

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA  
MAHASISWA DI YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Oleh:

**Muhammad Sulaiman Mustaqim**

**17312506**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA  
MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Muhammad Sulaiman Mustaqim

17312506

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa pada skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh penulis lain, kecuali secara tertulis di daftar referensi dalam naskah ini. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sanksi/hukuman yang sesuai dengan peraturan yang berlaku."

Jakarta, 25 April 2022

Penulis


Muhammad Sulaiman Mustaqim

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA  
MAHASISWA D.I YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Muhammad Sulaiman Mustaqim

No. Mahasiswa: 17312506

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 03 Maret 2022

Dosen Pembimbing,

— / —

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

# BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

DETERMINAN PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA MAHASISWA D.I YOGYAKARTA

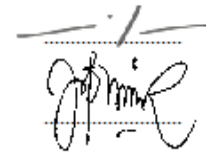
Disusun oleh : MUHAMMAD SULAIMAN MUSTAQIM

Nomor Mahasiswa : 17312506

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Rabu, 08 Juni 2022


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

Penguji : Johan Arifin, M.Si., Ph.D., CFra.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

  
Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

## MOTTO

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”*



*“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan”*

(QS. Ar Rahman: 13, 16, 18, 21, 23, 25, 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40, 42, 45, 47, 49,

51, 53, 55, 57, 59, 61, 63, 65, 67, 69, 71, 73, 75, dan 77)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini akan saya persembahkan khususnya untuk:

Ayah dan Ibu,

Zaenal Mustakim dan Heni Setyaningsih

Adik-adik saya,

Nuraini Mustaqim dan Muhammad Ilyas Mustaqim

yang selalu mendoakan dan selalu mendukung apa yang saya cita-citakan selama  
ini.

الجمعة المباركة  
الاستاذة  
الاندية

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*, Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul” Determinan Penggunaan Elektronik Money Pada Mahasiswa DI Yogyakarta”, yang bertujuan untuk memenuhi syarat untuk mencapai derajat sarjana strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini, tentunya masih jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Namun, dalam tugas akhir ini penulis telah mengupayakan usaha terbaik hingga tugas akhir ini dapat selesai dan tersusun dengan baik berkat doa, dukunganm serta bantuan dari banyak pihak yang tiada henti membantu penulis dalam proses pembuatan tugas akhir hingga selesai. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan dari hati terdalam penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, serta segala kemudahan dalam membuat skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan



3. Orang tua saya, Zaenal Mustakim dan Heni setyaningsih saya yang telah mendoakan dan selalu mendukung disetiap Langkah hingga saat ini.
4. Adik-adik saya tercinta Nuraini Mustaqim dan Muhamamd Ilyas Mustaqim yang selalu menemani dan memberikan semangat hingga saat ini.
5. Bapak Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, ditengah-tengah kesibukannya dan dengan penuh kesabaran serta ketulusan membimbing dan mengarahkan sealam penulisan skripsi hingga selesai.
6. Para Dosen Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomi Univeritas Islam Indonesia yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. M.Afief Widyadmoko selaku kaka yang selalu membimbing saya selama di perantauan.
8. Keluarga Besar UTB *Family* (Supra, Luthfi, Bagas, Bagus, Primbon, Raka, Dhanu, Ilham, Septian, Abbiyu, Hanif) yang menjadi keluarga selama di perantauan.
9. M.Rafie Sultan Agam, M.Farid Taqwa, Faris uwais, dan Petrus Banar, selaku Sahabat seperjuangan dari Jakarta.
10. Firsha Orientia, Intan Oktari, Rana Hanayah, Sahabat yang membantu saya diberbagai hal.
11. Keluarga Besar Lembaga Eksekutif Mahasiswa FBE UII yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
12. Teman-teman satu atap Kost Wisma pak Wiyono (Luhur, Naufal, Nidhom, Alduari, Mas Hanif, Pika, Dkk)

13. Teman-Teman Penulis baik itu seangkatan, adik tingkat, kaka tingkat, selama penulis berkuliah di FBE UII.

14. Segenap *civitas* akademik kampus Universitas Islam Indonesia yang membantu selama saya berkuliah di FBE UII.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan serta doa yang telah diberikan dalam pembuatan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian berlipat-lipat ganda. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat. Mohon maaf apabila banyak kekurangan dalam karya ilmiah ini.

