of this study showed that financial literacy had a positive impact on perceived usefulness and perceived ease of use. The perceived usefulness and perceived ease of use had a positive impact on the interest to use Go-Pay. Financial literacy directly had an impact on the interest to use Go-Pay, financial literacy through the perceived usefulness had a positive impact on the interest to use Go-Pay, and financial literacy through perceived ease of use had a positive impact on the interest to use Go-Pay.

Keywords: *Financial Literacy, Technology Acceptance Model, Interest, Go-Pay*

May 5, 2020

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سِئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...ي...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مَرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā
-

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat, berkah, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”** Sholawat dan salam tak lupa penulis haturkan kepada Rasul kita yaitu Nabi Muhammad SAW beserta segenap keluarga, para sahabat dan umat-Nya. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan doa berbagai pihak baik berupa motivasi, nasihat, kritik serta saran. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukarrom, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya S.E., MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sabar dan semangat dalam memberikan pengarahan dan bimbingan penyusunan skripsi ini sehingga tercapai hasil yang baik, terima kasih atas waktu dan tenaganya.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat dunia dan akhirat.
7. Mahasiswa Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan kegiatan penelitian.
8. Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan sayangi yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada peneliti, serta memberikan motivasi dan dukungan materi demi kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, motivasi, doa dan kasih sayangnya.
9. Teman-teman lainnya dan semua pihak yang banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Penulis menyadari jika skripsi yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 02 April 2020

Penyusun



Ratih Marisa Apriliana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
REKOMENDASI PEMBIMBING	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori.....	15
1. Gaya hidup Cashless	15
2. Go-Pay.....	16
3. Technology Acceptance Model (TAM)	17
4. Literasi Keuangan	23
5. Minat Menggunakan	29
6. Konsumsi Islami.....	30

C. Kerangka Berpikir.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian	34
B. Metode Penentuan Sampel.....	35
C. Sumber Data	35
D. Definisi Operasional Variabel.....	36
E. Metode Analisis data.....	37
1. Skala penelitian.....	37
2. Teknik Pengumpulan Data	38
3. Instrumen Penelitian	38
4. Teknik Analisis Data	39
1) Uji Validitas dan Reabilitas	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	42
2) Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalitas.....	43
b. Uji Multikolinearitas	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	44
3) Pengujian Hipotesis.....	44
a. Analisis Jalur (<i>Path Analisis</i>).....	44
b. Sobel Test.....	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Go-Pay.....	46
2. Analisis Profil Responden.....	46
a. Profil Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	47
b. Profil Responden berdasarkan Usia	47
c. Profil Responden berdasarkan Fakultas	48

d. Profil Responden berdasarkan Penghasilan	49
e. Profil Responden berdasarkan Banyak Menggunakan	49
f. Profil Responden berdasarkan Lama Menggunakan.....	50
g. Profil Responden berdasarkan Tujuan menggunakan	51
3. Analisis Deskripsi Variabel.....	52
a. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi kemudahan	53
b. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemanfaatan	54
c. Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan.....	55
d. Tanggapan Responden Terhadap Minat Menggunakan.....	56
4. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Linearitas.....	57
b. Uji Normalitas.....	58
c. Uji Multikolinearitas	58
d. Uji heteroskedastisitas	59
5. Uji Hipotesis.....	60
6. Perhitungan Persentase Skor Literasi keuangan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
Daftar Pustaka.....	84
Lampiran	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Jumlah Perusahaan <i>Fintech</i> di Indonesia	2
Gambar 2.1 : <i>Final Version of Technology Acceptance Model (TAM)</i>	19
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 : Hasil Estimasi Koefisien <i>Path</i> Hubungan Antar variabel.....	70
Gambar 4.2 : Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa UII	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3.2 : Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3.3 : Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.1 : Jenis kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2 : Usia Responden	47
Tabel 4.3 : Status Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4 : Penghasilan per Bulan.....	49
Tabel 4.5 : Intensitas Pengguna Go-Pay	50
Tabel 4.6 : Lama Menggunakan.....	50
Tabel 4.7 : Tujuan Menggunakan Go-Pay	51
Tabel 4.8 : deskriptiv Variabel	52
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap variabel Kemanfaatan.....	53
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap variabel Kemudahan.....	54
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap variabel Literasi Keuangan.....	55
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Minat Menggunakan	56
Tabel 4.13 : Hasil Uji Linieritas.....	57
Tabel 4.14 : Hasil Uji normalitas	58
Tabel 4.15 : Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.17 : Pengujian Tahap I	60
Tabel 4.18 : pengujian Tahap II.....	62
Tabel 4.19 : Pengujian Tahap III.....	64
Tabel 4.20 : Pengujian Tahap IV	66
Tabel 4.21 : Pengujian Tahap V.....	68
Tabel 4.22 : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap minat Menggunakan Melalui Persepsi Kemanfaatan.....	71
Tabel 4.23 : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap minat Menggunakan Melalui Persepsi Kemudahan.....	72

Tabel 4.24 : Kategori Literasi keuangan	74
---	----

BAB I

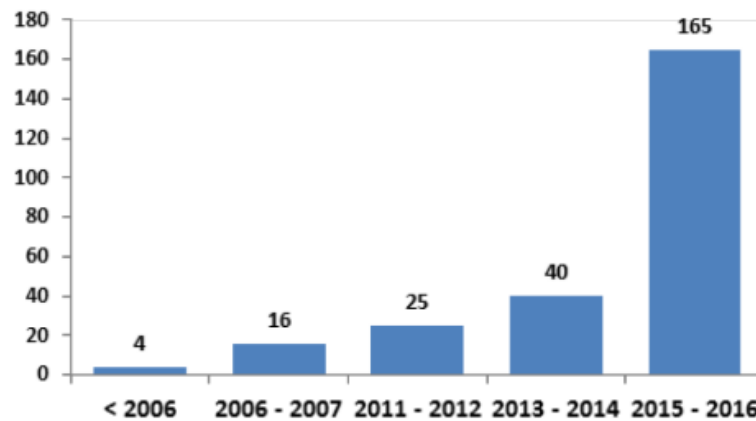
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang teknologi semakin hari semakin berkembang pesat, hal tersebut membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih praktis dan lebih mudah. Apalagi dengan berkembangnya teknologi mempermudah aktivitas dibidang ekonomi. Dengan adanya kemudahan yang diberikan maka semakin banyak inovasi-inovasi yang diberikan perusahaan yang menyediakan jasa. Hal tersebut tentunya sangat disambut baik oleh para masyarakat karena dengan adanya jasa tersebut mempermudah penggunaanya dalam melakukan aktivitas contohnya jasa Go-jek yang menyediakan jasa Go-food dimana seseorang dapat memesan makanan lewat aplikasi, dan pesananan pun akan dipesankan oleh Go-jek tersebut, dan konsumen hanya menunggu hingga makanan tersebut tiba. Kepraktisan tersebut sangat mempermudah dalam hal konsumsi apalagi banyak tawaran produk yang sangat memanjakan konsumen contohnya saja yaitu cashback dan diskon lainnya dalam pembayaran melalui Go-pay.

Terjadinya perkembangan global dalam inovasi teknologi keuangan juga turut mempengaruhi perkembangan *Fintech* di Indonesia. Tetapi indicator yang tersedia dan dapat digunakan untuk melihat konfigurasi *Fintech* di Indonesia saat ini masih sangat terbatas. Dari sisi jumlah perusahaan, dalam periode sebelum 2006 jumlah perusahaan *Fintech* yang berpartisipasi hanya 4 perusahaan dan kemudia bertambah menjadi 16 perusahaan pada rentang tahun 2006-2007 (Nizar, 2017). Dalam kurun waktu empat tahun setelah itu hanya terjadi penambahan 9 perusahaan yang berkontribusi, sehingga menjadi 25 perusahaan dalam kurunwaktu 2011-2012. Tetapi pada tahun 2013 hingga 2014 jumlah perusahaan *Fintech* bertambah hingga sebanyak 15 perusahaan hingga menjadi 40 perusahaan, atau tumbuh sekitar 60%. Tetapi perkembangan yang sangat pesat terjadi pada tahun 2015 hingga 2016, dimana perusahaan *Fintech* bertambah sebanyak 125 perusahaan hingga

sekarang telah menjadi 165 perusahaan. Artinya setiap tahun terjadi peningkatan jumlah perusahaan *Fintech* sekitar 312,5% dibandingkan tahun sebelumnya (Nizar, 2017).



Sumber: Asosiasi *Fintech* Indonesia OJK (2017)

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan *Fintech* di Indonesia 2006-2016

Salah satu jasa layanan *Fintech* yang paling populer dan sangat diminati adalah GO-JEK, PT. GO-JEK merupakan penyedia jasa mobile yang menyediakan jasa berbagai layanan, mulai dari transportasi, layanan pembayaran, dan layanan lainnya. Gojek mengembangkan berbagai inovasi pelayanan yang memberikan solusi dan kemudahan untuk masyarakat saat ini. Layanan yang ditawarkan jasa Gojek antara lain yaitu Gocar, Goride, Gofood, Gosend, Gopoint, Gobills, Gotix, Goshop, Gomed dan Gopay. Gopay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran pada aplikasi gojek. Go-jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology*. Dengan adanya banyak jasa yang ditawarkan oleh perusahaan gojek maka banyak juga promosi yang diberikan kepada customer seperti adanya voucher diskon dan *Cashback* yang sering diadakan perusahaan go-jek, hal tersebut tentunya menjadi daya tarik sendiri bagi penggunanya.

Go-Jek mengawali bisnisnya dari jasa transportasi taksi sepeda motor yang kemudian memperluas jaringan bisnisnya dengan menwakan berbagai

layanan yang disambut baik oleh penggunanya. Layanan yang ditawarkan sangat variatif seperti Go-Salon, Go-Box dan lain sebagainya. Didalam aplikasi Go-Jek terdapat dompet elektronik yang bernama Go-Pay, gopay telah bekerja sama dengan beberapa bank terkemuka di Indonesia diantaranya Bank Mandiri, Bank BNI, Bank central dan beberapa bank lainnya. Dengan kesuksesannya Go-Jek dituduh merusak persaingan sehat jasa transportasi taksi. Berdasarkan kesuksesan itu, layanan Go-Pay berupaya untuk mengikutinya dengan mengandalkan pada nama besar induknya (Priyono, 2017).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrument, penyelenggara, pemrosesan, transaksi pembayaran, dan inovasi dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran perlu tetap mendukung terciptanya sistem pembayaran yang lancar, aman, efisien dan andal. Industri *Financial Technology (fintech)* merupakan suatu metode layanan yang sangat populer di era digital sekarang ini. Sebagian besar masyarakat Indonesia yang tinggal dipertanian sangat terbantu dengan adanya *fintech* ini, karena berbasis teknologi menjadikan alasan utama dalam perkembangan *fintech* sendiri. Laporan *World Economic Forum (2015)* memprediksi bahwa Indonesia akan menjadi salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan *Fintech* sangat berkembang pesat di kalangan masyarakat.

Dengan semakin berkembangnya sistem pembayaran yang diberikan maka gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli online mengakibatkan masyarakat memilih menggunakan system pembayaran elektronik yang lebih praktis dan efisien. Kemudahan yang diberikan maka minat dalam menggunakan layanan jasa semakin diminati, terutama oleh kaum milenial yang sangat menyukai kepraktisan. Oleh karena itu untuk meneliti suatu minat teknologi Go-Pay atau atau dompet elektronik

dibutuhkan suatu teori *Technology acceptance model* (TAM) karena dengan model ini paling banyak digunakan untuk menilai apakah suatu teknologi dapat diterima penggunaannya. *Technology acceptance model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis, TAM merupakan suatu sistem model yang digunakan untuk menganalisis hubungan variabel yang terkait dengan penerimaan dan pemanfaatan teknologi yang (Ramdhani, 2016). TAM biasanya digunakan untuk menguji pengaruh kegunaan, kemudahan, serta kepercayaan dari suatu teknologi. Dengan adanya TAM ini dapat diketahui bagaimana minat menggunakan Go-Pay.

Sebagai Seorang mahasiswa tentunya banyak sekali kebutuhan yang harus dipenuhi, seperti kebutuhan transportasi, kebutuhan akademik, kebutuhan konsumsi dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Biasanya mahasiswa berada pada umur 18-21 tahun yang merupakan fase remaja akhir dimana memungkinkan seseorang memiliki kebutuhan yang lebih besar, mulai dari gaya hidup, trend dan lainnya. Hal ini mengharuskan tiap individu untuk mulai belajar mengelola keuangannya sendiri. Pada dasarnya pola konsumtif individu terbentuk ketika remaja akhir dengan rentang umur 18 hingga 21 tahun. Kebanyakan remaja akhir sudah memiliki uang saku pribadi yang diberikan oleh orang tua atau penghasilan sendiri yang semua akan diatur sendiri. Mahasiswa biasanya sangat mengikuti perkembangan teknologi, dan sangat menyukai hal-hal yang bersifat instan dan simple, oleh karena itulah dompet digital banyak diminati oleh kalangan mahasiswa.

Manusia diberikan kesempatan untuk melakukan pembaruan terhadap berbagai kebutuhan *muamalah* yang diperlukan dalam kehidupan yang berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Dalam perspektif Ekonomi Islam, hukum transaksi elektronik telah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 yaitu Uang Elektronik Syariah, dimana dalam ketentuan hukum uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran yang sesuai dengan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. Apabila berlaku suka sama suka, dikarenakan uang elektronik tersebut memberikan keamanan dan

kenyamanan dalam membawa uang. Sehingga pada saat akan melakukan pembayaran, seseorang hanya membawa atau menggunakan kartu atau *chip* uang elektronik saja tanpa membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Uang elektronik sebagai alat pembayaran yang membantu konsumen salah satunya adalah mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya. Peran handphone bagi mahasiswa sangat penting, sehingga uang elektronik yang sering digunakan mahasiswa adalah yang berbasis server seperti Go-Pay. Oleh karena itu sistem pembayaran online sangat diminati oleh kalangan mahasiswa dikarenakan system yang dirasakan memberikan manfaat.

Dengan berkembangnya *fintech* juga berpengaruh terhadap pengetahuan seseorang hal tersebut berkaitan dengan literasi keuangan. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan membaca, menganalisis, mengatur, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan seseorang yang dapat memengaruhi kesejahteraannya. Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan proses peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan seseorang agar dapat mengelola keuangannya dengan baik. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik akan menentukan keputusan keuangannya dengan baik. Literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan manajemen keuangan, karena dengan literasi keuangan seseorang bisa membedakan kebutuhan dan keinginan dan seseorang lebih bijak dalam memajemen keuangan tersebut. Literasi keuangan memberikan dampak baik dikarenakan literasi keuangan mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi tidak boros dan lebih selektif dalam pemilihan kebutuhan dan keinginan serta terhindar dari perilaku konsumtif. Dengan banyaknya fasilitas yang diberikan tidak menutup kemungkinan bahwa akses konsumsi sangat mudah. Pengukuran literasi sangat penting dilakukan untuk melihat seberapa tingkat pengetahuan seseorang, menurut pengertian dari Chen dan Volpe tingkatan dari literasi keuangan seseorang ada tiga tingkatan, rendah, sedang dan tinggi, oleh karena itu penulis lebih memilih menggunakan teori dari Chen dan Volpe dalam pengukuran literasi keuangan seseorang.

Dari penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa penggunaan dari uang elektronik diperbolehkan oleh Islam selama tidak adanya kerugian antara masing-masing pihak, peningkatan *fintech* tentunya juga akan berhubungan dengan literasi seseorang, dan sebagian besar penguanya adalah kaum milenial. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian terkait dengan Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat menggunakan Gopay dengan berdasarkan perspektif Islami dan yang menjadi subjek utama yaitu mahasiswa Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay?
5. Bagaimana pengaruh literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay?
6. Bagaimana pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay?
7. Bagaimana pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay
7. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh Peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Memperluas wawasan sehingga dapat dijadikan sumber ilmu dan referensi mengenai analisis literasi keuangan terhadap Go-jek menurut perspektif konsumtif Islami di kalangan Mahasiswa Yogyakarta

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pengetahuan bagi mahasiswa dalam hal literasi keuangan yang sekiranya dapat diterapkan untuk membantu pengetahuan pengelolaan keuangan mahasiswa

E. Sistematika Penulisan

Agar memudahkan penulis dalam penulisan proposal skripsi, maka penulis membagi dalam beberapa bab. Skripsi ini terdiri dari 5 bab. Masing-masing bab membahas tentang permasalahan yang diuraikan menjadi beberapa sub bab. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta

mempermudah dalam pembahasannya, penulis merangkum dalam sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang alasan mengapa perlunya dilakukan penelitian. Untuk memperkuat alasan tersebut maka harus didukung dengan data yang memadai. Rumusan masalah merupakan intisari dari sebuah permasalahan yang akan diselesaikan. Tujuan Penelitian harus konsisten dengan latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian. Manfaat penelitian merupakan implikasi yang positif yang akan diperoleh apabila tujuan tercapai. Sistematika penulisan merupakan struktur bab –bab secara logis berhubungan dan merupakan kesatuan serta mendukung dan mengarah tercapainya jawaban

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Telaah Pustaka ini menjelaskan seputar penelitian terdahulu yang terdiri dari 10 jurnal ilmiah dan landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Landasan teori merupakan uraian dari konsep, prinsip, teori dan berbagai uraian yang relevan dengan permasalahan yang menjadi topic penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu persoalan yang masih perlu diuji kebenarannya. Kerangka berfikir merupakan sintesa dari serangkaian teori yang ada dalam telaan pustaka dan landasan teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan seputar metodologi yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Metodologi terbagi menjadi beberapa bagian pokok yang akan dijelaskan. Pokok-pokok tersebut adalah: desain penelitian, lokasi waktu dan obyek pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi konseptual variabel dan definisi operasional variabel, instrumen penelitian yang digunakan, dan terakhir teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS

Analisis data dan pembahasan yang membahas tentang keterkaitan suatu faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian

menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang diajukan dan menganalisis proses dan hasil penyelesaian masalah.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran berisi kesimpulan dari pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil yang sudah dibahas dalam pembahasan. Kesimpulan dari makna yang dapat ditarik dan hasil penelitian yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun sebelumnya. Saran disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Melalui telaah pustaka ini penulis bertujuan untuk mencari data intisari dalam penelitian sebelumnya berkaitan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti pada penelitian jurnal dan skripsi. Telaah pustakan merupakan bagian terpenting dari sebuah penelitian, karena dengan daftar pustaka kita dapat mengetahui hasil penelitian yang telah dikaji sebelumnya guna untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun penelitian diatas. Telaah Pustaka yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sepuluh jurnal, dan semuanya adalah jurnal dengan metode kuantitatif sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penulisan terdahulu yang telah membahas sekitar topik ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nur, Anisa, Fauzia dan Nurdin tahun 2015 dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif". Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana tingkat literasi keuangan pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2015, bagaimana Perilaku Konsumtif Mahasiswa, dan sejauh mana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa Nur Fauzia menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin menurun, dengan tingkat literasi Mahasiswa memiliki tingkat konsumtif yang sedang, terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan kesimpulan yang didapatkan adalah mahasiswa laki-laki lebih mengetahui tentang literasi keuangan, dibandingkan dengan mahasiswi perempuan (Fauzia & Nurdin, 2019).