Sekian,

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Penulis,

Muhammad Sulaiman Mustaqim



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	9
1.3. TUJUAN PENELITIAN	11
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN.	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. LANDASAN TEORI	14
2.1.1. TEKNOLOGI KEUANGAN (15	
2.1.2. Teori Perilaku yang Direncanakan 16	

2.1.3.	Electronic Payment (Pembayaran Elektronik)	17
2.1.4.	E-Money	19
2.2.	PENELITIAN TERDAHULU	20
2.3.	HIPOTESIS PENELITIAN	23
2.3.1.	Pengaruh lingkungan sosial (24	
2.3.2.	Pengaruh fasilitas pendukung 26	
2.3.3.	Pengaruh motivasi hedonis 26	
2.3.4.	Pengaruh biaya 27	
2.3.5.	Pengaruh minat penggunaan 28	
2.4.	KERANGKA PENELITIAN	28
BAB III		29
METODE PENELITIAN		29
3.1.	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIANd	29
3.1.1.	Populasi dan Sampel	29
3.2.	SUMBER DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA	30
3.3.	VARIABLE PENELITIAN	30
3.3.1.	Variabel Independen	31
3.3.2.	Variabel Intervening	34
3.3.3.	Variabel Dependen	35
3.4.	METODE ANALISIS DATA	36

3.4.1. Model pengukuran (Outer model)	37
3.4.2. Model struktural (Inner model)	37
<b>BAB IV</b>	<b>39</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	<b>39</b>
4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA	39
4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN	40
4.2.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.3. Analisis Kuantitatif	41
4.3.1. Uji Validitas	41
4.3.2. Uji Reliabilitas.	43
4.3.3. Hasil uji model struktural (Inner model)	45
<b>BAB V</b>	<b>51</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>51</b>
5.1. KESIMPULAN	51
5.2. KETERBATASAN PENELITIAN	52
5.3. IMPLIKASI PENELITIAN	52
5.4. SARAN	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR TABLE</b>	

Tabel 4 1 Hasil Pengumpulan Data	39
Tabel 4 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4 3 Outer Loadings	41
Tabel 4 4 Uji reliabilitas	44
Tabel 4 5 R-Square	45
Tabel 4 6 Hasil Path Coefficients	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Model Theory of Planned Behavior (TPB)	16
Gambar 1.2 Rerangka Penelitian	28



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	64
LAMPIRAN 2 DATA KUISIONER YANG DITERIMA	74
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA	75
LAMPIRAN 4 PENGUJIAN DATA	81
LAMPIRAN 5 HASIL PENGUJIAN DATA	82
LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS	85





## ABSTRACT

*As time passes by, we have come across so many innovations in payment methods. The use of Electronic-Money (E-money) is one of the common example. Electronic Money is defined as a mean of payment in digital/electronic form where the value of currency is stored in an electronic medium. The purpose of this study was to determine the influence of Social Infuence, supporting facilities, hedonic motivations, costs, and interest in using e-money on the habit of using e-money based on the Theory of Planned Behavior (TPB). The respondents in this study were students in the DI Yogyakarta area. The researcher has chosen 116 students to be studied. The data in this study were obtained by distributing online questionnaires. The results of this study showed that the social environment (Social Infuence), supporting facilities, Hedonic Motivations, Costs, and interest in using e-money have positive impacts on the habit of using e-money.*

**Key Word:** *e-Money, Theory of Planned Behavior, Social Infuence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivations, Cost, Interest in using e-money, habit.*

## ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu inovasi dalam metode pembayaran semakin banyak, penggunaan *Electonic-Money (E-money)* merupakan salah satu contohnya. *Electronic Money* adalah sebuah alat pembayaran dengan bentuk digital/elektronik di mana nilai dari mata uang disimpan dalam sebuah media yang bersifat elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh lingkungan sosial (*Social Infuence*), Fasilitas pendukung (*facilitating Conditions*), Motivasi hedonis (*Hedonic Motivations*, Biaya, serta minat penggunaan *e-money* terhadap kebiasaan(*habit*) penggunaan *e-money* yang didasari *Theory of Planned Behavior* (TPB). Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa pada daerah DI Yogyakarta sebanyak 116 Mahasiswa. Data dalam penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuisioner secara *online*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial (*Social Infuence*), Fasilitas pendukung (*facilitating Conditions*), Motivasi hedonis (*Hedonic Motivations*, Biaya, serta minat penggunaan *e-money* berpengaruh positif terhadap kebiasaan (*habit*) penggunaan *e-money*.

**Kata Kunci:** *e-money, Theory of Planned Behavior, lingkungan sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, biaya, minat penggunaan e-money, kebiasaan*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Pada era digital saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang semakin pesat, perkembangan tersebut berpengaruh pada sistem pembayaran dan pola kehidupan transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Hal ini memberikan para pengusaha untuk meningkatkan kapasitas perusahaannya terutama di bagian transaksi dengan mengadopsi metode baru dalam transaksi penerimaan dan juga pembayaran. Seiring berjalannya waktu dalam metode pembayaran, inovasi semakin beragam seperti *Electronic Money (E-Money)* merupakan salah satu contohnya. Bank Indonesia (2018) mengemukakan bahwa penggunaan uang fisik/tunai memiliki beberapa permasalahan di dalam hal efisiensi, hal ini disebabkan oleh adanya penyediaan dan pengelolaan yang disebut *cash Handling*, risiko keamanan, dan efisiensi dalam waktu. Karena itu, Bank Indonesia mengeluarkan strategi tentang *less cash society* yang dikeluarkan di periode tahun 2005-2006. Kebijakan ini mempunyai tujuan agar memangkas penggunaan dalam instrumen uang yang berbentuk fisik/tunai di mana telah digunakan lama dan dipakai dalam proses kegiatan transaksi di masyarakat.

*E-money* adalah suatu alat pembayaran dalam suatu media elektronik di mana nilai tersebut berdasarkan uang yang disimpan pada suatu media yg berbentuk elektro. Berbagai Inovasi telah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir dalam instrumen pembayaran ini. *E-money* pada tahun 2007 mulai diperkenalkan di Indonesia sebagai alat pembayaran. Pada Indonesia sendiri Penggunaan *Electronic*

*Money (E-Money)* sebagai suatu media pembayaran sampai bulan september tahun 2019 berjumlah 359.670.019 unit (Bank Indonesia, 2020). Manfaat dalam menggunakan *Electronic Money* sendiri yaitu kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi, dan juga dapat digunakan dalam transaksi di mana memiliki frekuensi yang tinggi tetapi memiliki nilai yang kecil (Bank Indonesia, 2018). *E-Money* telah banyak memberikan keunggulan serta kegunaan, tetapi di lain sisi *electronic money* mempunyai sejumlah risiko yaitu bisa digunakan oleh pihak lain serta dapat hilang, dan dapat ditipu oleh pihak lain dikarenakan minimnya pengetahuan dan pemahaman tentang *E-money*. (Miliani, et al. 2013). *E-Money* dilihat sebagai suatu dinamika yang konsisten berkembang, karena dampak yang ditimbulkan tidak begitu signifikan bagi kebiasaan suatu individu. Seiring bertambahnya jumlah dari penggunaan *e-money* mengakibatkan berbagai pihak yang menggunakan *e-money* sebagai suatu metode pembayaran, karena hal itu banyak pihak dari fasilitator dari metode pembayaran *e-money* melakukan perbaikan serta inovasi dari segi kemudahan hingga segi keamanan pada produk mereka.