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Wahyuhana, Alifia dan p, Idola Perdini 2018 yang berjudul “*Pengaruh Gaya Hidup Cashless Terhadap Proses keputusan Penggunaan Jenius Di Bandung*”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh gaya hidup *cashless* terhadap proses keputusan penggunaan jenius di bandung tahun 2018. Penggunaan ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner dan menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah tanggapan responden tentang variable aktivitas, minat, opini termasuk dalam kategori tinggi , berdasarkan variabel T didapatkan bahwa variable aktivitas tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian secara parsial, variable opini dan minat berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian secara parsial, dan hasil uji f dan koefisien determinasi ketiga variable berpengaruh signifikansi terhadap proses keputusan pembelian (Wahyuhana & P, 2019)

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Fattah, Fuad, Abdul 2018 yang berjudul “*Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar*” menggunakan metode tipe penelitian inferensial dimana menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat post positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variable eksogen yaitu literasi keuangan (X_1) dan pengendalian diri (X_2), serta variable eksogen yaitu perilaku konsumtif (Y). analisis data yang digunakan yaitu uji reliabilitas dan validitas, uji analisis *Structural Equational Modeling* (SEM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar dan pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif konsumtif siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah literasi keuangan memiliki hubungan yang negative signifikansi terhadap perilaku konsumtif, sedangkan hasil lain yang didapatkan bahwa pengendalian diri memiliki hubungan positif dan signifikansi terhadap perilaku

konsumtif siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar (Fattah & Mintasih Indriayu, 2018)

Penelitian keempat yang berjudul “*Analisis Pengaruh trust dan risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay*” penelitian ini dilakukan oleh Priyono, Anjar 2017. penelitian ini berujuan untuk mengamati penggunaan pembayaran elektronik dengan menggunakan dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go-Jek. penelitian ini menggunakan penelitian *structural equation modelling* (SEM) untuk menguji model structural yang dikembangkan berdasarkan kajian literature. Pendekatan partial least square (PLS) digunakan untuk melakukan penilaian terhadap instrument pengukuran yang digunakan. Penelitian ini menguji hipotesis yang diajukan di bab sebelumnya, yaitu engan menggunakan PLS, dengan pendistribusian responden sebanyak 222 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini adalah *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap *intention to use*, dan menunjukkan bahwa dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go Pay dipandang membantu penggunaannya. Analisis terhadap efek mediasi menunjukkan bahwa terust memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to use* melalui *perceived risk* dan *perceived usefulness*. Oleh karena itu *trust* menjadi komponen penting dalam penggunaan dompet elektronik sebagai alat pembayaran elektronik (Priyono, 2017).

Penelitian kelima yang dilakukan oleh rahayu, Imam, Sugih 2016 dengan judul “*Minat nasabah Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian survey dengan jenis penelitian kausalitas dengan menggunakan 376 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku pengguna *mobile banking*. Sedangkan persepsi kemudahan pengguna berpengaruh negative terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking*. Tingginya presepsi kredi-

bilitas akan meningkatkan minat perilaku menggunakan *mobile banking* (Rahayu, 2016).

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Aritonang, Lonardo, Yosua, Arent dan Arisman, Anton pada tahun 2017 dengan judul “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-MONEY (Studi Kasus Pada Penggunaan GO-PAY)*”, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama mempunyai peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *konvenienceccidental sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-money* Go-Pay. Data yang digunakan diperoleh sebanyak 100 responden, dan hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang menggunakan *E-Money* Go-Pay. Hal ini berarti semakin mudah konsumen menggunakan aplikasi maka akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan *E-Money* Go-Pay. (Aritonang & Arisman, 2017)

Penelitian ketujuh yang berjudul “*Pengaruh Aplikasi TAM dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-Commerce dalam Pembelian Produk Pakaian dan Aksesoris*” oleh Nangi, Yosafat, Iman dan Sukaatmadja, Gede, I Putu pada tahun 2015, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi TAM dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan e-commerce dalam pembelian produk pakaian dan aksesoris pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah bahwa kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-commerce

pada mahasiswa program regular fakultas Ekonomi dan bisnis Udayana (Nangi & Sukaatmadja, 2015).

Penelitian kedelapan yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Sidharta, Iwan dan Sidh, Rahmawai pada tahun 2014 dengan judul “Pengukuran Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang *Online Shopping* Pada E-Commerce”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *perceived usefulness*, *perceived of use*, *attitude*, dan *intention to use* mahasiswa STMIK Mardira Indonesia Bandung. Pada penelitian ini menggunakan responden sebanyak 60 mahasiswa aktif, hasil dari penelitian ini adalah bahwa *perceived usefulness*, *perceived of use*, *attitude*, dan *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap *attitude* mahasiswa STMIK dalam online shopping, serta berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* (Sidharta & Sidh, 2014).

Penelitian kesembilan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Widayati, Irin pada tahun 2012 dengan berjudul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pengaruh status social ekonomi orang tua terhadap pendidikan pengelolaan keuangan keluarga, finansial aspek kognitif, aspek sikap, dan aspek kognitif, Data dikumpulkan dengan menggunakan angket yang diberikan kepada 220 mahasiswa. Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa status social ekonomi orang tua, Pendidikan pengelolaan keuangan, pembelajaran di perguruan tinggi berpengaruh positif signifikan terhadap Pendidikan pengelolaan keuangan, sedangkan untuk status social ekonomi, status social tidak berpengaruh langsung terhadap literasi finansial (Widayati, 2012).

Penelitian kesepuluh yang dilakukan oleh Danuarta, Gede, Leo pada tahun 2019 yang berjudul “Determinan Of Using Go-Pay and its Impact on Net Benefit”, yang bertujuan untuk menyelidiki penentu yang memengaruhi pengguna Go-Pay. Pada penelitian ini menggunakan 93 responden di Denpasar bali, data yang digunakan menggunakan *Partial Least Square*(PLS)

Persamaan Struktural Pemodelan (SEM). pengguna Go-Pay. Pada penelitian ini menggunakan 93 responden di Denpasar bali, data yang digunakan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), Persamaan Struktural Pemodelan (SEM). pengguna Go-Pay. Pada penelitian ini menggunakan 93 responden di Denpasar bali, data yang digunakan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), Persamaan Struktural Pemodelan (SEM). Studi tersebut menemukan kemudahan yang dirasakan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kenikmatan yang dirasakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat untuk menggunakan Go-Pay. Sebaliknya, risiko yang dirasakan signifikan dan berpengaruh negatif pada niat untuk menggunakan Go-Pay. Selain itu, pengaruh niat untuk menggunakan secara signifikan dan berpengaruh positif pada penggunaan aktual Go-Pay. Apalagi penggunaan aktual secara signifikan dan positif mempengaruhi keuntungan bersih. Hasil penelitian ini bisa digunakan oleh perusahaan pembayaran fintech untuk memaksimalkan adopsi pembayaran fintech di Indonesia (Leo & Danuarta, 2019).

Dari jurnal penelitian ini hampir memiliki persamaan secara menyeluruh dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama membahas Go-Pay, minat menggunakan, dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Adapun perbedaan skripsi ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, tempat penelitian, serta variable yang digunakan. Objek pada penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan variable yang digunakan adalah variable literasi keuangan dengan variabel *intervening* yaitu persepsi kemanfaatan dan kegunaan.

B. Landasan Teori

1. Gaya Hidup Cashless

a. Pengertian

Banyaknya pengguna internet menjadi salah satu faktor perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Dalam pencatatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) penggunaan transaksi digital signifikansi meningkat.

Peningkatan transaksi digital ini didukung dengan perubahan gaya hidup atau perilaku *cashless* masyarakat. Gaya hidup *cashless* adalah gaya hidup dimana uang *cash* digantikan oleh keberadaan uang elektronik sehingga untuk melakukan transaksi apapun cukup dibutuhkan sebuah alat transaksi seperti kartu atau dapat melalui ponsel pintar. Implementasi *Cashless Society* telah dinaungi oleh Asosiasi Sistem pembayaran Indonesia (ASPI) yang telah berdiri pada tahun 2010, asosiasi ini didirikan sebagai bentuk memperkuat industry sistem pembayaran Indonesia agar dapat bersinergi dengan Bank Indonesia dalam mengembangkan sistem pembayaran Indonesia. Dengan adanya Gerakan non Tunai (GNTT) yang diperkenalkan oleh pemerintah kepada masyarakat semakin membuat masyarakat terbiasa dengan gaya hidup *cashless*.

Program GNTT direncanakan sebagai gerakan pemerintah bersama seluruh otoritas, industry, dan lapisan masyarakat secara nasional untuk mewujudkan *Cashless Society* melalui penggunaan instrument non tunai. dengan adanya *Cashless Society* ini memiliki banyak manfaat salah satunya untuk efisiensi ekonomi nasional, *good governance*, transparansi pengelolaan keuangan pemerintah, dan layanan public yang berkualitas dan lingkungan usaha yang mampu bersaing dipasar global (Marlinah, 2016).

2. Gopay

a. Pengertian

Gopay merupakan salah satu dompet elektronik yang dikeluarkan oleh perusahaan jasa Go-Jek. Layanan yang diberikan oleh Go-Jek sangat membantu masyarakat dalam segala aktivitas. Jasa yang diberikan Go-jek adalah Go-Ride, Go-Car, Go-Clean, Go-Food dan masih banyak yang lainnya. Dalam mempermudah pembayaran maka Go-jek mengeluarkan Go-pay untuk mempermudah aktivitas pembayaran. Gopay bekerja sama dengan beberapa Bank Central Asia dan beberapa bank lainnya yang memiliki dukungan teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh

Anjar Priyono bahwa Go-Pay sangat diterima oleh masyarakat terutama oleh para *early adopters of innovation* yang didominasi oleh mahasiswa. Dalam jurnal yang ditulis oleh diketahui bahwa Go-Pay memiliki persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan konsumen sehingga sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan Go-Pay (Priyono, 2017).

3. Technology Acceptance Model (TAM)

a. Pengertian TAM

Technology acceptance model (TAM) ini diformulakan oleh Ajzen dan Fishben (1980). Teori tersebut merupakan hasil dari penelitian mereka pada tahun 1980. Teori ini menjelaskan bahwa dalam melakukan sesuatu didorong oleh dua faktor yaitu *behavior beliefs* dan *Normatif beliefs*. Faktor tersebut kemudian mendorong seseorang untuk memiliki *outcome evaluation* dan *motivation to comply*. Sehingga kedua hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berperilaku (*Attitude*) dan Norma-Norma Pribadi (*Subjective Norms*). Adanya Attitude dan Subjective Norms akan mempengaruhi perhatian/fokus seseorang dalam berperilaku (*behavior intention*). Pada akhir Behavior Intention akan mempengaruhi pada perilaku seseorang (*behavior*). Model TAM diajukan oleh Davis. *Et al.*, (1989) dan *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) sebagaimana diajukan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) telah mendominasi literatur-literatur sistem informasi. Model tersebut menyarankan bahwa pengaruh Variabel-variabel dalam model TAM dan TRA dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai manfaat teknologi (Loekamto, 2012). Tam merupakan sistem model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.

Pada akhir Behavior Intention akan mempengaruhi pada perilaku seseorang (*behavior*). Model TAM diajukan oleh Davis. *Et al.*, (1989) dan *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) sebagaimana

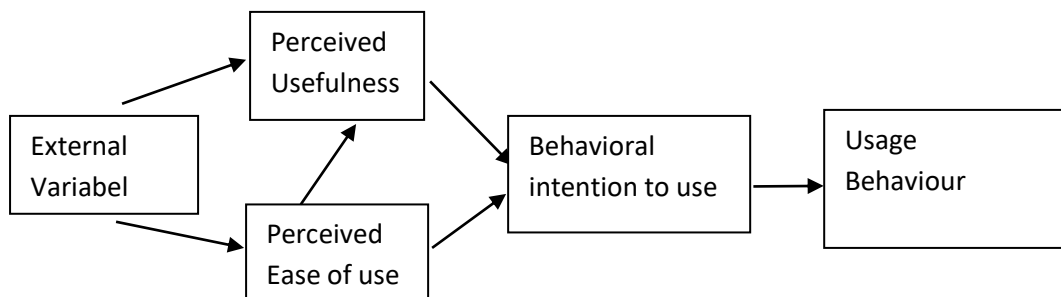
diajukan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) telah mendominasi literatur-literatur sistem informasi. Model tersebut menyarankan bahwa pengaruh Variabel-variabel dalam model TAM dan TRA dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai manfaat teknologi. Tam merupakan sistem model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.

Model tam sebenarnya diadopsi dari model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dari persepsi pengguna teknologi informasi (TI) akan mempengaruhi dalam menerima teknologi tersebut. Salah satu yang dapat mempengaruhi adalah persepsi dari pengguna terhadap manfaat dan kemudahan pengguna. Sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan atau perilaku orang tersebut sebagai tolak ukur dalam penerimaan sebuah teknologi (Loanata & Tileng, 2016).

Technology Acceptance Model (TAM) ini merupakan salah satu teori yang paling sering digunakan dalam mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman nasabah dalam menggunakan suatu layanan yang baru saja diluncurkan (Hartono, 2008: 114-115). Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) terdapat dua konstruk utama yang menjadi perilaku pengguna, yaitu persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) (Wibowo & Luhur, 2017). Dari kedua variabel tersebut dapat menjelaskan aspek berperilaku pengguna. Sehingga dengan melihat kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi informasi dapat dijadikan alasan seseorang dalam berperilaku atau bertindak sebagai tolak ukur dalam menerima suatu teknologi informasi. Semakin mudah penggunaan teknologi informasi menandakan bahwa lebih sedikit usaha yang harus dilakukan dalam meningkatkan kinerjanya menggunakan teknologi informasi. Begitu pula semakin banyak

manfaat yang dirasakan pengguna, akan memberikan pengaruh lebih besar dalam menggunakan teknologi informasi (Hartono, 2008: 111).

Model, yang disebut sebagai model penerimaan teknologi (TAM), sedang dikembangkan dengan dua tujuan utama. Pertama, harus meningkatkan pemahaman kita tentang proses penerimaan pengguna, memberikan wawasan teoritis baru ke dalam desain dan implementasi sistem informasi yang sukses. Kedua, TAM harus memberikan dasar teoretis untuk metodologi pengujian penerimaan pengguna praktis yang akan memungkinkan perancang dan pelaksana sistem untuk mengevaluasi sistem baru yang diusulkan sebelum penerapannya. Menerapkan model yang diusulkan dalam pengujian penerimaan pengguna akan melibatkan menunjukkan prototipe sistem kepada pengguna potensial dan mengukur motivasi mereka untuk menggunakan sistem alternatif.



Gambar 2.1

Final Version of Technology Acceptance Model (Lai, 2017)

Dua konstruksi utama TAM adalah manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan (lihat Gambar 2.1). Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah tingkatnya di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan menjadikannya bebas dari usaha. TAM berpendapat bahwa niat perilaku menentukan penggunaan sistem aktual dan niat perilaku ditentukan oleh sikap dan manfaat yang dirasakan.

Khasiat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan keduanya memiliki efek pada minat perilaku. Persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi manfaat yang dirasakan. Minat perilaku dipengaruhi secara tidak langsung oleh variabel eksternal melalui manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Kekuatan relatif dari hubungan penggunaan-kegunaan versus kemudahan hubungan penggunaan-penggunaan adalah signifikan menemukan dan sangat penting bagi desainer. Kebutuhan pengguna untuk menganggap sistem bermanfaat atau tidak mencoba menggunakannya terlepas dari betapa mudah atau sulitnya melakukannya menggunakan. Kemudahan penggunaan kurang penting karena kesulitan dalam menggunakan sistem dapat diatasi jika pengguna berpikir bahwa sistem akan bermanfaat bagi mereka. Secara keseluruhan modelnya dijelaskan 47% dari keseluruhan varian model. Davis memodifikasi model TAM asli di mana ia menemukan dukungan yang lebih kuat dari yang dirasakan kemudahan penggunaan konstruksi dengan manfaat yang dirasakan (Gardner & Amoroso, 2004).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) mendeskripsikan dua faktor dominan yang mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor yang pertama adalah persepsi kegunaan (*usefulness*), sedangkan faktor kedua yaitu (*ease of use*). *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan sebagai dasar hipotesis bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived ease of use*) mempengaruhi minat (*intention*) individu terhadap penggunaan teknologi informasi. Niat untuk menggunakan teknologi informasi akan menggunakan teknologi (*Behavior*), yaitu pada saat dimana individu menggunakan teknologi informasi tersebut dan memutuskan untuk terus menggunakan jika memerlukan, maka dari itu dikatakan minat penggunaan teknologi informasi. Faktor yang mempengaruhi TAM adalah:

1. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*)

Persepsi manfaat menurut Davis (1989) adalah tingkatan dimana pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Persepsi penggunaan terhadap manfaat dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran, peningkatan efektivitas dalam penggunaan sistem, keefesienan dalam layanan transaksi pembayaran, penggunaan sistem menambah tingkat produktivitas individu.

a. Kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran

Uang elektronik dapat membantu transaksi semakin cepat, dan memangkas waktu menjadi lebih efisien.

b. Peningkatan efektivitas dalam penggunaan sistem

Efektivitas berhubungan dengan sejauh mana transaksi pembayaran dapat memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan

c. Keefesienan dalam layanan transaksi pembayaran

Keefesienan ini berhubungan dengan meminimalisi pemborosan atau kerugian yang terjadi.

d. Penggunaan sistem menambah tingkat produktivitas individu

Kecepatan dan keefektifitasan merupakan dua hal yang sangat mempengaruhi tingkat produktivitas individu, apabila sistem yang digunakan efisien maka proses transaksi makin cepat dan dapat melakukan kegiatan lainnya selama proses transaksi berjalan.

2. Persepsi kemudahan (*ease of use*)

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi penggunaan terhadap kemudahan dalam

menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu sistem mudah, penggunaan yang praktis, sistem yang mudah digunakan, sistem yang mudah dijangkau (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003).

a. Sistem mudah dimengerti

perlu adanya pengetahuan pengguna dan pemahaman bahwa layanan uang elektronik dapat diperoleh agen layanan digital maupun dikases melalui ponsel pribadi, dan hanya dapat digunakan pada merchant yang bekerja sama dengan penerbit uang elektronik.

b. Penggunaan yang praktis

Penggunaan elektronik yang di tujukan untuk memudahkan pengguna harus memiliki keunggulan nilai praktis untuk menggunakan uang elektronik syarat utama adalah dengan adanya saldo dan adanya mesin untuk bertransaksi.

c. Sistem mudah digunakan

Uang elektronik merupakan salah satu alternative pembayaran, sehingga sebisa mungkin harus efisien dan memudahkan pengguna. Menggunakan uang elektronik hanya perlu menempelkan (tap) kartu ke mesin yang telah disediakan, untuk mesin Electronic Data Capture (EDC) bagi uang elektronik yang berbasis chip, selanjutnya mesin EDC akan mengurangi nominal saldo yang akan dibeli.

d. Sistem mudah dijangkau

Uang elektronik digunakan pada merchant yang sudah bekerja sama dengan bank. Oleh karena itu pengisian saldo dapat dilakukan dengan mudah melalui m-banking, ATM, maupun via minimarket.

4. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi keuangan

Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi berpotensi memberikan nilai produktivitas yang tinggi, literasi secara umum berarti kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan keterampilan yang dimiliki dalam hidupnya (Soetioo, 2018), literasi keuangan menurut OECD (*Organization For Economic Co-Operation dan Development*) adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu. Otoritas Jasa Keuangan menggunakan istilah literasi keuangan sebagai rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan, konsumen, dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. dalam Penelitian yang dilakukan oleh Lusardi, menyatakan bahwa literasi keuangan terdiri dari sejumlah pengetahuan dan kemampuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidup serta bertujuan untuk mencapai kesejahteraan (Lusardi, 2014), berbeda dengan konvensional, literasi keuangan syariah merupakan pemahaman seseorang mengenai keuangan secara Syariah dalam hal ini dimaksudkan dalam prinsip akad, transaksi, lembaga, dan juga produk keuangan. Dalam Al-quran sesuai dengan Al-Quran surat Al-Baqarah (2) ayat 208 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السَّلَامِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai seorang muslim dianjurkan untuk menerapkan Islam secara Keseluruhan, kaitannya adalah dalam kegiatan ekonomi harus menerapkan sistem ekonomi syariah secara keseluruhan agar terhindar dari hal-hal yang bertentangan dengan agama seperti riba, tadbis, maysir, dan gharar.

Tingkat melek finansial yang lebih tinggi ditemukan pada laki-laki. Literasi keuangan membantu individu terhindar dari masalah keuangan (Shimizuti & Hiroyuki , 2018). Kesulitan keuangan bukan hanya dari pendapatan saja tetapi kesulitan keuangan juga muncul karena dalam penerapannya seperti kesalahan dalam memanfaatkan kartu kredit, diskon dan lain sebagainya, batasan finansial akan menyebabkan stress dan rendahnya kepercayaan seseorang (Farah & Reza, 2015).

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami pengetahuan tentang keuangan, tidak hanya memahami tetapi seseorang tersebut bisa mempraktekan dan mengelola keuangan dengan baik dan benar.

b. Manfaat Literasi Keuangan

Banyak sekali manfaat literasi keuangan, oleh karena itu di semua negara memberikan perhatian khusus pada peningkatan literasi keuangan. Manfaat literasi keuangan antara lain:

1. Individu

Literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan seseorang yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. Dengan Literasi keuangan yang baik maka masyarakat akan memiliki pemahaman tentang manfaat, resiko, dan biaya atas produk dan layanan jasa keuangan yang dimilikinya serta hak dan kewajiban sebagai konsumen sehingga memiliki daya saing yang lebih tinggi. Literasi keuangan juga memiliki peran vital dalam mempersiapkan setiap

individu menghadapi masa depan sebagaimana kemampuan membaca dan menulis. Oleh karena itu konsep literasi keuangan harus diterapkan sejak dini.

2. Lembaga keuangan

Literasi keuangan memberikan manfaat bagi industry keuangan mengingat masyarakat adalah pengguna produk dan jasa keuangan. Semakin tinggi literasi masyarakat maka akan semakin tinggi pemanfaatan produk dan jasa keuangan sehingga potensi keuangan yang diperoleh lembaga keuangan semakin besar. Literasi yang baik akan membuat masyarakat semakin mendorong potensi keuangan untuk terus berinovasi mengembangkan dan menciptakan produk.

3. Negara

Negara yang baik merupakan negara yang mampu mengembangkan literasi keuangan terhadap masyarakatnya. Literasi keuangan dapat meningkatkan ekonomi suatu negara, mengurangi tingkat kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan dan mendukung pencapaian stabilitas sistem keuangan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

Menurut Lusardi, Mitchell dan Curto (2008), terdapat tiga hal yang mempengaruhi Literasi keuangan yaitu:

1. Sosiodemographi

Terdapat perbedaan pemahaman antara laki-laki dan perempuan, laki-laki dianggap lebih mengerti tentang literasi keuangan dari pada perempuan.

2. Latar Belakang Keluarga

Dalam literasi keuangan juga sangat berpengaruh, ibu yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi maka akan unggul 90 persen dibandingkan lulusan sekolah menengah

3. Kelompok pertemanan

Pada kelompok atau komunitas akan mempengaruhi literasi keuangan seseorang, karena pada pertemanan pola penggunaan konsumtif berpengaruh

d. Dimensi Literasi keuangan

Dirangkum dari Developing Indonesian Literacy Index OJK (2013: 4), literasi keuangan terbagi menjadi dua dimensi yaitu:

1. *Basic Financial Literacy*

- a. Pengetahuan tentang produk keuangan resmi. Salah satu contohnya adalah persyaratan pembukaan rekening tabungan yang mencakup persyaratan identitas, jumlah minimum uang untuk membuka rekening bank, saldo minimum pada rekening bank, dan jumlah deposito yang dijamin oleh pemerintah.
- b. Penghitungan tentang keuangan seperti bunga sederhana, bunga majemuk, dan menghitung bunga pinjaman.
- c. Konsep dasar dari inflasi, potongan harga, nilai waktu uang, dan money illusion.

2. *Advanced Financial Literacy*

Pengetahuan mengenai fungsi pasar saham, suku bunga, dan harga obligasi, resiko obligasi, dan saham, bagaimana mengelola saham dan obligasi, penalti ketika menjual obligasi sebelum jatuh tempo, investasi mana yang memberikan keuntungan yang tinggi, dan investasi yang memberikan *return* tertinggi, dan diversifikasi aset.

e. Indikator Literasi keuangan

Menurut Chen & Volpe (1998) ada beberapa indikator yang termasuk dalam literasi keuangan yaitu:

1. Pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan dasar keuangan pribadi
2. Tabungan dan pinjaman (*Saving and Borrowing*), hal ini berkaitan dengan pengetahuan tentang tabungan dan pinjaman seperti kartu kredit
3. Asuransi (*Insurance*), ini mencakup pengetahuan dasar tentang produk asuransi misalnya asuransi jiwa dan hal yang berkaitan dengan asuransi
4. Investment (investasi), hal ini mencakup pengetahuan tentang suku bunga pasar, resiko investasi, dan reksadana

Menurut Nababan dan Sadali (2012) terdapat beberapa indikator penting yang menjadi tolak ukur dalam mengukur literasi keuangan (Nababan & Sadalia, 2013), yaitu:

1. Pengetahuan seseorang atas konsep keuangan (*basic personal finance*)

Apek yang pertama *basic personal finance*. Mencakup berbagai pemahaman dasar seseorang dalam suatu sistem keuangan.

2. Kemampuan untuk mengolah keuangan pribadi (*Money management*)

Meliputi bagaimana seseorang individu mengelola uang secara individu, semakin baik pemahaman tentang keuangan maka semakin baik juga pengelolaan keuangan pribadi mereka.

3. Pengelolaan kredit dan utang/pinjaman (*Credit and Debit Management*)

Bagian ini meliputi pengetahuan tentang pengetahuan suatu rangkaian kegiatan komponen yang saling berhubungan satu dengan lainnya secara sistematis dalam proses pengumpulan dan proses penyajian perkreditan suatu bank.

4. Tabungan dan investasi (*Saving and Investment*)

Tabungan merupakan suatu bagian dari pendapatan yang tidak digunakan untuk aktivitas konsumsi. Sedangkan investasi merupakan bagian dari tabungan yang dipergunakan untuk kegiatan ekonomi yang mengasilakan keuntungan.

f. Tingkat literasi Keuangan

Ada dua pendekatan untuk mengukur literasi keuangan menurut Kharchenko (2011), yaitu : *self assement dan objective measure like test score*. Literasi dapat digolongkan dalam beberapa kategori.

Otoritas jasa keuangan dalam 4 kategori, yaitu :

1. *Well literate*

Memiliki pemahaman dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban mengenai produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2. *Sufficient Literate*

Memiliki pemahaman dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3. *Less Lierate*

Hanya memiliki pengertian tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

4. *Not literate*

Tidak memiliki pemahaman dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

g. Pengukuran Literasi keuangan

Untuk mengukur literasi keuangan, Chen dan Volpe (1998), menggunakan persentase sebagai berikut:

1. More than 80%

Dalam kategori ini menunjukkan tingkat literasi keuangan yang tinggi.

2. 60%-79%

Kategori ini masuk dalam tingkatan literasi keuangan yang sedang.

3. Below 60%

Kategori ini menunjukkan tingkat literasi yang rendah.

Dalam menghitung total skor setiap indicator Chen dan volpe (1998) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{total skor responden}}{\text{jumlah skor tertinggi} \times \text{jumlah butir pernyataan}} \times 100$$

5. Minat Menggunakan (Behavioral *Interest to using*)

Menurut David 1989 *Behavioral Intention to use* merupakan kecendrungan perilaku untuk tetap menggunakan (Aritonang & Arisman, 2017). Perilaku (*Behaviour*) adalah tindakan-tindakan dan reaksi. Perilaku memiliki arti sebagai tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan, perilaku dapat berupa sadar atau tidak sadar, diam-diam, atau terus terang, sukarela atau tidak sukarela. Disamping itu, perilaku manusia dapat berupa perilaku umum atau perilaku tidak umum, serta diterima maupun tidak diterima (Rahayu, 2016). Minat sering digambarkan sebagai keadaan dimana seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat pengguna merupakan pernyataan mental dari diri pengguna yang mereflesikan rencana pengguna sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat pengguna dapat di identifikasikan melalui indicator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut berdasarkan kepuasan, kesenangan dan kegunaan yang ada. Prefensi hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang sering mencari informasi yang berkaitan dengan produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk (Aptaguna & Pitaloka, 2016).

6. Konsumsi Islami

Islam mengatur semua perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian dalam hal konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia untuk lebih mendekatkan dengan dirinya kepada penciptanya dan berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Al-Quran dan Hadits merupakan penuntun jalan hidup manusia. Konsumsi secara umum adalah penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya sedangkan konsumsi Islami memiliki pengertian yang sama, tetapi memiliki perbedaan dalam lingkupnya. Perbedaan mendasar adalah tujuan mencapai tujuan pencapain konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus sesuai dengan kaidah dan pedoman syariah islamiyah (pujiono, 2015). Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tanpa batas, dalam hal ini biasanya membeli sesuatu yang kadang berlebihan atau tidak sesuai rencana sebelumnya. Biasanya perilaku konsumtif ini didorong oleh Hasrat keinginan dan gaya hidup. Dalam perilaku konsumtif tidak lagi berdasarkan oleh kebutuhan tetapi lebih kepada untuk mendapatkan kegembiraan, kepuasan semata, sosialisasi dan menghilangkan stress, atau mendapatkan kegembiraan, kepuasan semata,

sosialisasi dan menghilangkan stress, atau hanya untuk trends semata. (Chitra, Lydia, & Cicilia , 2015). Dalam penelitian yang dilakukan Febria Grace (2018) perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli sesuatu rasional dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, melainkan juga pada remaja yang akhir (17-21 tahun). Dalam islam sudah jelas bahwa konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan asal tidak dilakukan dengan berlebihan atau melewati batas, sebagaimana di Al-Quran surah al-A'raf ayat 31 yang berbunyi:

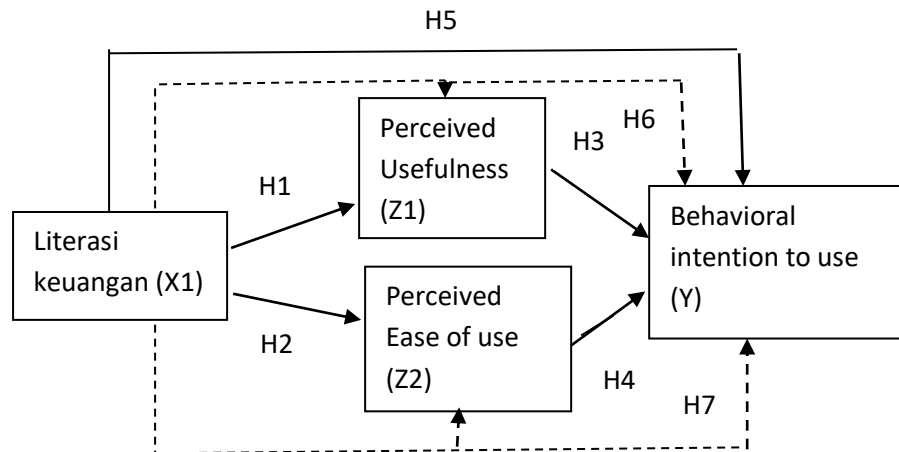
يَبْنَئِ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam pakailah pakaian kalian yang indah di setiap (memasuki) masji, makan minumlah, dan janganlah berlebih-lebiha, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang berlebih-lebihan”

Tujuan dari konsumsi dalam islam bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Pada masa remaja akhir biasanya seseorang akan mencari jati diri dan akan sangat mudah terpengaruh oleh hal sekelilingnya, baik itu positif maupun hal yang negative. Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang dalam membeli barang dengan pertimbangan emosional. Perilaku konsumtif juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan membeli sesuatu berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, serta membeli sesuatu yang berlebihan dikarenakan faktor-faktor tertentu.

C. Kerangka Pemikiran

Berikut ini merupakan gambaran yang memperlihatkan hubungan antara variable independen yang berupa literasi keuangan serta variable *Intervening* yaitu persepsi kemudahan (*ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*usefulness*) dan variabel dependen yaitu berupa minat menggunakan Go-Pay pada pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia.



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

**Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay
Perspektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh interaksi variabel independent yaitu literasi keuangan terhadap variabel *intervening* yaitu secara parsial, dan pengaruh interaksi masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen melalui *intervening* secara parsial.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian yang dilakukan dan masih perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan pada penelitian terdahulu serta teori-teori yang ada men jadi landasan pada penelitian ini, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_1 = literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)
2. H_2 = literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)

3. H₃ = persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay
4. H₄ = persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay
5. H₅ = literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay
6. H₆ = literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay
7. H₇ = literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Data yang didapatkan melalui penelitian ini adalah data empiris(teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yang valid,. Valid artinya menunjukkan derajat ketepatan anatara data yang sesungguhnya terjadi pada objek data yang dikumpulkan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode untuk menspesifikasikan penelitian ini agar tidak terlalu luas dalam pembahasannya, metode yang digunakan antara lain:

1. Desain penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausalitas, desain kausalitas digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variable.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta

3. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

4. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan tujuan dan tingkat keilmiahannya yang digunakan menggunakan jenis penelitian survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alami (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan pengumpulan data, misalnya dengan menggunakan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2013).

B. Metode Penentuan Sampel

Metode menentukan metode sampel dibutuhkan Teknik-teknik penentuan sampel dalam penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kausalitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

2. Sampel

Dalam survei opini public, sampel dipakai untuk melakukan generalisasi. Peneliti opini public (pollster) tidak hanya berkuat pada bagaimana hasil sampel. Sampel disini digunakan untuk melakukan estimasi atau pendugaan bagaimana pendapat populasi yang diteliti (Eriyanto, 2009). Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (Sugiyono, 2015). Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 150 responden, *purposive sampling* yaitu dengan cara menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian.

C. Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan jenis data, yaitu data Primer. Data Primer adalah sumber data penelitian yang bisa didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara

(Sugiyono, 2015). Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari sejumlah kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable meripaan suatu define yang menjelaskan secara rinci tentang masing-masing variabel dalam penelitian, dan dijabarkan kedalam indikator-indikator. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variable sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variable output, kriteria, konsekuen. Variable dependen ini sering disebut sebagai variable terikat. Variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 1999). variable dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan Go-Pay.

2. Variabel Independen

Variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, antecedent. Variable ini sering disebut sebagai variable bebas. Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen atau terikat (Sugiyono, 1999). Variable independen dalam penelitian ini adalah literasi keuangan.

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* merupakan sebuah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terkait (dependen) menjadi hubungan yang tidak langsung (Sugiyono, 2015). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (perceived ease of use) dan persepsi kemudahan (perceived ease of use).

E. Metode Analisis Data

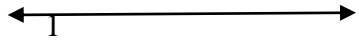
1. Skala Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data yang kuantitatif (Sugiyono, 2015). Skala yang banyak digunakan dalam penelitian biasanya adalah skala likert, skala likert digunakan pertama kali menggunakan 5 titik respon yaitu, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat setuju. Skala likert merupakan skala kualitatif katagorik atau ordinal, namun sering digunakan untuk skala interval. Sesuai dengan jenis skalanya yang ordinal maka operasi aritmatika tidak dapat dilakukan, karena sebenarnya ordinal bukan angka atau rasio. Label yang biasanya ada pada skala likert, dan dipilih oleh peneliti, kemungkinan ada kecenderungan untuk mempengaruhi jawaban responden, dan informasi bisa saja hilang atau terdistorsi dikarenakan terbatasnya alternatif jawaban. Problem yang muncul atas kesalahan pengguna skala ordinal (terutama likert), dapat dengan mudah dihilangkan dengan menggunakan *continuous rating scale* (Nugroho, 2015).