Populasi di Indonesia sendiri sebanyak 277,757,244 penduduk (Worldmeters, 2021), dan pengguna instrumen *e-money* di Indonesia Semester I-2021 sendiri sudah menyentuh angka Rp 24 Triliun, melonjak 43,66% dari tahun 2020 (Bank Indonesia, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *e-money* di Indonesia sangatlah signifikan. Uang elektronik sendiri sudah menjalar ke berbagai instansi seperti pendidikan. Populasi pada daerah Yogyakarta sendiri jumlah mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah kementerian Riset, Teknologi

dan Pendidikan Tinggi/Kementerian Pendidikan di tingkat Kabupaten/Kota di provinsi DI Yogyakarta pada tahun 2019 sebanyak 368.066 Mahasiswa aktif yang berada di DI Yogyakarta, hal tersebut menggambarkan kota DI Yogyakarta karta merupakan kota dengan jumlah mahasiswa (Negeri dan Swasta) terbanyak di Indonesia (Badan Pusat Statistika, 2020). Di dunia pendidikan aplikasi *e-money* biasanya berbentuk kartu mahasiswa, atau kartu khusus yang dapat digunakan sebagai alat transaksi di wilayah institusi terkait.

Dari perkembangan penggunaan *electronic money* pada masyarakat tersebut, penulis ingin melakukan penelitian tentang determinan yang memiliki dampak terhadap intensitas kebiasaan penggunaan *e-money* terutama di lingkungan mahasiswa daerah Di Yogyakarta.

*The Theory of planned behavior* (TPB) milik Icek Ajzen (1991) merupakan dasar teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. *Theory of Planned Behavior* (TPB) sudah banyak digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan suatu minat berperilaku seseorang, teori ini merupakan pengembangan lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diusulkan oleh penulis yang sama yaitu Icek Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*), dapat memengaruhi individu dalam berperilaku atas penerimaan atau penolakan sesuatu hal. Dalam *The Theory of Planned behavior* (TPB) terdapat 3 Variabel Bebas, yaitu Sikap terhadap perilaku (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*). *Attitude* adalah sikap terhadap perilaku yang mengacu terhadap sejauh mana seseorang

individu memiliki evaluasi atau penilaian yang disukai atau tidak disukai (Icek Ajzen, 1991), untuk *subjective Norm* adalah suatu persepsi individu terhadap pengaruh dari lingkungan yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991), dan *Perceived Behavioral Control* merupakan persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya di mana hal tersebut berupa sumber dan peluang yang disediakan untuk bagi konsumen yang akan menggunakan (Ajzen, 1991). Dalam penelitian terdahulu yang memiliki tema yang berkaitan dengan tema yang akan diangkat yaitu faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Electronic Money* sehingga terbiasa menggunakan *e-money* secara terus menerus. Berdasarkan penelusuran dari penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang konsisten dalam memengaruhi minat penggunaan e-money yaitu *attitude*, *Subjective norm*, *Perceived Behavioral Control*. Variabel *attitude* memiliki indikator ekspektasi kinerja (*Performance Influence*), dan Ekspektasi Kemudahan (*Effort Expectancy*), sedangkan untuk variabel *subjective norm* meliputi lingkungan sosial (*social influence*), dan motivasi hedonis (*hedonic motivations*), lalu untuk *Perceived Behavioral Control* meliputi Fasilitas pendukung (*Facilitating Conditions*), Biaya/nilai harga (*Price Value*).

Faktor pertama, ekspektasi kinerja (*performance expectancy*). Menurut (Venkatesh, et al, 2000), ekspektasi kinerja merupakan tingkatan keyakinan individu yang beranggapan dengan menggunakan suatu media teknologi yang bertujuan memudahkan pengguna dalam melakukan pekerjaan. Dalam variabel indikator yang dapat memengaruhi minat penggunaan yaitu *e-money* dapat meningkatkan produktivitas, dan kinerja, serta menyelesaikan suatu transaksi