Menurut Nugroho (2015), *continuous rating scale* merupakan skala kualitatif dan termasuk skala rasio, karena skala rasio merupakan angka maka semua operasi aritmatika dapat dilakukan tanpa kendala. Berdasarkan pertimbangan di atas maka instrument penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continuous rating scale* untuk. Skala jenis ini merupakan skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang, misalnya tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak yakin dengan sangat yakin, dsb.

Skala *continuous rating scale* merupakan skala dengan nilai angka 1 sampai dengan 10 sebagian peneliti menggunakan skala 10 sampai 100. Responden diminta untuk mencoret atau memberi tanda pada nilai yang dianggap mewakili.

Contoh skala *continuous rating scale*:

No	Item	Jawaban
1	Apakah anda puas dengan pelayanan di Bank Syariah	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  Tidak setuju Sangat setuju

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan skala guttman untuk salah satu variabel yang menginginkan jawaban yang bersifat tegas seperti benar atau salah, ya atau tidak. Jika jawaban positif atau benar maka akan diberi skor 1 sedangkan jika negative atau salah akan diberi skor 0.

2. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Instrumen peneliti digunakan untuk mengukur nilai variable yang akan digunakan untuk penelitian yang akan dilakukan.

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berupa Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013).

1. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1
Variabel penelitian

Variabel	Rujukan	Indikator	Item
Persepsi Kemanfaatan (Z1)	Vankatesh & Davis (2000)	1. Kecepatan	B1
		2. Efektivitas	B2
		3. Keefisienan	B3-4

		4. Meningkatkan Produktivitas	B5
Persepsi Kemudahan (Z2)	Vankatesh & Davis (2000)	1. Mudah dimengerti	C6
		2. Praktis	C7
		3. mudah digunakan	C8
		4. mudah dijangkau	C9-10
Literasi keuanagan (X1)	Chen dan Volpe (1998)	1. pengetahuan seseorang mengenai keuangan pribadi	D11-16
		2. tabungan dan pinjaman	D17-21
		3. asuransi	D22-24
		4. investasi	D25-27
Minat pengguna (Y)	Ferdinan (2006)	1. minat transaksional	E1
		2. minat refrensial	E2
		3. minat preferensial	E3
		4. minat eksploratif	E4-5

2. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item

kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapatkan tidak dapat dipercaya, sehingga *item* yang tidak valid harus diperbaiki atau dibuang (Priyatno, 2016). Responden dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia yang menggunakan GoPay. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode dalam uji validitas ini yaitu pearson correlations, yaitu dengan cara mengkorelasikan antara tiap item dengan skor total. pada variabel yang menggunakan skala gutman menggunakan aplikasi yang menggunakan program analisis skala guttman yang diciptakan oleh Wahyu Widhiarso yang berasal dari fakultas Psikologi. Aplikasi skalo mampu memberikan hasil dari *error* masing-masing subjek dan mendapatkan nilai atau parameter, antaranya koefisien reproduibilitas dan koefisien skalabilitas. Dengan taraf signifikansi 5% dan responden sebanyak 30 orang, maka diperoleh r tabel 0,361. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid apabila r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%, dan apabila r hitung didapatkan lebih kecil dari r hitung maka *item* tersebut tidak valid. Berdasarkan uji validitas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel (5%)	Keterangan
Kemanfaatan	Q1	.911	0.361	Valid
	Q2	.851	0.361	Valid
	Q3	.760	0.361	Valid
	Q4	.819	0.361	Valid

	Q5	.948	0.361		Valid	
Kemudahan	Q6	.773	0.361		Valid	
	Q7	.736	0.361		Valid	
	Q8	.827	0.361		Valid	
	Q9	.528	0.361		Valid	
	Q10	.837	0.361		Valid	
Literasi keuangan	Item	Jumlah Eror	Koefisien Reprodusibilitas	Koefisien Skalabilitas	R tabel	Keterangan
	Q11 - Q17	18	0.965	0.929	0.90 dan 0.60	Valid
Minat Menggunakan	Item	R hitung	R Tabel (5%)		Keterangan	
	Q18	.622	.0361		Valid	
	Q19	.702	.0361		Valid	
	Q20	.733	.0361		Valid	
	Q21	.757	.0361		Valid	
	Q22	.608	.0361		Valid	

Sumber data: Data Primer diolah (2020)

Hasil uji validitas instrument pada tabel diatas dapat diketahui hasil r hitung > dari pada t tabel 5% dinyatakan valid, dan hasil uji yang

didapatkan pada variabel kemanfaatan, kemudahan, literasi keuangan, dan minat menggunakan semuanya valid dan layak untuk penelitian.

b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Untuk mengukur realibilitas digunakan metode *Cronbach alpa* (α). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Priyatno, 2016, p. 154), sedangkan untuk variable X3 yang menggunakan skala Guttman menggunakan rumus kuder Richardson 20 untuk mengetahui reabilitas variable dengan bantuan ms.excel, untuk KR 20 batas pengujian minimal > 0.7.

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Alpha Cronbach</i>	Status
Kemanfaatan	5	.943	Reliabel
Kemudahan	5	.875	Reliabel
Literasi Keuangan	17	.7414	Reliabel
Minat Menggunakan	5	.945	Reliabel

Sumber data: Data Primer diolah (2020)

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas dapat dinyatakan reliabel atau memiliki konsistensi dalam mengukur sesuatu. Hal tersebut dikarenakan variabel kemanfaatan, kemudahan, literasi keuangan, dan minat menggunakan skor alpha croancbach > 0.60 untuk X3 > 0.70.

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti korelasi terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti korelasi pearson mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Salah satu menguji normalitas dengan menggunakan uji statistic non parametrik One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S). hipotesis yang digunakan adalah:

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual tidak berdistribusi normal

Untuk pengambilan keputusan:

Jika Sig (p) > 0.05 maka Ho diterima

Jika Sig (p) < 0.05 maka Ho ditolak

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna(mendekati sempurna) antara beberapa variabel atau semua variabel bebas (Kuncoro, 2007). Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variable independent atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas umumnya dengan melihat nilai tolerance dan VIF pada hasil regresi linear (Priyatno, 2016). Multikolinieritas akan terdeteksi apabila: Pertama, jika korelasi antara dua variabel bebas lebih tinggi dibanding korelasi salah satu atau kedua variabel bebas tersebut dengan variabel terikat. Kedua, apabila korelasi antara dua variabel bebas melebihi 0,8 maka multikolinieritas menjadi masalah yang serius. Adanya statistik F dan koefisien determinasi yang signifikan namun diikuti dengan banyaknya statistik f yang tidak signifikan. Perlu diuji apakah

sesungguhnya X_1 , X_2 , dan seterusnya secara sendiri-sendiri tak memiliki pengaruh terhadap Y , atau adanya multikolinieritas yang serius menyebabkan koefisien mereka menjadi tidak signifikan. Bila dengan Menghilangkan salah satu, yang lainnya menjadi signifikan, besar kemungkinan ketidaksignifikan variabel tersebut disebabkan adanya multikolinieritas yang serius.

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari korelasi pearson, atau Variance Inflation Factor (VIF). Jika hubungan antar variabel independen lebih dari 0.1, maka dapat dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya. Jika VIF kurang dari 10 dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasitas

Heteroksida adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dan residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroksidasitas (Priyatno, 2016), heteroksidasitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Artinya, setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat adanya perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. (Kuncoro, 2007)

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linear berganda. Analisis jalur adalah Teknik menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung. Analisis jalur dilakukan beberapa tahap sesuai dengan model yang akan diuji, selanjutnya pada tahap pengujian secara

langsung maka setiap koefisien penghubung dikalikan, selanjutnya ditotalkan antara Direct effect dan Indirect effect (Robert D. Rutherford dalam Sarwono, 2011)

b. Uji Sobel

Uji Sobel dikembangkan oleh Sobel (1982). Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent ke variabel independent melalui variabel intervening (Crawford & Sobel, 1982). Uji sobel ini digunakan untuk menguji hipotesis ke tujuh dan ke delapan yaitu literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (perceived usefulness) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay, literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay .

Signifikan atau tidak dapat diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Keterangan:

Sa : Standar error koefisien a

Sb : standar error koefisien b

b : koefisien variabel mediasi

a : koefisien variabel bebas

Dan untuk menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{sab}$$

BAB IV

ANALISIS DATA PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Go-Pay

Aplikasi Karya Anak Bangsa yang sering dikenal sebagai Go-Jek, Go-jek adalah salah satu perusahaan yang mendukung dan mengimplementasikan teknologi keuangan dalam menyediakan layanan. Go-Jek menawarkan fintechnya yang disebut Go-Pay yang merupakan dompet digital dalam bentuk saldo dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan dari Go-Jek dan setiap merchant yang menyediakan pembayaran Go-Pay. Berdasarkan survey yaitu dilakukan oleh FT Confidential Research Mobile Payment menemukan Go-Pay sebagai pembayaran seluler paling populer platform di Indonesia dan digunakan oleh hampir tiga perempat pengguna pembayaran seluler dalam tiga bulan terakhir Juli-September 2018. Pengisian saldo Go-Pay dapat dengan mudah dilakukan di berbagai bank, dan merchant yang bekerja sama dengan Go-Pay. Terlepas dari kepopuleran Go-Pay, ternyata di tengah-tengah era tanpa uang tunai, metode pembayaran tunai tampaknya masih mendominasi di Indonesia. Berdasarkan data lebih dari 50% transaksi di Indonesia menggunakan metode pembayaran tunai. Fenomena ini terjadi karena adanya kepercayaan masyarakat bahwa uang tunai dapat digunakan kapan saja dan di mana saja, rahasia, tidak bisa diretas, dan tidak tergantung pada kecepatan internet.

2. Analisis Profil Responden

Analisis profil responden merupakan pendeskripsian responden berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan dalam penelitian yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, fakultas, dan status mahasiswa. Profil responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

a. Profil Responden berdasarkan Jenis kelamin

Hasil penyebaran kuesioner yang di indentifikasi berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	43	28,7
Perempuan	107	71,3
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Hasil indentifikasi penyebaran kuesioner berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah laki-laki sebesar 43 orang (28,7%), sedangkan jumlah perempuan sebanyak 107 (71,3%). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengguna Go-Pay lebih banyak perempuan dibanding laki-laki.

b. Profil Responden berdasarkan Usia

Hasil penyebaran kuesioner yang di indentifikasi berdasarkan usia disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
17-19	40	26,7
20-23	107	71,3
24-26	3	2
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Hasil dari indentifikasi penyebaran kuesioner berdasarkan usia menunjukkan bahwa jumlah terbanyak responden adalah responden adalah responden kategori usia 20 s/d 23 tahun sebanyak 107 orang (71,3%), disusul oleh responden kategori usia 17 s/d 19 sebanyak 40 orang (26,7%), dan responden dengan kategori responden kategori usia 24/26 tahun sebanyak 3 orang (2%),

c. Profil Responden berdasarkan Fakultas

Hasil dari indentifikasi penyebaran kuesioner berdasarkan Fakultas disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Status Pekerjaan Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase
FIAI	43	28,7
FTI	29	19,3
FTSP	8	5,3
FMIPA	35	23,3
FPSB	22	14,7
FBE	11	7,3
FK	0	0
FH	2	1,3
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Hasil dari indentifikasi penyebaran kuesioner berdasarkan fakultas responden menunjukkan bahwa jumlah terbanyak adalah dari fakultas FIAI yaitu sebanyak 44 orang (29,3%), disusul oleh fakultas FMIPA yaitu sebanyak 35 orang (23,3%), kemudian fakultas FTI yaitu 30 orang (20%),

kemudian fakultas FPSB sebanyak 21 orang (14%), fakultas FBE sebanyak 10 orang (6,8%), FTSP sebanyak 8 orang (5,3%), dan yang terakhir yaitu fakultas FH sebanyak 2 orang (1,3%).

d. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Hasil penyebaran kuesioner yang diidentifikasi berdasarkan tingkat penghasilan responden disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Penghasilan per Bulan Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	58	40
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	73	48
Lebih dari Rp 2.000.000	18	12
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Dilihat dari tabel dapat diidentifikasi bahwa responden yang berpenghasilan Rp 1.000.000 s/d 2.000.000 menempati peringkat teratas dengan responden sebanyak 72 orang (48%), selanjutnya diikuti oleh penghasilan Rp 500.000 s/d 1.000.000 sebanyak 60 orang (40%), dan yang terakhir dari kategori lebih dari Rp 2.000.000 sebanyak 18 orang (12%).

e. Profil Responden Berdasarkan Banyak menggunakan Go-Pay dalam Sebulan

Berikut ini merupakan intensitas penggunaan Go-Pay dalam sebulan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Intensitas Penggunaan Go-Pay

Intensitas	Frekuensi	Presentase (%)
1-5 kali	101	67,3
5-10 kali	35	23,3
Lebih dari 10 kali	14	9,3
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Dilihat dari tabel berikut dapat diidentifikasi bahwa yang tertinggi adalah penggunaan 1 s/d 5 kali dalam sebulan sebanyak 101 orang (67,3%), selanjutnya penggunaan Go-Pay lebih 5 s/d 10 kali dalam sebulan ada diperingkat dua dengan jumlah 35 orang (23,3%), dan yang terakhir penggunaan Go-Pay lebih dari 10 kali sebanyak 14 orang (9,3%).

f. Profil Responden berdasarkan Lamanya menggunakan

Hasil dari penyebaran kuesioner yang diidentifikasi berdasarkan lamanya menggunakan Go-Pay disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Lama Menggunakan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang dari 6 bulan	47	31,3
6 bulan s/d 1 tahun	36	24
Lebih dari 1 tahun	67	44,7
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan lebih dari tahun ada sebanyak 67 orang (44,7%), kemudian

diikuti oleh responden yang menggunakan kurang dari 6 bulan sebanyak 47 orang (31,3%), dan yang terakhir responden yang berlangganan sekitar 6 s/d 1 tahun sebanyak 6 orang (24%).

g. Profil Responden berdasarkan Tujuan Menggunakan Go-Pay

Hasil dari penyebaran kuesioner diidentifikasi berdasarkan tujuan menggubakan Go-pay dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Tujuan Menggunakan Go-Pay

Item	Frekuensi	Persentase
Transaksi 24 jam	13	8,67
Layanan transaksi beragam	29	19,3
Mendapatkan promo	46	30,7
Layanan transaksi beragam, mendapatkan promo	11	7,3
Transaksi 24 jam, layanan transaksi beragam	2	1,3
Transaksi 24 jam, layanam transaksi beragam, mendapatkan promo	40	26,7
Transaksi 24 jam,Mendapatkan promo	9	6
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan penyebaran kuesioner, responden dapat memilih lebih dari satu item pertanyaan tentang tujuan menggunakan Go-Pay, dan berdasarkan hasil yang telah ditemukan bahwa tujuan utama responden yang telah memilih menggunakan Go-Pay adalah untuk mendapatkan promo yaitu, yang kedua tujuan responden menggunakan Go-Pay yaitu untuk layanan transaksi beragam, selanjutnya tujuan menggunakan Go-Pay yaitu untuk transaksi.

3. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi analisis terhadap variabel dependen dan variabel dependen. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian analisis terhadap variabel dependen dan independent yaitu:

Tabel 4.8
Deskriptif variabel

Variabel	N	Min	Maks	Rata-Rata	Std. Deviasi
Persepsi kemanfaatan	150	23	50	40,36	6,244
Persepsi kemudahan	150	9	50	38,59	6,881
Literasi keuangan	150	7	17	12,21	2,077
Minat menggunakan	150	13	50	37,1	8,01236

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut:

a. Tanggapan Responden terhadap Persepsi kemanfaatan

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responded terhadap variabel persepsi kemanfaatan.

Skor minimum : 23

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 6,244

Mean : 40,36

Dengan klarifikasi

Tinggi : $X > (40,36) + 1(6,244)$ atau

: $X > 46,604$

Sedang : $(40,36) - 1(6,244) \leq X \leq (40,36) + 1(15,509)$ atau

: $34,116 \leq X \leq 46,604$

Rendah : $X < (40,36) - 1(6,244)$ atau

: $X < 34,116$

Tabel 4.9
Tanggapan Terhadap Variabel Kemudahan

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Rendah	25	16,7
Sedang	105	69,3
Tinggi	21	14,0
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kemanfaatan pada kategori sedang sebanyak 105 orang atau sebesar 69,3%, lalu diikuti oleh kategori tinggi sebanyak 25 orang atau 16,7%, dan yang terakhir pada kategori rendah sebanyak 21 orang atau 14%. Berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi kemanfaatan termasuk pada kategori **Sedang**.

b. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS versi 22, diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel persepsi kemudahan.

Skor minimum : 9

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 6,881

Mean : 38,587

Dengan Klasifikasi

Tinggi : $X > (38,587) + 1(6,881)$ atau

: **$X > 45,468$**

Sedang : $(38,587) - 1(6,881) \leq X \leq (38,587) + 1(6,881)$ atau

: **$31,706 \leq X \leq 45,468$**

Rendah : $X < (38,587) - 1(6,881)$ atau

: **$X < 31,706$**

Tabel 4.10
Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	26	17,3
Sedang	104	69,3
Tinggi	20	13,3
Total	150	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi kemudahan berapa pada kategori sedang sebanyak 104 orang atau sebesar 69,3%, diikuti oleh kategori rendah sebanyak 26 orang atau 17,3%, dan terakhir dari kategori tinggi sebanyak 20 orang atau 13,3%. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden variabel persepsi kemudahan termasuk dalam kategori **Sedang**.

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan variabel literasi keuangan.

Skor minimum : 7

Skor maksimum : 17

Nilai SD : 2,077

Mean : 12,21

Dengan Klasifikasi

Tinggi : $X > (12,21) + 1(2,077)$ atau

: $X > 14,287$

Sedang : $(38,587) - 1(6,881) \leq X \leq (38,587) + 1(6,881)$ atau

: $10,133 \leq X \leq 14,287$

Rendah : $X < (12,21) - 1(2,077)$ atau

: $X < 10,133$

Tabel 4.11
Tanggapan Responden terhadap Variabel Literasi keuangan

Tanggapan	Jumlah	Persentase(%)
Rendah	32	21,3
Sedang	98	65,3
Tinggi	20	13,3
Total	150	100

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel literasi keuangan pada kategori sedang sebanyak 98 orang atau sebesar 65,3%, diikuti dengan kategori rendah sebanyak 32 orang atau sebesar 21,3%, dan yang terakhir kategori tinggi sebanyak 20 orang atau sebesar 13,3%. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel literasi keuangan termasuk kategori **Sedang**.

d. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan variabel literasi keuangan.

Skor minimum : 13

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 8,01236

Mean : 37,1

Dengan Klasifikasi

Tinggi : $X > (37,1) + 1(8,01236)$ atau

: $X > 45,11236$

Sedang : $(37,1) - 1(8,01236) \leq X \leq (37,1) + 1(8,01236)$ atau

: $29,08764 \leq X \leq 45,11236$

Rendah : $X < (37,1) - 1(8,01236)$ atau

: $X < 29,08764$

Tabel 4.12
Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat
Menggunakan

Tanggapan	Jumlah	Persentase(%)
Rendah	27	18
Sedang	110	73,3
Tinggi	13	8,7
Total	150	100

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel minat menggunakan pada kategori sedang sebanyak 110 orang atau sebesar 73,3%, diikuti dengan kategori rendah sebanyak 27 orang atau sebesar 18%, dan yang terakhir kategori tinggi sebanyak 13 orang atau sebesar 8,7%. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel literasi keuangan termasuk kategori **Sedang**.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini meliputi uji linearitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Linearitas

Secara umum, uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel yang digunakan mempunyai hubungan yang linear secara signifikansi atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan salah satu syarat sebelum melakukan uji regresi linear. Berikut merupakan hasil dari uji linearitas kedua variabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas

Variabel	P Value	Kesimpulan
Literasi keuangan → Minat menggunakan	0,490	Linier
Persepsi kemanfaatan → Minat menggunakan	0,935	Linier
Persepsi kemudahan → Minat menggunakan	0,214	Linier

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Cara menguji dan memastikan Uji linearitas yaitu berdasarkan nilai signifikansi dengan cara melihat sig. masing-masing variabel, dan apabila signifikansi lebih dari 0,05 (5%) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel. Dilihat pada tabel 4.13 untuk variabel literasi keuangan terdapat output sebesar 0,490 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel literasi keuangan dengan minat menggunakan Go-Pay. Variabel persepsi kemanfaatan terdapat output sebesar 0,935 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel persepsi kemanfaatan dengan minat menggunakan Go-Pay. Selanjutnya untuk persepsi kemudahan ditemukan

nilai output sebesar $0,214 > 0,05$ dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear signifikansi antara variabel persepsi kemudahan dengan minat menggunakan Go-Pay.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji statistic non parametik One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S). hipotesis yang digunakan adalah:

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual tidak berdistribusi normal

Untuk pengambilan keputusan:

Jika Sig (p) > 0.05 maka Ho diterima

Jika Sig (p) < 0.05 maka Ho ditolak

Tabel 4.14

Hasil Uji Normalitas

<i>Test Statistic</i>	Asymp. Sig. (2-Tailed)
0,839	0,482

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan hasil outpun dari tabel 4.14 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,482. Karena nilai signifikansi menunjukkan lebih dari 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam nilai R^2 dihasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan antar variabel independent ada korelasi yang cukup tinggi, dan tingkat *tolerance* dalam mengatur variabilitas variabel sebesar $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi keuangan	0,888	1,126
Persepsi kemanfaatan	0,554	1,804
Persepsi kemudahan	0,513	1,950

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel 4,15 diatas diperoleh nilai VIF yaitu literasi keuangan sebesar 1,126, persepsi kemanfaatan sebesar 1,804, persepsi kemudahan sebesar 1,950 dan nilai tersebut menunjukkan kurang dari 10 dan nilai tolerance masing-masing yaitu untuk literasi keuangan 0,888, persepsi kemanfaatan 0,554, dan persepsi kemudahan sebesar 0,513 lebih dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan *Park*, Uji *park* dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model penelitian yang diajukan mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Dengan cara dilakukan regresi terhadap variabel bebasnya,

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	P Value
Literasi keuangan	0,761
Persepsi kemanfaatan	0,459
Persepsi kemudahan	0,073

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh nilai signifikan pada variabel literasi keuangan sebesar 0,761, variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0,459 dan variabel persepsi kemudahan sebesar 0,073 dan hasil tersebut lebih besar dari (0,05) dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Pengujian Tahap I

1) Persamaan Regresi Sederhana

Pengujian ini menguji pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemanfaatan dengan model regresi linear sederhana. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Pengujian Tahap I

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t _{hitung}	Sign. T	Keterangan
Konstanta	6,675				
Literasi keuangan (X1)	1,956	0,196	2,437	0,016	Signifikan
R Square = 0,039					
F _{hitung} = 5,941					
Sign. F _{hitung} = 0,016					

Variabel dependen : Persepsi kemanfaatan (Z1)

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap I diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z1 = 6,675 + 1,956X_1 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 6,675 yang berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel literasi keuangan atau sama dengan nol, maka besarnya persepsi kemanfaatan pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 6,675.

b. Koefisien literasi keuangan

Pada variabel literasi keuangan mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 1,956 yang berarti literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan persepsi kemanfaatan, sehingga makin baiknya literasi keuangan akan menyebabkan tingginya persepsi kemanfaatan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persatuan pada literasi keuangan akan menyebabkan kenaikan sebesar 1,956 pada persepsi kemanfaatan.

2) Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara literasi keuangan terhadap persepsi kemanfaatan. Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,016. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,016 < 0,05$), yang berarti literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemanfaatan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terbukti atau diterima.

3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,039. Hal ini berarti variasi perubahan persepsi kemanfaatan pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari literasi keuangan sebesar

3,9%. Sedangkan sisanya sebesar 96,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

b. Pengujian Tahap II

1) Persamaan Regresi Sederhana

Pengujian ini menguji pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemudahan dengan model regresi linear sederhana. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Pengujian Tahap II

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t _{hitung}	Sign. t	Keterangan
Konstanta	5,107				
Literasi keuangan (X1)	3,652	0,333	4,296	0,000	Signifikan
R Square = 0,111					
F _{hitung} = 18,453					
Sign. F _{hitung} = 0,000					

Variabel dependen : Persepsi kemudahan (Z2)

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap II diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z2 = 5,107 + 3,652X_1 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 5,107 yang berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel literasi keuangan atau sama dengan nol, maka besarnya persepsi kemudahan pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 5,107.

b) Koefisien literasi keuangan

Pada variabel literasi keuangan mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 3,652 yang berarti literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan persepsi kemudahan, sehingga makin baiknya literasi keuangan akan menyebabkan tingginya persepsi kemudahan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persatuan pada literasi keuangan akan menyebabkan kenaikan sebesar 3,652 pada persepsi kemudahan.

2) Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara literasi keuangan terhadap persepsi kemudahan. Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terbukti atau diterima.

3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,111. Hal ini berarti variasi perubahan persepsi kemudahan pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari literasi keuangan sebesar 11,1%. Sedangkan sisanya sebesar 89,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

c. Pengujian Tahap III

1) Persamaan Regresi Sederhana

Pengujian ini menguji pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan model regresi linear

sederhana. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Pengujian Tahap III

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t _{hitung}	Sign. T	Keterangan
Konstanta	1,110				
Persepsi kemanfaatan (Z1)	0,782	0,609	9,344	0,000	Signifikan
R Square = 0,371					
F _{hitung} = 87,319					
Sign. F _{hitung} = 0,000					

Variabel dependen : Minat menggunakan Go-Pay (Y)

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap III diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,110 + 0,782Z1 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 1,110 yang berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel persepsi kemanfaatan atau sama dengan nol, maka besarnya minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 1,110.

b) Koefisien persepsi kemanfaatan

Pada variabel persepsi kemanfaatan mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,782 yang berarti persepsi kemanfaatan memiliki hubungan positif dengan minat menggunakan Go-Pay, sehingga makin baiknya persepsi kemanfaatan akan menyebabkan tingginya minat menggunakan Go-Pay. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persatuan pada persepsi kemanfaatan akan

menyebabkan kenaikan sebesar 0,782 pada minat menggunakan Go-Pay.

2) Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Go-Pay terbukti atau diterima.

3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,371. Hal ini berarti variasi perubahan minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari persepsi kemanfaatan sebesar 37,1%. Sedangkan sisanya sebesar 62,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

d. Pengujian Tahap IV

1) Persamaan Regresi Sederhana

Pengujian ini menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan model regresi linear sederhana. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20
Pengujian Tahap IV

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t _{hitung}	Sign. T	Keterangan
Konstanta	0,980				
Persepsi kemudahan (Z2)	0,835	0,717	12,502	0,000	Signifikan
R Square = 0,514 F _{hitung} = 156,296 Sign. F _{hitung} = 0,000					

Variabel dependen : Minat menggunakan Go-Pay (Y)

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap IV diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,980 + 0,835Z2 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 0,980 yang berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel persepsi kemudahan atau sama dengan nol, maka besarnya minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 0,980.

b) Koefisien persepsi kemudahan

Pada variabel persepsi kemudahan mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,835 yang berarti persepsi kemudahan memiliki hubungan positif dengan minat menggunakan Go-Pay, sehingga makin baiknya persepsi kemudahan akan menyebabkan tingginya minat menggunakan Go-Pay. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persatuan pada persepsi kemudahan akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,835 pada minat menggunakan Go-Pay.

2) Hasil uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti atau diterima.

3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,514. Hal ini berarti variasi perubahan minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari persepsi kemudahan sebesar 51,4%. Sedangkan sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

c) Pengujian Tahap V

1) Persamaan Regresi Sederhana

Pengujian ini menguji pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan model regresi linear sederhana. Berikut hasil pengujiannya dengan bantuan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21
Pengujian Tahap V

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t_{hitung}	Sign. T	Keterangan
Konstanta	4,171				
Literasi keuangan (X1)	4,547	0,356	4,634	0,000	Signifikan
R Square = 0,127 F _{hitung} = 21,472 Sign. F _{hitung} = 0,000					

Variabel dependen : Minat menggunakan Go-Pay (Y)

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Berdasarkan rangkuman hasil pengujian tahap V diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,171 + 4,547X_1 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 4,171 yang berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas yang terdiri dari variabel literasi keuangan atau sama dengan nol, maka besarnya minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 4,171.

b) Koefisien literasi keuangan

Pada variabel literasi keuangan mempunyai koefisien regresi positif yaitu sebesar 4,547 yang berarti literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan minat menggunakan Go-Pay, sehingga makin baiknya literasi keuangan akan menyebabkan tingginya minat menggunakan Go-Pay. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu persatuan pada literasi keuangan akan menyebabkan kenaikan sebesar 4,547 pada minat menggunakan Go-Pay.

2) Hasil uji t

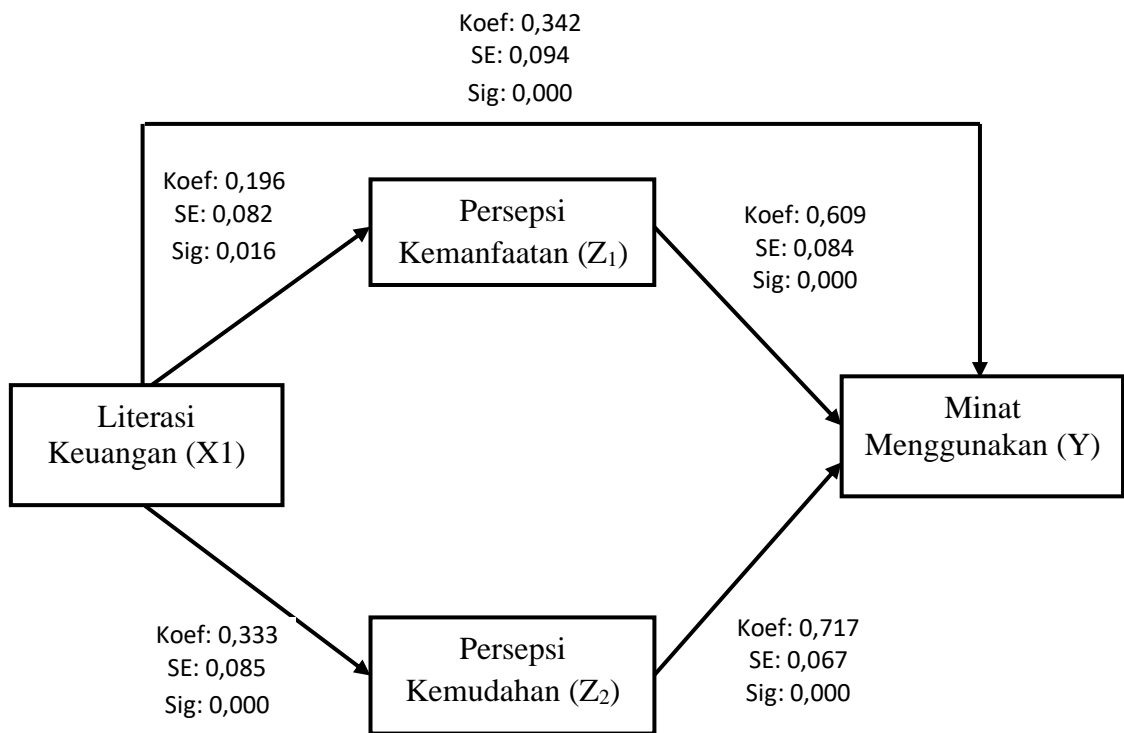
Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), yang berarti literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti atau diterima.

3) Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,127. Hal ini berarti variasi perubahan minat menggunakan Go-Pay pada penggunaan Go-Pay pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari literasi keuangan sebesar 12,7%. Sedangkan sisanya sebesar 87,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

d) Pengujian Tahap VI

Analisis tahap ini adalah analisis jalur yaitu membuktikan pengaruh tidak langsung dari literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan dari kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Berikut hasil perhitungan analisis jalur berdasarkan pengujian regresi linier sederhana dapat ditunjukkan dalam model berikut ini.



Gambar 4.1
Hasil Estimasi Koefisien Path Hubungan Antar Variabel

- 1) Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay yang dimediasi persepsi kemanfaatan

Hasil perhitungan analisis path pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap minat menggunakan Go-Pay (Y) yang dimediasi oleh persepsi kemanfaatan (Z) menunjukkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung. Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 4.22
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan
Melalui Persepsi Kemanfaatan

Direct effect

$$X1 \rightarrow Y = 0,342$$

Indirect effect:

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$(0,196 \times 0,609) = 0,119$$

Total Effect

$$(\text{Direct Effect} + \text{Indirect Effect}) = (0,342 + 0,119) = 0,461$$

Sumber : Hasil Olah Data, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh secara tak langsung (indirect effect) terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemanfaatan sebesar 0,119. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0,342 sehingga total pengaruh (total effect) sebesar $0,342 + 0,119 = 0,461$.

Pengujian signifikansi pengaruh tak langsung (indirect effect) literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemanfaatan dengan statistik t (t_{hitung}). Signifikan atau tidak dapat diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

$$Sab = \sqrt{0,609^2 \times 0,082^2 + 0,196^2 \times 0,084^2 + 0,082^2 \times 0,084^2}$$

$$= 0,553$$

Berdasarkan hasil Sab dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,119}{0,053}$$

$$= 2,244$$

Karena nilai t hitung = 2,244 > 1,6552 (t_{tabel}) berarti signifikan pada taraf signifikansi 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemanfaatan. Dengan demikian hipotesis keenam yang menyatakan literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti.

- 2) Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay yang dimediasi persepsi kemudahan

Hasil perhitungan analisis path pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap minat menggunakan Go-Pay (Y) yang dimediasi oleh persepsi kemudahan (Z) menunjukkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung. Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 4.23
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Persepsi Kemudahan

Direct effect

$$X1 \rightarrow Y = 0,342$$

Indirect effect:

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$(0,333 \times 0,717) = 0,239$$

Total Effect

$$(\text{Direct Effect} + \text{Indirect Effect}) = (0,342 + 0,239) = 0,581$$

Sumber : Hasil Olah Data, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat dilihat bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh secara tak langsung (indirect effect) terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemudahan sebesar 0,239. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0,342 sehingga total pengaruh (total effect) sebesar $0,342 + 0,239 = 0,581$.

Pengujian signifikansi pengaruh tak langsung (indirect effect) literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemudahan dengan statistik t (t_{hitung}). Signifikan atau tidak dapat diuji dengan Sobel test sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

$$\begin{aligned} Sab &= \sqrt{0,717^2 \times 0,085^2 + 0,333^2 \times 0,067^2 + 0,085^2 \times 0,067^2} \\ &= 0,065 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sab dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t &= \frac{ab}{sab} \\ t &= \frac{0,239}{0,065} \\ &= 3,668 \end{aligned}$$

Karena nilai t hitung = 3,668 > 1,6552 (t_{tabel}) berarti signifikan pada taraf signifikansi 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemudahan. Dengan demikian hipotesis ketujuh yang menyatakan literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti.

6. Perhitungan Persentase Skor Literasi keuangan

Untuk mengategorikan literasi keuangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia maka perlu dihitung persentase skor untuk setiap indikator. Adapun kategori literasi yang digunakan adalah sebagai berikut.

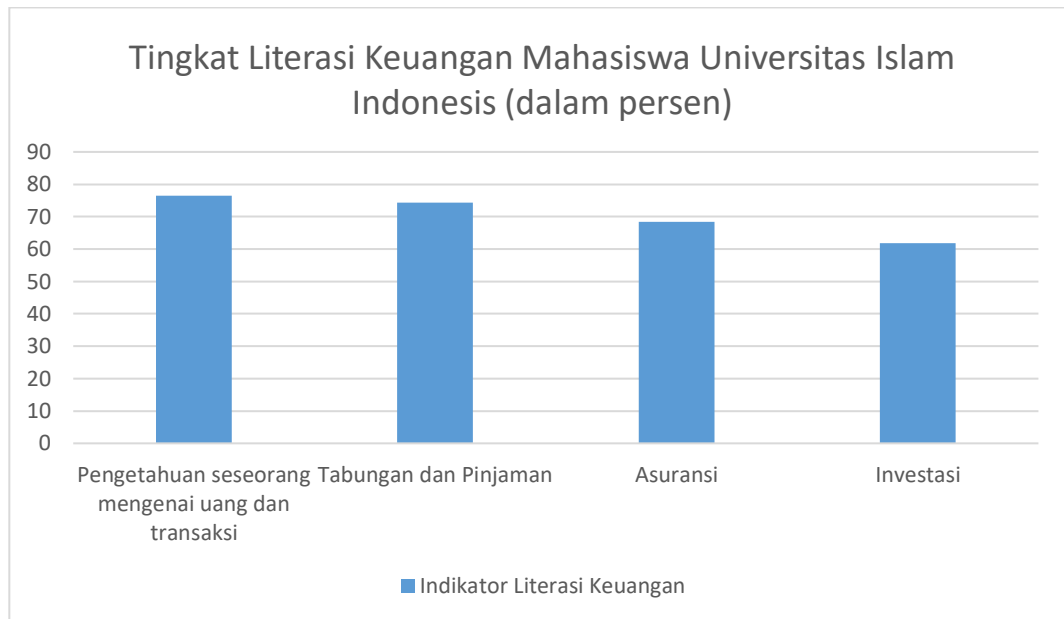
Tabel 4.24
Kategori Literasi keuangan

Kategori	Keterangan
Rendah	< 60%
Sedang	60%-79%
Tinggi	>80%

Sumber: Chen & Volpe

Perhitungan persentase skor setiap indikator disajikan dalam tabel berikut ini:

Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh persentase skor dan nilai mean dari setiap indikator literasi keuangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh maka tingkat literasi keuangan mahasiswa dapat digambarkan dalam diagram batang seperti berikut ini.