dengan cepat dengan menggunakan *e-money* dalam kegiatan sehari-hari. Variabel ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) pada penelitian milik Morosan & DeFranco (2016), Oliveira, et al. (2016), Khalilzadeh, et al. (2017); Alalwana, et al. (2017), Giri, et al. (2018), Hung, et al. (2019), Venkatesh, et al. (2000) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *E-Money*. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Indrawati & Putri (2018), Anggraini & Rachmawati (2019), Alfanzi & Daulay (2021) *performance expectancy* tidak berdampak kepada minat dalam menggunakan *e-money*. Faktor kedua *effort expectancy*. Pada penelitian yang dilakukan Venkatesh, et al. (2000), *effort expectancy* merupakan suatu keringanan atau kemudahan yang dialami oleh pengguna saat menggunakan suatu teknologi. Dalam konstruk ini indikator yang dapat memengaruhi minat penggunaan yaitu kemudahan mempelajari penggunaan, kejelasan, kemudahan memahami, kemudahan penggunaan, serta menggunakan *e-money* dapat mempermudah kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan definisi variabel ekspektasi kemudahan (*effort expectancy*) tersebut, terdapat hasil penelitian terdahulu yang menggunakan variabel *effort expectancy*. Penelitian Venkatesh, et al. (2000) Alalwana, et al. (2017), Utami & Kusumawat (2017), Kurnianingsih & Maharan (2020), Prasetya & Putra (2020), Zuhro, et al. (2021), Hana & Kusumawati (2020), Hutomo & Ramadhan (2019), Alfanzi & Daulay (2021), Romli Atma Hidayat, Selamat Riyadi (2013), Hung, et al. 2019), hasil dari penelitian-penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ekspektasi kemudahan (*effort expectancy*) berdampak terhadap minat penggunaan *e-money*. Selain itu kesimpulan dari penelitian

Morosan & DeFranco (2016), Oliveira, et al. (2016), Khalilzadeh, et al. (2017), Indrawati & Putri (2018) mendapatkan hasil negatif, yang berarti ekspektasi kemudahan (*effort Expectancy*) tidak berpengaruh kepada minat dalam menggunakan *e-money*. Faktor ketiga, lingkungan sosial (*Social influence*). Definisi dari lingkungan sosial (*social influence*) yaitu individu menggunakan suatu teknologi untuk kegiatan sehari-hari dikarenakan adanya dorongan dari lingkungan dan orang-orang di sekitar individu yang menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh, et al, 2000). Indikator pada variabel ini yang akan memengaruhi minat penggunaan *e-money* adalah lingkungan/orang yang penting atau yang berpengaruh mendorong agar memakai *e-money*, individu yang dapat memengaruhi dalam perilaku individu menganjurkan agar memakai *e-money*, serta individu yang nasihatnya didengarkan memberikan saran agar memakai *e-money*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos (2016), Jalayer Khalilzadeh, Ahmet Bulent Ozturk, Anil Bilghan (2017), Indrawati, Dianty Anggraini Putri (2018), Eka Latifah Anggraini, Indira Rachmawati (2019), Venkatesh, et al. (2000), Hidayat & Riyadi (2013), mendapatkan hasil *social influence*, berpengaruh positif kepada minat menggunakan *e-money*. Namun pada penelitian Cristian Morosan, Agnes DeFranco (2016), Alalwan, Ali Abdallah Dwivedi, Yogesh K. Rana, Nripendra P. (2017), Hutomo & Ramadhan (2019), Alfanzi & Daulay (2021) menyebutkan bahwa lingkungan sosial tidak berdampak terhadap minat dalam penggunaan *e-money*. Faktor keempat, fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) merupakan sebuah gambaran penggunaan tentang fasilitas serta dukungan yang disiapkan oleh

penyedia guna melakukan suatu aktivitas (Venkatesh, et al, 2000). Dalam variabel ini, hal yang dapat memengaruhi variabel dependen (Minat penggunaan *e-money*) adalah memiliki sumber daya untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*), memiliki pengetahuan tentang penggunaan, teknologi yang digunakan cocok dengan teknologi yang digunakan, dan terdapat kemudahan jika memiliki kendala dalam menggunakan *e-money*. Alalwan, et al. (2017), Anggraini & Rachmawati (2019), Venkatesh, et al. (2000), Kurnianingsih & Maharani (2020), Islamiah, et al. (2020), Hutomo & Ramadhan (2019), Alfanzil & Daulay (2021), Hidayat & Riyadi (2013), dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa variabel *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *e-money*. Hasil dari penelitian lain Morosan & DeFranco (2016), Oliveira, et al. (2016), Khalilzadeh, et al. (2017), Indrawati & Putri (2018), menyatakan bahwa fasilitas pendukung (*Facilitating Conditions*) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Faktor kelima, Motivasi Hedonis (*Hedonic motivations*), menurut penelitian Venkatesh, et al. (2012), *hedonic motivations* merupakan tingkat kepuasan dan kebahagiaan yang dirasakan individu dalam menggunakan suatu sistem teknologi baru. Dalam variabel ini indikator yang dapat memengaruhi variabel dependen (Minat penggunaan E-money) adalah rasa senang/puas saat penggunaan uang elektronik (*e-money*), dapat menikmati dalam memakai *e-money*, dan saat memakai *e-money* individu merasa terhibur. Penelitian yang dilakukan Morosan & DeFranco (2016); Khalilzadeh, et al. (2017), Alalwan, et al. (2017), Indrawati & Putri (2018), Eka Latifah Anggraini, Indira Rachmawati (2019), Viswanath, et al. (2000) menyatakan bahwa Motivasi hedonis (*Hedonic*



Motivation), berpengaruh positif kepada minat penggunaan E-money, namun di lain sisi dalam studi yang dilakukan Oliveira, et al. (2016), Alfanzi & Daulay (2021) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu, motivasi hedonis (*hedonic motivations*) tidak berdampak terhadap minat penggunaan *e-money*. Faktor keenam, biaya/nilai (*price value*) yaitu di mana harga perolehan lebih rendah dari nilai yang diberikan, agar antusias dalam penggunaan teknologi lebih tinggi dalam menggunakan suatu teknologi baru (Venkatesh, et al, 2000). Pada variabel ini dapat memengaruhi variabel dependen (minat penggunaan *e-money*) dengan indikator minat penggunaan uang elektronik (*e-money*) transaksi memiliki harga yang terjangkau, mempunyai *price value* yang baik dalam uang elektronik (*e-money*), serta bernilai bagus antara *e-money* dengan harga yang ada dipasaran. Hasil dari penelitian Alalwan, et al. (2017), Aulia & Safira (2018), Anggraini & Rachmawati (2019), Venkatesh, et al. (2000) menyatakan bahwa biaya/nilai harga (*Price Value*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*, Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Oliveira, et al. (2016), Alfanzi & Daulay (2021) menyatakan bahwa biaya/nilai harga (*Price Value*) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Terdapat beberapa Hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu yang membuat peneliti ingin kembali menguji variabel-variabel namun dengan menggunakan model TPB.

Perbedaan atau kebaruan dari penelitian ini terhadap Penelitian sebelumnya adalah terletak dalam model teori yang digunakan, Variabel yang digunakan, dan memfokuskan cakupan populasi pada mahasiswa kota DI Yogyakarta Sehingga hasil yang didapatkan lebih spesifik yaitu minat penggunaan *e-money* pada

mahasiswa khususnya pada kota Yogyakarta.

Berdasarkan peningkatan penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa daerah DI Yogyakarta belakangan ini, penulis ingin mengangkat topik penelitian tentang penggunaan *e-money* di lingkungan mahasiswa daerah Yogyakarta menggunakan teori TPB dengan beberapa modifikasi yang dilakukan agar penelitian ini dapat berguna serta bermanfaat untuk pihak-pihak yang terkait. Berlandaskan uraian dan penjabaran, maka judul penelitian ini adalah “DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA MAHASISWA YOGYAKARTA”.

## **1.2. RUMUSAN MASALAH**

Seperti telah dijabarkan pada latar belakang, berikut rumusan masalah yang akan dipakai dalam penelitian yang dilaksanakan:

1. Apakah lingkungan sosial (*social influence*) berpengaruh kepada minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh kepada minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah motivasi hedonic (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta?
4. Apakah Biaya (*Price*) berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta?
5. Apakah minat penggunaan *e-money* berpengaruh kepada kebiasaan (*habit*) menggunakan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Lingkungan Sosial (*Social Influence*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta
2. Mengetahui pengaruh fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) terhadap minat dalam menggunakan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta
3. Mengetahui pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivations*) kepada minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta
4. Mengetahui pengaruh Biaya (*Price*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta
5. Mengetahui pengaruh minat penggunaan *e-money* terhadap Kebiasaan (*Habit*) menggunakan *e-money* pada mahasiswa di Yogyakarta

### **1.3. MANFAAT PENELITIAN**

Berdasarkan penjabaran yang telah dipaparkan maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat terhadap pihak sebagai berikut:

#### **Pihak masyarakat dan penggunaan *fintech lending***

Penelitian yang dilaksanakan diharapkan memberikan pemahaman serta pengetahuan terhadap pengguna yang menggunakan *e-money* berkaitan keunggulan serta kekurangan dari *e-money*. Selain itu diharapkan penelitian yang akan dilaksanakan dapat dijadikan acuan bagi pengguna dalam pemakaian *e-money*.