Sumber : Hasil olah data, 2020.

Gambar 4.2
Tingkat Literasi keuangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Berdasarkan diagram, diperoleh tingkat literasi keuangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia untuk indikator pengetahuan seseorang mengenai uang dan transaksi sebesar 76,444%, indikator tabungan dan pinjaman sebesar 74,267%, indikator asuransi sebesar 68,444%, dan yang terakhir yaitu indikator investasi sebesar 61,778%. Berdasarkan kategori literasi keuangan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia berada pada kategori sedang.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan, yang artinya semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki oleh para mahasiswa menyebabkan tingginya persepsi kemanfaatan atas keberadaan Go-Pay. Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi

berpotensi memberikan nilai produktivitas yang tinggi terhadap obyek yang dipersepsikannya seperti kemanfaatan dari Go-Pay. Bagi seseorang yang memiliki pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang tinggi menjadikan mereka memiliki kemampuan dalam mengelola keuangannya dengan lebih baik, sehingga mendorong persepsi mereka terhadap manfaat dengan adanya Go-Pay juga makin baik. Hal ini sependapat dengan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa Go-Pay memiliki persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan konsumen sehingga sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan Go-Pay. Dan sejalan dengan penelitian Anisa Nur Fauzia dan Nurdin (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Fuad Abdul Fattah (2018) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)

Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan terhadap Go-Pay. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang menyebabkan makin baiknya persepsi seseorang atas kemudahan penggunaan pada dompet elektronik Go-Pay. Ini menunjukkan bahwa baiknya pengetahuan seseorang terhadap literasi keuangan membuat mereka mempersepsikan mudahnya atas penggunaan dompet elektronik Go-Pay yang digunakan dalam transaksi keuangan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa Go-Pay memiliki persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan konsumen sehingga sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan Go-Pay. Ini juga sejalan dengan penelitian Anisa Nur Fauzia dan Nurdin (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada

mahasiswa. Fuad Abdul Fattah (2018) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay

Sejalan dengan analisis yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay, yang artinya bahwa makin baiknya persepsi kemanfaatan seseorang terhadap Go-Pay akan membuat mereka memiliki keinginan yang tinggi dalam menggunakan Go-Pay, dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja otomatis akan menimbulkan minat yang tinggi atas penggunaan teknologi tersebut. Persepsi penggunaan terhadap manfaat dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran, peningkatan efektivitas dalam penggunaan sistem, keefesienan dalam layanan transaksi pembayaran, penggunaan sistem menambah tingkat produktivitas individu. Hal ini konsisten dengan penelitian Anjar Priyono (2017) yang menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap *intention to use*, dan menunjukkan bahwa dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go Pay dipandang membantu penggunaannya.

4. Pengaruh pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay

Pada pengujian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay, sehingga makin tingginya persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut akan membuat mereka memiliki minat yang tinggi dalam untuk menggunakan Go-Pay. Hasil penelitian ini sependapat dengan Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan

penggunaan sebuah teknologi dan seseorang tersebut percaya bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi penggunaan terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu sistem mudah, penggunaan yang praktis, sistem yang mudah digunakan, sistem yang mudah dijangkau (Venkatesh et al., 2003). Dengan adanya kemudahan ini, dipastikan akan membuat mereka menggunakan teknologi tersebut. Hal ini konsisten dengan penelitian Imam Sugih rahayu (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengguna *mobile banking*. Penelitian Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman (2016) yang menyimpulkan persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang menggunakan *E-Money Go-Pay*. Hal ini berarti semakin mudah konsumen menggunakan aplikasi maka akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan *E-Money Go-Pay* (Aritonang & Arisman, 2017).

5. Pengaruh literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay

Analisis ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay, hal ini menjelaskan bahwa tingginya pengetahuan akan keuangan dari seseorang mendorong mereka untuk menggunakan teknologi seperti Go-Pay. Penggunaan Go-Pay diyakini akan memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Hal ini sependapat dengan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa Go-Pay memiliki persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan konsumen sehingga sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan Go-Pay. Dan sejalan dengan penelitian Anisa Nur Fauzia dan Nurdin (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Fuad Abdul Fattah (2018) yang

menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

6. Pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan Go-Pay

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemanfaatan, yang artinya literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti. Hasil dari penelitian ini adalah *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap *intention to use*, dan menunjukkan bahwa dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go-Pay dirasakan membantu penggunaannya. Analisis terhadap efek mediasi menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to use* melalui *perceived risk* dan *perceived usefulness*. Oleh karena itu *trust* menjadi komponen penting dalam penggunaan dompet elektronik sebagai alat pembayaran elektronik (Priyono, 2017).

7. Pengaruh literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan Go-Pay

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap minat menggunakan Go-Pay melalui persepsi kemudahan, yang artinya literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang menggunakan *E-Money Go-Pay*. Hal ini berarti semakin mudah konsumen menggunakan aplikasi maka akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan *E-Money Go-Pay* (Aritonang & Arisman, 2017).

Literasi keuangan merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh setiap individu agar terciptanya fungsi-fungsi ekonomi yang baik. Dengan literasi keuangan yang baik maka akan mampu memilih dan memanfaatkan produk layanan jasa keuangan sesuai kebutuhan, dan akan terhindar dari sikap konsumtif karena literasi keuangan setiap individu akan lebih cerdas dalam mengelola keuangannya. Dari penelitian yang telah didapatkan diketahui bahwa literasi keuangan memberikan dampak yang baik bagi setiap individu, dengan literasi yang baik maka akan berakibat dengan pengetahuan tentang ilmu yaitu berupa kemanfaatan dan kemudahan sebuah produk, dari pengetahuan tersebutlah akan timbul minat seseorang dalam menggunakan Go-Pay. Dalam hadits yang diriwayatkan Ibnu Majah, dan dishahihkan oleh Syaikh Albani dalam Shahih wa Dha'if Sunan Ibnu Majah no. 224.

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

"Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap individu muslim."

Dari hadits ini diketahui bahwa setiap individu wajib menuntut ilmu, maka jika seseorang mencari ilmu dan mengamalkannya maka akan berguna untuk dirinya sendiri dan dimudahkannya jalan menuju surga.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan, serta . Dengan adanya kemudahan tersebut mahasiswa Universitas Islam Indonesia sangat terbantu. Sebagaimana dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menginginkan bagi kalian kemudahan, dan (Allah) tidak menginginkan bagi kalian kesulitan"

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menjamin kemudahan dalam melaksanakan kegiatan, karena Allah tidak menghendaki kesulitan sedikitpun bagi hambanya. Mahasiswa merupakan kaum terpelajar yang terbuka terhadap perkembangan teknologi. Mahasiswa juga merupakan

agen perubahan, dimana sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk yang menggunakan teknologi termasuk dalam sistem pembayaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)
2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)
3. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Go-Pay
4. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay
5. Literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay
6. Literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay
7. Literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain:

1. Memperluas ruang lingkup penelitian dengan melakukan penelitian pada Universitas lain agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan Go-Pay

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian peran literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan sampel berupa mahasiswa yang telah belajar terkait keuangan

Daftar Pustaka

- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap *E-Money* minat menggunakan. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1–17.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review*, 107–128.
- Crawford, V., & Sobel, J. (1982). *Strategic Information Transmission Published by: Econometric Society STRATEGIC INFORMATION TRANSMISSION. Econometrica*, 50(6), 1431–1451.
- Eriyanto. (2009). *Teknik Sampling*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2007.
- Fattah, F. A., & Mintasih Indriayu, S. (2018). Pengaruh Literasi keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap perilaku konsumtif Siswa Muhammadiyah 1 Karanganyar. *4*(1), 11–21.
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. *Prosiding Manajemen*, 79–84.
- Gardner, C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 37(C), 4143–4152.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif (ketiga)*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan (UPP) STIM YKPN.
- Lai, P. (2017). *the Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38.
- Leo, G., & Danuarta, N. (2019). *Determinants of Using Go-Pay and its Impact on*

Net Benefits (Vol. 4). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.

Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). *Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *Juisi*, 2(1), 1–10.

Loekamto, A. (2012). Implementasi *Technology Acceptance Model* (Tam) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1–5. Retrieved

Marlinah, L. (2016). Budayakan Cashless Society Sebagai Kebutuhan. Konferensi Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi, 1(1), 81–86. Retrieved from

Nababan, D., & Sadalia, I. (2013). *Analisis Personal Financial Liteacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (Personal Financial literacy Analysis And The Financial Behavior Of Undergraduate Students Of The University Of North Sumatra's Econo. Media Informasi Manajemen*, 1, 1–16.

Nangi, I. Y., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan *E-COMMERCE* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia.

Nizar, M. A. (2017). Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*, 5(March), 5–13.

Nugroho, B. A. (2015). Strategi Jitu Memilih Metedo Statistik Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Priyatno, D. (2016). Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengelolahannya dengan SPSS. Yogyakarta: Gava media.

Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh *trust dan risk* dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106.

Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan

- Menggunakan Kerangka *Technology Acpatance Model* (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137.
- Ramdhani, N. (2016). Model Perilaku Penggunaan Tik “Nr2007” Pengembangan Dari *Technology Acceptance Model* (Tam). *Buletin Psikologi Universitas Gadjah Mada. Fakultas Psikologi*, 17(1), 17–27.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal *Path Analysis* : Sejarah , Pengertian Dan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11, 285–296.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada *E-Commerce*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92–100.
- Sugiyono, P. D. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif kuantitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW*. 425–478.
- Wahyuhana, A., & P, I. P. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Cashless Terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius Di Bandung Tahun 2018 *the Effect of Cashless Lifestyle on the Process of Using Jenius in Bandung in 2018. E-Proceeding of Management*, 1609–1617.
- Wibowo, A., & Luhur, U. B. (2017). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, (Universitas Budi Luhur, Jakarta), 1–8.
- Widayati, I. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansia

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Acta Crystallographica Section E: Structure Reports Online*, 65(10), 89–99.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

(PERAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GOPAY PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)

Kepada

Yth. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Maha Menguasai segala sesuatunya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Sehubungan dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul Peran literasi keuangan terhadap Minat Menggunakan Gopay Perspektif Ekonomi Islam di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Maka saya memerlukan data dan informasi dari Mahasiswa Universitas Islam Indonesia

. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kesediaan dari Saudara/ Saudari mengisi angket yang telah disediakan. Jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan merupakan hal yang sangat bernilai untuk membantu menyelesaikan penyusunan Skripsi tersebut. Identitas yang diberikan kepada saya akan menjadi rahasia dan tidak akan disalahgunakan. Perlu diketahui bahwasanya saya disini hanya sebagai mahasiswa yang murni hendak melakukan penelitian tugas akhir dan tidak disponsori oleh pihak manapun.

Demikian permohonan saya ini, atas bantuan dan kerelaan Saudara/ Saudari untuk meluangkan waktu untuk mengisi angket ini saya haturkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya, Ratih Marisa Apriliana
(e-mail: 16423061@students.uii.ac.id)

A. Identitas Responden

Sebelum menjawab pertanyaan kuesioner ini, dimohon Saudara/Saudari mengisi data berikut terlebih dahulu. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda (✓) pada kotak yang telah disediakan.

1. Nama : _____(Boleh tidak diisi)

2. Umur : _____ Tahun

3. NIM : _____

4. Jenis Kelamin : Pria Wanita

5. Fakultas : FIAI FTI FTSP

FBE FK FPSB

6. Usia : <19 19-21 >21

7. Berapa Penghasilan anda per bulan :

Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000

Lebih dari Rp 2.000.000

8. Apakah anda menggunakan Go-Pay?

Ya

Tidak (pertanyaan selesai, terima kasih atas partisipasinya)

9. Berapa kali dalam sebulan anda menggunakan Go-pay?

1-5 kali

5-10 kali

Lebih dari 10 kali

10. Sudah berapa lama menggunakan Go-pay?

< 6 bulan

6 bulan-1 tahun

lebih dari 1 tahun

11. Apa tujuan anda menggunakan Go-Pay?

Transaksi 24 jam

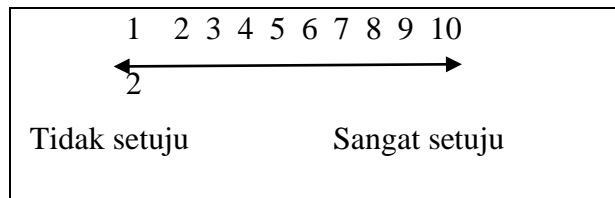
Layanan Transaksi Beragam

Mendapatkan Promo

Persepsi Kemanfaatan

Berilah tanda *checklist* (V) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda alami.

Keterangan:



No.	Pertanyaan (Persepsi kemanfaatan)	Nilai									
		←—————→									
		Tidak setuju					sangat Setuju				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B1	saya merasa proses transaksi melalui Go-pay sangat cepat										
B2	Menggunakan Go-pay dapat meningkatkan efektivitas pekerjaan saya										

B3	Menggunakan layanan Go-pay dapat mengurangi waktu yang saya habiskan dalam transaksi													
B4	Menggunakan layanan Go-Pay dapat meningkatkan keuntungan saya dalam transaksi pembayaran (contoh: lebih hemat, cashback)													
B5	Secara keseluruhan layanan Go-Pay membantu saya untuk bertransaksi secara online, sehingga saya dapat dengan mudah melakukan kegiatan lainnya													

B. Persepsi Kemudahan

No.	Pertanyaan (Persepsi Kemudahan)	Respon												
		Tidak setuju					sangat Setuju							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
C6	Saya merasa mudah untuk mempelajari dan menggunakan Go-Pay													

C7	Dengan adanya Go-Pay saya tidak perlu membawa uang tunai																	
C8	saya merasa mudah dalam melakukan transfer saldo Go-Pay ke sesama pengguna																	
C9	saya merasa mudah dalam melakukan top up Go-pay via bank/ATM, mobile banking atau mini market bahwa layanan																	
C10	Saya merasa mudah melakukan tarik tunai saldo Go-Pay saya																	

C. Literasi keuangan

Berilah tanda *checklist* (V) pada kolom yang tersedia sesuai dengan Pilihan jawaban yang menurut anda benar

No.	Pertanyaan (Literasi keuangan)	Respon	
		Ya	Tidak
D11	Saya bisa mendapatkan uang tunai dimanapun saya berada dan tanpa biaya, dengan menggunakan mesin ATM		
D12	Saya mengerti bagaimana menggunakan E-Money dan Fintech oleh karena itu saya menggunakan aplikasi Go-pay		
D13	pajak penjualan membuat barang lebih mahal untuk dibeli		
D14	sertifikat deposito merupakan instrumen terkait dengan pengeluaran		

D15	pajak penghasilan tidak menyebabkan berkurangnya gaji pokok yang seharusnya diterima		
D16	gaji pensiun diterima oleh seseorang yang telah pensiun dan dibayarkan oleh perusahaan		
D17	Siti dan Bastian memiliki umur yang sama pada usia 25 tahun, Siti mulai menabung 27.000.000 per tahun, sedangkan bastian tidak menyimpan apapun. Pada usia 50 tahun, bastian menyadari bahwa ia membutuhkan uang untuk masa pensiun dan mulai menabung 54.000.000 per tahun sementara siti terus menabung 27.000.000 per tahunnya. sekarang mereka usia 75 tahun. yang memiliki banyak tabungan di masa pensiun adalah Siti		
D18	Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati disebut tabungan		
D19	Menabung merupakan suatu bagian dari pendapatan yang tidak digunakan untuk dikonsumsi		

D20	Prinsip utama dalam asuransi Syariah adalah tolong menolong dan sukarela		
D21	Dalam tabungan wadiah, bank islam diperbolehkan menahan tabungan ketika nasabah ingin menggunakan uang tersebut		
D22	Asuransi adalah salah satu bentuk pengendalian resiko yang mungkin terjadi atas peristiwa yang tak terduga		
D23	Jika saya mengalami kecelakaan dalam mengendarai mobil, jenis asuransi untuk kerusakan mobil saya yaitu <i>collision coverage</i> (asuransi tanggungan kecelakaan)		
D24	Pihak yang menyalurkan premi disebut sebagai penanggung, sementara pihak yang menerima premi disebut tertanggung		
D25	Bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka		
D26	Emas merupakan investasi jangka Panjang, karena merupakan jenis		

	investasi yang mempunyai nilai yang selalu stabil, dan cenderung naik setiap tahunnya		
D27	Perbedaan saham dan reksadana adalah, saham memiliki manajer investasi untuk membantu mengelola investasi, sedangkan reksadana dikelola sendiri oleh investor		

D. Minat Perilaku

No.	Pertanyaan (minat perilaku)	Respon									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E1	Saya sering menggunakan Go-Pay untuk transaksi										
E2	Saya sering memberi tau teman terdekat saya bagaimana cara menggunakan Go-pay										
E3	Saya berencana untuk terus menggunakan Go-pay di masa										

	mendatang																	
E4	Sebelum menggunakan Go-Pay saya sering mencari tahu terlebih dahulu tentang Go-pay sebelum menggunakan																	
E5	Dengan adanya Go-Pay saya semakin ingin belajar mengenai macam-macam fintech dan cara menggunakannya																	

Data Entry Persepsi Kemanfaatan, persepsi kemudahan dan minat menggunakan Go-Pay

Responden	Persepsi Kemanfaatan						Persepsi Kemudahan						Minat Menggunakan					
	B1	B2	B3	B4	B5	X1	C6	C7	C8	C9	C10	X2	E1	E2	E3	E4	E5	Y
1	10	9	9	10	10	48	10	9	10	10	10	49	10	8	9	8	10	45
2	6	4	4	8	6	28	10	4	5	7	5	31	5	4	10	10	6	35
3	10	10	9	10	10	49	10	10	7	8	7	42	7	7	8	7	8	37
4	8	8	9	7	9	41	9	9	7	9	6	40	7	8	7	7	7	36

5	7	8	8	9	7	39	8	8	7	5	5	33	4	5	3	4	5	21
6	6	7	5	4	6	28	6	8	6	7	6	33	1	1	3	7	7	19
7	9	9	8	9	8	43	8	10	7	7	7	39	5	8	9	9	9	40
8	8	8	9	8	8	41	8	8	8	8	7	39	7	7	7	7	7	35
9	6	7	7	6	7	33	7	6	7	6	5	31	4	5	6	6	7	28
10	8	7	7	7	7	36	7	7	7	7	7	35	4	4	1	2	2	13
11	8	6	7	8	8	37	8	5	6	7	7	33	7	5	7	7	7	33
12	10	10	10	10	10	50	10	10	10	1	10	41	10	10	10	10	10	50
13	5	5	5	5	6	26	5	5	5	5	6	26	7	8	7	8	8	38
14	8	9	8	9	9	43	9	8	7	8	8	40	9	9	9	9	8	44
15	9	9	3	9	8	38	9	8	7	9	7	40	8	8	8	8	9	41
16	9	9	9	9	9	45	9	9	9	9	7	43	8	8	8	8	7	39
17	9	7	9	7	8	40	8	7	5	7	4	31	7	5	5	7	8	32
18	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	10	50
19	8	7	8	8	7	38	8	8	7	9	8	40	8	6	7	8	7	36
20	8	8	8	8	8	40	10	10	7	9	8	44	9	7	9	8	7	40

21	7	6	8	9	7	37	7	7	8	8	7	37	7	8	5	7	6	33
22	5	5	5	6	5	26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
23	10	5	10	5	8	38	10	6	10	8	9	43	8	7	7	8	8	38
24	5	5	7	4	5	26	7	5	7	8	4	31	5	6	5	4	4	24
25	9	6	6	9	9	39	9	6	6	9	6	36	6	3	7	5	9	30
26	9	8	8	8	8	41	8	8	8	8	8	40	6	7	7	7	7	34
27	6	7	6	5	7	31	9	5	6	9	6	35	7	8	7	8	9	39
28	8	8	8	8	8	40	8	7	8	9	7	39	6	6	6	8	7	33
29	8	8	8	8	8	40	8	5	8	8	8	37	7	9	7	8	8	39
30	10	9	10	9	10	48	10	9	10	9	10	48	9	10	9	9	10	47
31	9	9	9	9	9	45	9	3	5	5	5	27	3	7	3	7	3	23
32	8	9	9	10	9	45	8	9	7	9	5	38	8	7	8	3	8	34
33	6	6	7	7	7	33	8	7	7	7	7	36	6	7	6	7	7	33
34	10	8	9	10	9	46	9	8	8	8	8	41	7	7	9	7	8	38
35	8	7	9	6	8	38	9	6	7	7	6	35	2	4	5	2	10	23
36	8	8	8	8	8	40	8	6	8	9	8	39	8	8	8	8	8	40

37	8	8	10	10	10	46	10	5	6	10	10	41	8	5	8	8	10	39
38	7	7	7	8	8	37	9	7	8	9	7	40	7	6	7	8	7	35
39	8	9	10	10	9	46	9	6	10	9	7	41	8	6	7	9	10	40
40	8	7	6	8	7	36	7	9	8	8	6	38	7	7	7	8	9	38
41	9	8	9	8	8	42	9	9	9	8	8	43	8	9	9	9	9	44
42	8	6	6	9	9	38	6	5	5	5	5	26	8	8	8	9	8	41
43	9	5	6	6	6	32	8	8	6	9	6	37	7	6	6	5	5	29
44	8	9	8	9	9	43	9	9	10	8	10	46	9	9	9	9	9	45
45	7	8	8	7	7	37	8	8	8	8	8	40	9	9	10	9	9	46
46	7	7	7	7	8	36	7	7	6	7	6	33	7	6	7	7	7	34
47	9	9	9	7	9	43	9	10	5	10	5	39	9	9	9	9	9	45
48	8	7	8	7	7	37	8	5	5	7	5	30	6	6	6	6	7	31
49	10	10	9	9	10	48	10	8	9	10	10	47	7	8	6	9	10	40
50	8	7	4	6	7	32	9	8	5	9	4	35	8	7	3	7	7	32
51	7	3	3	7	3	23	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
52	8	9	9	9	9	44	8	3	2	8	5	26	2	3	6	10	7	28

53	10	10	8	8	9	45	10	6	7	10	7	40	10	9	9	10	9	47
54	9	9	9	9	9	45	9	10	9	10	10	48	10	9	10	10	10	49
55	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	6	46	10	10	10	10	10	50
56	10	9	9	10	10	48	10	8	9	9	8	44	10	8	9	9	9	45
57	10	9	9	10	10	48	10	8	9	9	8	44	10	8	9	9	9	45
58	9	9	9	9	9	45	9	9	8	9	8	43	9	7	7	7	8	38
59	8	6	8	8	8	38	8	8	7	8	6	37	8	6	8	8	8	38
60	6	4	8	5	8	31	5	1	1	1	1	9	4	4	1	8	5	22
61	9	9	9	6	8	41	8	8	8	8	8	40	9	5	5	7	6	32
62	5	4	5	5	5	24	6	5	5	5	6	27	5	5	5	6	5	26
63	8	9	8	9	9	43	9	6	8	9	8	40	7	8	8	6	7	36
64	8	8	8	9	9	42	9	5	9	9	5	37	7	5	7	7	7	33
65	7	7	7	5	7	33	7	7	4	5	4	27	2	2	2	2	7	15
66	7	7	9	7	7	37	9	5	7	7	5	33	7	5	5	5	9	31
67	9	9	9	10	9	46	10	7	6	10	8	41	9	9	9	7	7	41
68	7	6	9	9	9	40	8	8	8	8	6	38	8	8	6	8	8	38

69	9	10	10	10	6	45	9	9	10	10	5	43	9	7	9	9	9	43
70	9	9	9	8	9	44	9	8	8	8	10	43	9	4	8	9	7	37
71	9	9	9	8	9	44	9	9	10	9	9	46	9	9	10	8	9	45
72	8	10	9	5	7	39	9	10	8	8	8	43	9	9	9	9	9	45
73	9	9	9	9	9	45	9	9	9	9	9	45	8	8	6	8	9	39
74	8	4	5	3	9	29	7	8	8	7	5	35	5	7	2	7	6	27
75	9	9	7	7	8	40	8	8	8	8	8	40	8	8	8	9	9	42
76	10	10	9	5	9	43	10	4	4	10	5	33	10	10	10	10	10	50
77	8	7	9	6	8	38	8	8	8	8	7	39	9	7	6	8	9	39
78	10	10	8	8	9	45	10	10	8	10	8	46	8	8	10	9	8	43
79	8	6	6	6	3	29	9	5	6	10	5	35	2	6	2	6	10	26
80	10	10	10	10	10	50	10	10	6	10	6	42	4	1	3	10	5	23
81	8	9	6	5	7	35	10	8	8	8	8	42	7	5	8	7	9	36
82	7	8	9	8	9	41	8	2	7	9	6	32	8	7	8	8	8	39
83	9	9	9	9	9	45	10	8	6	10	3	37	6	2	7	5	7	27
84	8	8	8	7	10	41	10	6	4	8	3	31	5	3	6	3	9	26

85	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	8	48	10	10	10	10	10	50
86	8	8	8	10	10	44	8	8	8	8	8	40	8	8	8	8	8	40
87	10	9	10	10	10	49	10	10	10	10	10	50	7	8	7	8	9	39
88	7	7	10	10	10	44	8	10	5	9	5	37	8	7	8	4	9	36
89	8	8	8	8	8	40	8	8	8	8	5	37	8	8	8	8	8	40
90	8	9	8	8	9	42	8	9	7	9	7	40	9	7	9	8	8	41
91	8	7	9	7	8	39	7	6	5	7	5	30	8	7	7	9	7	38
92	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	7	35
93	8	8	8	9	8	41	9	7	9	8	5	38	8	4	7	7	7	33
94	8	10	5	7	8	38	10	3	5	8	4	30	7	4	8	5	4	28
95	10	8	10	10	10	48	10	8	10	7	10	45	10	7	10	10	8	45
96	7	7	8	7	7	36	8	8	7	8	7	38	7	7	6	7	7	34
97	7	8	5	8	7	35	8	8	8	8	8	40	8	6	8	8	8	38
98	8	8	8	9	8	41	8	7	7	8	6	36	8	8	7	8	9	40
99	10	10	10	10	9	49	10	10	10	10	6	46	7	8	7	10	10	42
100	7	7	8	8	7	37	8	8	8	8	7	39	6	7	8	7	8	36

101	8	7	7	7	8	37	8	8	7	6	7	36	4	6	5	6	7	28
102	8	9	9	10	9	45	10	5	5	10	5	35	8	7	7	10	9	41
103	8	9	8	7	8	40	7	9	8	9	7	40	8	7	7	8	8	38
104	9	7	10	9	8	43	9	9	7	10	7	42	7	6	8	10	7	38
105	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	10	50
106	9	7	8	9	7	40	9	9	9	10	8	45	9	6	6	6	7	34
107	9	7	8	9	7	40	9	9	9	10	8	45	9	6	6	6	7	34
108	9	10	10	10	10	49	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	9	49
109	9	7	8	9	8	41	8	8	8	9	8	41	9	6	7	8	8	38
110	10	10	10	10	10	50	10	1	7	10	1	29	3	1	3	8	8	23
111	8	8	5	7	8	36	5	1	5	7	6	24	6	3	5	8	7	29
112	8	7	6	4	6	31	7	4	5	7	5	28	4	5	4	8	6	27
113	10	9	9	7	9	44	9	8	7	8	8	40	9	9	8	9	9	44
114	9	10	10	10	10	49	8	8	9	8	9	42	9	9	9	9	9	45
115	9	9	9	9	9	45	10	10	8	8	8	44	9	9	9	9	10	46
116	8	10	10	9	9	46	9	9	9	9	9	45	10	8	9	9	9	45

117	9	9	10	9	9	46	10	10	10	10	10	50	9	9	9	9	9	45
118	9	9	9	9	9	45	10	10	10	10	10	50	9	9	9	9	9	45
119	9	9	9	9	9	45	8	8	8	8	8	40	9	9	9	9	9	45
120	9	9	9	9	9	45	9	10	10	9	9	47	10	8	9	9	9	45
121	8	9	9	9	9	44	8	9	9	10	9	45	9	9	9	9	9	45
122	7	5	1	5	7	25	8	7	5	7	7	34	7	7	4	9	6	33
123	6	6	6	7	7	32	7	8	9	10	10	44	6	7	7	6	6	32
124	5	7	7	6	7	32	7	6	6	6	6	31	5	6	8	7	6	32
125	8	8	8	8	8	40	8	7	7	7	7	36	8	8	8	10	9	43
126	9	9	9	10	8	45	8	10	8	7	8	41	9	8	10	8	10	45
127	10	9	9	8	6	42	7	9	9	8	9	42	9	8	5	7	7	36
128	9	10	8	8	9	44	9	10	8	9	9	45	9	10	8	9	9	45
129	7	6	8	9	7	37	10	9	8	9	9	45	8	7	9	8	9	41
130	9	10	9	9	9	46	10	8	10	9	9	46	9	9	6	10	8	42
131	10	10	10	10	7	47	10	3	8	8	10	39	8	6	10	10	10	44
132	9	8	9	9	8	43	7	8	7	8	8	38	9	8	9	9	10	45

133	8	9	9	8	9	43	8	10	9	9	8	44	9	9	9	10	7	44
134	10	9	9	7	8	43	9	10	5	7	4	35	9	4	6	4	7	30
135	9	8	9	8	9	43	9	8	9	8	9	43	9	8	10	7	7	41
136	8	8	3	6	9	34	10	7	7	8	6	38	7	3	4	7	9	30
137	9	8	9	9	9	44	9	9	9	10	8	45	9	8	9	8	9	43
138	8	4	5	7	9	33	8	7	9	9	8	41	9	8	10	8	9	44
139	8	9	9	6	7	39	8	7	9	8	8	40	9	8	9	9	8	43
140	9	8	4	6	6	33	9	7	7	7	8	38	9	10	8	8	9	44
141	5	4	7	7	6	29	6	6	5	7	5	29	6	1	6	7	4	24
142	6	8	8	8	7	37	7	8	6	4	4	29	8	7	5	6	6	32
143	10	9	9	8	9	45	9	9	9	8	9	44	9	8	9	9	8	43
144	10	10	10	10	10	50	10	10	10	10	10	50	10	9	9	10	10	48
145	7	8	7	7	7	36	7	8	8	4	5	32	6	5	3	6	4	24
146	5	5	7	7	7	31	7	7	5	7	4	30	6	4	4	3	7	24
147	8	7	9	6	7	37	8	3	5	8	5	29	6	6	6	8	5	31
148	10	10	10	8	10	48	10	8	9	10	10	47	10	8	8	10	9	45

149	9	8	9	8	8	42	8	7	9	8	9	41	9	10	9	8	7	43
150	8	9	8	8	7	40	10	8	9	9	9	45	8	9	9	8	10	44

Data Entry Literasi Keuangan

Responden	Literasi Keuangan																
	D11	D12	D13	D14	D15	D16	D17	D18	D19	D20	D21	D22	D23	D24	D25	D26	D27
1	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
3	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
4	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
5	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
6	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
7	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
8	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
9	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
10	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya

11	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
12	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
13	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
14	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
15	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
16	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
17	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
18	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
19	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
20	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
21	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
22	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
23	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
24	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
25	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
26	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya

27	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
28	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
29	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
30	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
31	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
32	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
33	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
34	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
35	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
36	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
37	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
38	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
39	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
40	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
41	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
42	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

43	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
44	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
45	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
46	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya
47	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
48	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
49	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
50	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
51	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
52	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
53	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
54	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
55	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
56	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
57	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
58	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

59	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
60	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
61	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
62	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
63	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
64	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
65	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
66	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
67	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
68	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
69	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
70	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
71	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
72	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
73	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
74	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

75	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
76	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
77	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
78	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
79	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
80	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
81	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
82	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
83	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
84	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
85	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
86	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
87	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
88	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
89	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya
90	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

91	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
92	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
93	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
94	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
95	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
96	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
97	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
98	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
99	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
100	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
101	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
102	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
103	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
104	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
105	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
106	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

107	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
108	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
109	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
110	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
111	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
112	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
113	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
114	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
115	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
116	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
117	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
118	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
119	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
120	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
121	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
122	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya

123	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
124	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
125	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
126	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
127	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
128	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
129	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
130	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
131	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
132	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
133	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
134	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
135	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
136	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
137	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak
138	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya

139	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
140	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
141	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
142	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak
143	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
144	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
145	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya
146	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
147	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
148	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
149	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya
150	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

DESKRIPSI RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	43	28.7	28.7	28.7
Wanita	107	71.3	71.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	1	.7	.7	.7
18	9	6.0	6.0	6.7
19	30	20.0	20.0	26.7
20	19	12.7	12.7	39.3
21	57	38.0	38.0	77.3
22	24	16.0	16.0	93.3
23	7	4.7	4.7	98.0
24	1	.7	.7	98.7
25	1	.7	.7	99.3
26	1	.7	.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Fakultas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid FBE	11	7.3	7.3	7.3
FH	2	1.3	1.3	8.7
FIAI	43	28.7	28.7	37.3
FMIPA	35	23.3	23.3	60.7
FPSB	22	14.7	14.7	75.3
FTI	29	19.3	19.3	94.7
FTSP	8	5.3	5.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Penghasilan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > Rp 2.000.000	16	10.7	10.7	10.7
Lebih dari Rp 2.000.000	3	2.0	2.0	12.7
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	73	48.7	48.7	61.3
Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	58	38.7	38.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Berapa kali dalam sebulan menggunakan Go-pay

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 10 kali	11	7.3	7.3	7.3
1-5 kali	101	67.3	67.3	74.7
5-10 kali	35	23.3	23.3	98.0
Lebih dari 10 kali	3	2.0	2.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

berapa lama menggunakan Go-pay

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 6 bulan	47	31.3	31.3	31.3
> 1 tahun	54	36.0	36.0	67.3
6 bulan-1 tahun	36	24.0	24.0	91.3
lebih dari 1 tahun	13	8.7	8.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Tujuan anda menggunakan Go-Pay

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Layanan transaksi Beragam	22	14.7	14.7	14.7
Layanan Transaksi Beragam	7	4.7	4.7	19.3
Layanan transaksi Beragam, Mendapatkan Promo	10	6.7	6.7	26.0
Layanan Transaksi Beragam, Mendapatkan Promo	1	.7	.7	26.7
Mendapatkan Promo	46	30.7	30.7	57.3
Transaksi 24 jam	13	8.7	8.7	66.0
Transaksi 24 jam, Layanan transaksi Beragam	2	1.3	1.3	67.3
Transaksi 24 jam, Layanan transaksi Beragam, Mendapatkan Promo	36	24.0	24.0	91.3
Transaksi 24 jam, Layanan Transaksi Beragam, Mendapatkan Promo	4	2.7	2.7	94.0
Transaksi 24 jam, Mendapatkan Promo	9	6.0	6.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

ANALISIS DESKRIPSI VARIABEL

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Total X1	150	23.0	50.0	6054.0	40.360	6.2437
Total X2	150	9.0	50.0	5788.0	38.587	6.8808
Total X3	150	7.0	17.0	1831.0	12.207	2.0767
Total Y	150	13	50	5565	37.10	8.012
Valid N (listwise)	150					

KATEGORI RESPONDEN

Persepsi Kemanfaatan

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	25	16.7	16.7	16.7
	Sedang	104	69.3	69.3	86.0
	Tinggi	21	14.0	14.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Persepsi Kemudahan

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	26	17.3	17.3	17.3
	Sedang	104	69.3	69.3	86.7
	Tinggi	20	13.3	13.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Literasi keuangan

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	32	21.3	21.3	21.3
	Sedang	98	65.3	65.3	86.7
	Tinggi	20	13.3	13.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Minat menggunakan Go-Pay

Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	27	18.0	18.0	18.0
Sedang	110	73.3	73.3	91.3
Tinggi	13	8.7	8.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Persepsi Kemanfaatan

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTALX1
P1	Pearson Correlation	1	.680**	.651**	.696**	.897**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.680**	1	.519**	.676**	.784**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.651**	.519**	1	.389*	.663**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.033	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.696**	.676**	.389*	1	.743**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.897**	.784**	.663**	.743**	1	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.911**	.851**	.760**	.819**	.948**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Persepsi Kemudahan

		Correlations					
		P6	P7	P8	P9	P10	TOTALX2
P6	Pearson Correlation	1	.464**	.545**	.357	.560**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.010	.002	.053	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.464**	1	.537**	.135	.548**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.010		.002	.476	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.545**	.537**	1	.199	.818**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.291	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.357	.135	.199	1	.197	.528**
	Sig. (2-tailed)	.053	.476	.291		.296	.003
	N	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.560**	.548**	.818**	.197	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.296		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.773**	.736**	.827**	.528**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Literasi Keuangan (Menggunakan Aplikasi Skalo)

SKALO

Wahyu Widhiarso

PROGRAM ANALISIS SKALA GUTTMAN Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada | 2011

A. PETUNJUK

- Masukkan Jumlah Butir dan Ukuran Sampel pada Kolom yang disediakan
- Masukkan data pada kolom INPUT DATA

Catatan : Urutan butir harus sudah disesuaikan dengan urutan tingkat kesulitannya secara teoritik

B. INPUT BUTIR & SAMPEL

Masukkan Jumlah Butir

Masukkan Ukuran Sampel

OUTPUT

Jumlah Potensi Error

Jumlah Error

Koefisien Reprodusibilitas

Koefisien Skalabilitas

Minat Menggunakan Go-Pay

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTALY
P1	Pearson Correlation	1	.795**	.722**	.591**	.619**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.795**	1	.634**	.579**	.545**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.722**	.634**	1	.845**	.738**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.591**	.579**	.845**	1	.751**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.619**	.545**	.738**	.751**	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.622**	.702**	.733**	.757**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

UJI REABILITAS

Persepsi Kemanfaatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.817	.943	6

Persepsi Kemudahan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.875	6

Literasi keuangan

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{s_t^2 - \sum p_i q_i}{s_t^2} \right\}$$

$$p_i = \frac{\text{banyaknya subjek yang skornya 1}}{N}$$

$$q_i = 1 - p_i \quad s_t^2 = \text{varians total}$$

$$St^2 = 5,514$$

$$k/(k-1) = 1,0345$$

$$\sum p_i q_i = 0,7167248739$$

$$R_i = 0,7414$$

Minat Menggunakan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.819	.945	6

Uji Linieritas

Means

Case Processing Summary

	Cases			
	Included		Excluded	
	N	Percent	N	Percent
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	150	100,0%	0	0,0%
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	150	100,0%	0	0,0%
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2	150	100,0%	0	0,0%

Case Processing Summary

	Cases	
	Total	
	N	Percent
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	150	100,0%
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	150	100,0%
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2	150	100,0%

MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1

Report

MinatMenggunakanY

LiterasikeuanganX1	Mean	N	Std. Deviation
,41	5,6000	1	.

,41	7,8000	1	.
,47	3,8000	1	.
,47	5,7600	5	1,97687
,53	7,3200	5	1,26174
,53	5,2000	3	3,21870
,59	6,9867	15	1,43122
,59	8,1000	2	,14142
,65	6,8190	21	1,76738
,65	8,2000	3	1,58745
,71	7,6476	21	1,54778
,71	7,1000	2	,14142
,76	7,5600	35	1,30411
,82	7,8000	2	1,69706
,82	8,2923	13	1,01527
,88	7,4000	1	.
,88	8,3778	9	1,40159
,94	7,6571	7	1,86088
1,00	8,9333	3	,30551
Total	7,4200	150	1,60247

ANOVA Table

	(Combined)
	Between Groups
	Linearity
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	Deviation from Linearity
	Within Groups
	Total

ANOVA Table

		Sum of Squares	
(Combined)		86,005	
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	Between Groups	Linearity	48,477
		Deviation from Linearity	37,528
Within Groups		296,615	
Total		382,620	

ANOVA Table

		df	
(Combined)		18	
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	Between Groups	Linearity	1
		Deviation from Linearity	17
Within Groups		131	
Total		149	

ANOVA Table

		Mean Square	
(Combined)		4,778	
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1	Between Groups	Linearity	48,477
		Deviation from Linearity	2,208
Within Groups		2,264	
Total			

ANOVA Table

			F
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1		(Combined)	2,110
	Between Groups	Linearity	21,410
		Deviation from Linearity	,975
	Within Groups		
	Total		

ANOVA Table

			Sig.
MinatMenggunakanY * LiterasikeuanganX1		(Combined)	,009
	Between Groups	Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,490
	Within Groups		
	Total		

MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1

Report

MinatMenggunakanY

PersepsiKemanfaatanZ1	Mean	N	Std. Deviation
4,60	3,2000	1	.
4,80	5,2000	1	.
5,00	6,6000	1	.
5,20	5,8000	3	1,56205
5,60	5,4000	2	2,26274
5,80	5,1333	3	,30551
6,20	5,6000	4	1,52315
6,40	6,2500	4	,30000
6,60	6,5600	5	2,43064
6,80	6,0000	1	.
7,00	7,2667	3	,30551
7,20	5,7333	6	1,81402
7,40	6,8545	11	1,03186
7,60	7,1000	8	1,30494
7,80	7,0800	5	1,98293
8,00	7,6462	13	,77955
8,20	6,9556	9	,85310
8,40	7,8800	5	,94446
8,60	8,3273	11	1,09279
8,80	8,0667	9	1,15758
9,00	8,1412	17	1,40136
9,20	8,2857	7	,55205
9,40	8,8000	1	.

9,60	8,9143	7	,42984
9,80	8,4800	5	,95499
10,00	8,6000	8	2,47271
Total	7,4200	150	1,60247

ANOVA Table

		(Combined)
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1		Deviation from Linearity
	Within Groups	
	Total	

ANOVA Table

	Sum of Squares
	(Combined) 166,485
	Between Groups Linearity 141,977
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	Deviation from Linearity 24,508
	Within Groups 216,135
	Total 382,620

ANOVA Table

	df
	(Combined) 25
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	Between Groups Linearity 1

	Deviation from Linearity	24
	Within Groups	124
	Total	149

ANOVA Table

		Mean Square
	(Combined)	6,659
	Between Groups Linearity	141,977
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	Deviation from Linearity	1,021
	Within Groups	1,743
	Total	

ANOVA Table

		F
	(Combined)	3,821
	Between Groups Linearity	81,455
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	Deviation from Linearity	,586
	Within Groups	
	Total	

ANOVA Table

		Sig.
	(Combined)	,000
MinatMenggunakanY * PersepsiKemanfaatanZ1	Between Groups Linearity	,000
	Deviation from Linearity	,935

	Within Groups	
	Total	

MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2

Report

MinatMenggunakanY

PersepsiKemudahanZ2	Mean	N	Std. Deviation
1,80	4,4000	1	.
3,00	3,2000	1	.
4,80	5,8000	1	.
5,00	5,0000	1	.
5,20	7,1333	3	1,36137
5,40	4,2667	3	1,13725
5,60	5,4000	1	.
5,80	5,5000	4	,93095
6,00	6,0500	4	1,18181
6,20	5,9000	6	,83666
6,40	6,3000	2	2,12132
6,60	6,2667	6	2,22231
6,80	6,6000	1	.
7,00	5,9111	9	1,72079
7,20	6,9600	5	1,29151
7,40	6,8750	8	,94378
7,60	7,4000	8	1,06369
7,80	7,8000	8	,84177
8,00	7,9778	18	,89150
8,20	8,4000	9	,78740
8,40	7,1667	6	1,42782
8,60	8,1250	8	,61354
8,80	8,4286	7	,97590

9,00	8,3000	10	,88569
9,20	8,9000	6	,60332
9,40	8,6667	3	,57735
9,60	9,7333	3	,30551
9,80	9,0000	1	.
10,00	9,3143	7	,79042
Total	7,4200	150	1,60247

ANOVA Table

		(Combined)
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity
	Within Groups	
	Total	

ANOVA Table

		Sum of Squares
	(Combined)	236,872
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity
	Within Groups	145,748
	Total	382,620

ANOVA Table

		df
		(Combined)
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity
	Within Groups	
	Total	
		28
		1
		27
		121
		149

ANOVA Table

		Mean Square
		(Combined)
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity
	Within Groups	
	Total	
		8,460
		196,526
		1,494
		1,205

ANOVA Table

		F
		(Combined)
	Between Groups	Linearity
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity
	Within Groups	
	Total	
		7,023
		163,155
		1,241

ANOVA Table

			Sig.
		(Combined)	,000
	Between Groups	Linearity	,000
MinatMenggunakanY * PersepsiKemudahanZ2		Deviation from Linearity	,214
	Within Groups		
	Total		

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,06083407
	Absolute	,069
Most Extreme Differences	Positive	,052
	Negative	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,839
Asymp. Sig. (2-tailed)		,482

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LiterasikeuanganX1	,888	1,126
	PersepsiKemanfaatanZ1	,554	1,804
	PersepsiKemudahanZ2	,513	1,950

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,409	1,558		,263	,793
1 LiterasikeuanganX1	-,505	1,655	-,026	-,305	,761
PersepsiKemanfaatanZ1	,156	,210	,081	,742	,459
PersepsiKemudahanZ2	-,358	,199	-,205	-1,805	,073

a. Dependent Variable: LnRes2

Pengujian Tahap 1

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LiterasikeuanganX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: PersepsiKemanfaatanZ1

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,196 ^a	,039	,032	1,22853

a. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,967	1	8,967	5,941	,016 ^b
	Residual	223,375	148	1,509		
	Total	232,342	149			

a. Dependent Variable: PersepsiKemanfaatanZ1

b. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6,675	,582		11,469	,000
	LiterasikeuanganX1	1,956	,082	,196	2,437	,016

a. Dependent Variable: PersepsiKemanfaatanZ1

Pengujian Tahap 2

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LiterasikeuanganX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: PersepsiKemudahanZ2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,333 ^a	,111	,105	1,30201

a. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,282	1	31,282	18,453	,000 ^b
	Residual	250,892	148	1,695		

Total	282,175	149		
-------	---------	-----	--	--

a. Dependent Variable: PersepsiKemudahanZ2

b. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,107	,617		8,280	,000
	LiterasikeuanganX1	3,652	,085	,333	4,296	,000

a. Dependent Variable: PersepsiKemudahanZ2

Pengujian Tahap 3

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PersepsiKemanfaatanZ1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,609 ^a	,371	,367	1,27513

a. Predictors: (Constant), PersepsiKemanfaatanZ1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141,977	1	141,977	87,319	,000 ^b
	Residual	240,643	148	1,626		
	Total	382,620	149			

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. Predictors: (Constant), PersepsiKemanfaatanZ1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1,110	,683		1,625	,106	
	PersepsiKemanfaatanZ1	,782	,084		,609	9,344	,000

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

Pengujian Tahap 4

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PersepsiKemudahanZ2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 ^a	,514	,510	1,12134

a. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanZ2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196,526	1	196,526	156,296	,000 ^b
	Residual	186,094	148	1,257		

Total	382,620	149		
-------	---------	-----	--	--

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. Predictors: (Constant), PersepsiKemudahanZ2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,980	,523		1,872	,063
	PersepsiKemudahanZ2	,835	,067	,717	12,502	,000

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

Pengujian Tahap 5

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LiterasikeuanganX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,356 ^a	,127	,121	1,50257

a. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48,477	1	48,477	21,472	,000 ^b
	Residual	334,143	148	2,258		

Total	382,620	149		
-------	---------	-----	--	--

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

b. Predictors: (Constant), LiterasikeuanganX1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,171	,712		5,860	,000
LiterasikeuanganX1	4,547	,981	,356	4,634	,000

a. Dependent Variable: MinatMenggunakanY

Skor Perhitungan literasi keuangan

Perhitungan Persentase Skor Literasi Keuangan

No.	Uang dan Transaksi		Perencanaan dan Pengelolaan keuangan		Resiko dan keuntungan		<i>Financial Landscape</i>	
	Skor	%	Skor	%	Skor	%	Skor	%
1	5	83,33333	5	100	2	66,66667	2	66,66667
2	5	83,33333	4	80	2	66,66667	1	33,33333

3	4	66,66667	4	80	2	66,66667	0	0
4	5	83,33333	4	80	2	66,66667	1	33,33333
5	4	66,66667	3	60	2	66,66667	0	0
6	5	83,33333	5	100	2	66,66667	2	66,66667
7	5	83,33333	3	60	2	66,66667	0	0
8	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
9	6	100	4	80	3	100	2	66,66667
10	4	66,66667	3	60	2	66,66667	0	0
11	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
12	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
13	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
14	4	66,66667	3	60	2	66,66667	0	0
15	4	66,66667	4	80	2	66,66667	0	0
16	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
17	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
18	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
19	5	83,33333	4	80	2	66,66667	1	33,33333
20	5	83,33333	3	60	2	66,66667	1	33,33333
21	4	66,66667	3	60	2	66,66667	1	33,33333
22	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
23	5	83,33333	3	60	2	66,66667	0	0

24	6	100	5	100	3	100	1	33,33333
25	6	100	5	100	3	100	2	66,66667
26	6	100	5	100	3	100	2	66,66667
27	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
28	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
29	6	100	5	100	2	66,66667	2	66,66667
30	6	100	5	100	3	100	2	66,66667
31	3	50	4	80	2	66,66667	2	66,66667
32	3	50	4	80	2	66,66667	1	33,33333
33	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
34	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
35	6	100	4	80	3	100	3	100
36	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
37	4	66,66667	3	60	1	33,33333	2	66,66667
38	6	100	3	60	2	66,66667	2	66,66667
39	5	83,33333	3	60	2	66,66667	2	66,66667
40	4	66,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667
41	6	100	5	100	2	66,66667	2	66,66667
42	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
43	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
44	6	100	5	100	2	66,66667	2	66,66667

45	6	100	5	100	3	100	3	100
46	6	100	5	100	2	66,66667	1	33,33333
47	6	100	2	40	2	66,66667	0	0
48	3	50	4	80	2	66,66667	2	66,66667
49	3	50	2	40	2	66,66667	2	66,66667
50	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
51	4	66,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667
52	3	50	2	40	2	66,66667	2	66,66667
53	5	83,33333	4	80	3	100	2	66,66667
54	5	83,33333	4	80	3	100	2	66,66667
55	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
56	4	66,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667
57	4	66,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667
58	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
59	5	83,33333	2	40	2	66,66667	2	66,66667
60	3	50	2	40	2	66,66667	1	33,33333
61	4	66,66667	2	40	2	66,66667	2	66,66667
62	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
63	3	50	2	40	1	33,33333	2	66,66667
64	5	83,33333	3	60	2	66,66667	2	66,66667
65	1	16,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667

66	5	83,33333	3	60	2	66,66667	3	100
67	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
68	4	66,66667	4	80	0	0	2	66,66667
69	4	66,66667	4	80	2	66,66667	3	100
70	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
71	6	100	4	80	3	100	3	100
72	6	100	5	100	2	66,66667	2	66,66667
73	4	66,66667	4	80	2	66,66667	3	100
74	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
75	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
76	5	83,33333	3	60	1	33,33333	1	33,33333
77	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
78	4	66,66667	1	20	2	66,66667	2	66,66667
79	3	50	5	100	2	66,66667	2	66,66667
80	4	66,66667	3	60	2	66,66667	2	66,66667
81	4	66,66667	3	60	2	66,66667	3	100
82	6	100	3	60	2	66,66667	1	33,33333
83	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
84	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
85	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
86	3	50	2	40	2	66,66667	2	66,66667

87	3	50	1	20	2	66,66667	1	33,33333
88	4	66,66667	4	80	2	66,66667	3	100
89	4	66,66667	2	40	2	66,66667	2	66,66667
90	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
91	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
92	3	50	3	60	2	66,66667	2	66,66667
93	5	83,33333	1	20	2	66,66667	2	66,66667
94	4	66,66667	5	100	1	33,33333	3	100
95	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
96	5	83,33333	2	40	2	66,66667	2	66,66667
97	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
98	4	66,66667	3	60	3	100	2	66,66667
99	4	66,66667	4	80	2	66,66667	3	100
100	6	100	4	80	2	66,66667	1	33,33333
101	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
102	4	66,66667	4	80	1	33,33333	2	66,66667
103	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
104	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
105	5	83,33333	3	60	2	66,66667	2	66,66667
106	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
107	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667

108	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
109	4	66,66667	1	20	1	33,33333	2	66,66667
110	5	83,33333	3	60	2	66,66667	3	100
111	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
112	2	33,33333	4	80	3	100	1	33,33333
113	6	100	4	80	3	100	3	100
114	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
115	5	83,33333	4	80	3	100	3	100
116	4	66,66667	4	80	3	100	3	100
117	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
118	6	100	5	100	3	100	3	100
119	4	66,66667	5	100	1	33,33333	3	100
120	6	100	5	100	2	66,66667	3	100
121	5	83,33333	5	100	3	100	2	66,66667
122	2	33,33333	5	100	1	33,33333	0	0
123	3	50	4	80	2	66,66667	2	66,66667
124	3	50	3	60	1	33,33333	2	66,66667
125	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
126	4	66,66667	4	80	2	66,66667	2	66,66667
127	6	100	3	60	2	66,66667	3	100
128	6	100	4	80	3	100	2	66,66667

129	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
130	5	83,33333	3	60	3	100	2	66,66667
131	5	83,33333	3	60	2	66,66667	2	66,66667
132	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
133	6	100	4	80	2	66,66667	2	66,66667
134	4	66,66667	4	80	2	66,66667	1	33,33333
135	6	100	3	60	2	66,66667	2	66,66667
136	4	66,66667	3	60	3	100	3	100
137	6	100	5	100	3	100	3	100
138	5	83,33333	5	100	3	100	2	66,66667
139	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
140	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
141	3	50	4	80	2	66,66667	2	66,66667
142	3	50	3	60	1	33,33333	3	100
143	4	66,66667	4	80	1	33,33333	2	66,66667
144	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
145	4	66,66667	3	60	1	33,33333	2	66,66667
146	2	33,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
147	4	66,66667	5	100	2	66,66667	2	66,66667
148	6	100	3	60	2	66,66667	2	66,66667
149	5	83,33333	5	100	2	66,66667	1	33,33333

150	5	83,33333	4	80	2	66,66667	2	66,66667
	Mean	76,444	Mean	74,267	Mean	68,444	Mean	61,778

Sumber: Data Primer diolah (2020)