### **Pihak akademisi**

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti akan menguji serta membuktikan keandalan teori dari model *theory of planned behavior* (TPB).

### **Pihak perusahaan**

Berlandaskan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dari pihak perusahaan guna mengembangkan atau inovasi dan mengusahakan agar menjadi lebih baik dalam *e-money*.

### **Pihak peneliti**

Harapannya penelitian yang akan dilakukan dapat memberikan lebih pengetahuan peneliti terhadap pembahas penggunaan *e-money*, serta penelitian ini dapat memicu penulis agar mempelajari dan meneliti lebih tentang suatu sistem penerimaan suatu teknologi baru.

## **1.4. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika dalam penulisan ini terbagi menjadi lima bab, bab tersebut yaitu pendahuluan, dilanjutkan kajian Pustaka, dilanjutkan metode penelitian, dilanjutkan Analisa data disertakan dengan penjelasannya, dan terakhir simpulan dan juga saran. Sistematika dalam penulisan masing-masing isi dari setiap bab sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bagian bab ini dijelaskan tentang beberapa faktor atau hal yang menjadi dasar dari penelitian ini. Pada bab ini terdiri dari latar belakang penelitian yang

dilakukan, rumusan-rumusan dalam penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian, dan yang terakhir sistematika dalam penulisan penelitian.

## **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Pada bagian bab ini, menginformasikan yang menjadi landasan teori dari pokok masalah yang akan diteliti, penelitian yang telah dilakukan terdahulu, hipotesis dari penelitian, dan yang terakhir kerangka dari penelitian ini.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bagian bab ini, menginformasikan metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian sendiri tersusun dari populasi dalam penelitian, sampel dalam penelitian, variabel dalam penelitian, uji instrumen penelitian, serta metode analisis data.

## **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian bab ini, menginformasikan tentang uraian serta penjabaran mengenai hasil yang didapatkan dari metode penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil pengukuran yang telah didapatkan.

## **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian bab ini, menginformasikan tentang kesimpulan yang didapatkan dan pembahasan dari hasil yang didapatkan, menjabarkan implikasi, beberapa keterbatasan atau kendala yang dialami dalam penelitian, serta saran yang diberikan penulis dalam melakukan penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 1.1. LANDASAN TEORI

##### 1.1.1. TEKNOLOGI KEUANGAN (*Financial technology*)

Suatu tindakan yang baru yang terfokus pada sektor teknologi keuangan dalam berbagai hal pada sistem operasi perusahaan merupakan *Financial Technology (Fintech)*. Terutama dalam pembahasan peningkatan kualitas dengan menggunakan teknologi informasi. *Financial Technology (Fintech)* adalah hasil dari gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengakibatkan berubahnya model bisnis dari konvensional menjadi modern (Bank Indonesia, 2018). *Fintech* telah memiliki dasar hukum penyelenggaraan dalam syarat pembayaran di Indonesia yang diatur pada peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital, serta Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik (Bank Indonesia, 2018).

*Fintech* banyak diperbincangkan dikarenakan *fintech* dapat mendorong pengembangan teknis, penghematan biaya, keinginan dalam inovasi dalam bisnis, serta mendorong permintaan yang diinginkan pelanggan. *Fintech* memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan informasi yang relevan secara cepat, mudah, dan efisien tanpa adanya batasan waktu ataupun lokasi (Eltin, 2019). Beberapa investasi utama dalam beberapa perusahaan-perusahaan keuangan kompetitif yaitu *fintech*,

hal tersebut menyebabkan defiance yang besar dalam perancangan serta adopsi teknologi tersebut (Gai, et al., 2018).

### **1.1.2. Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)**

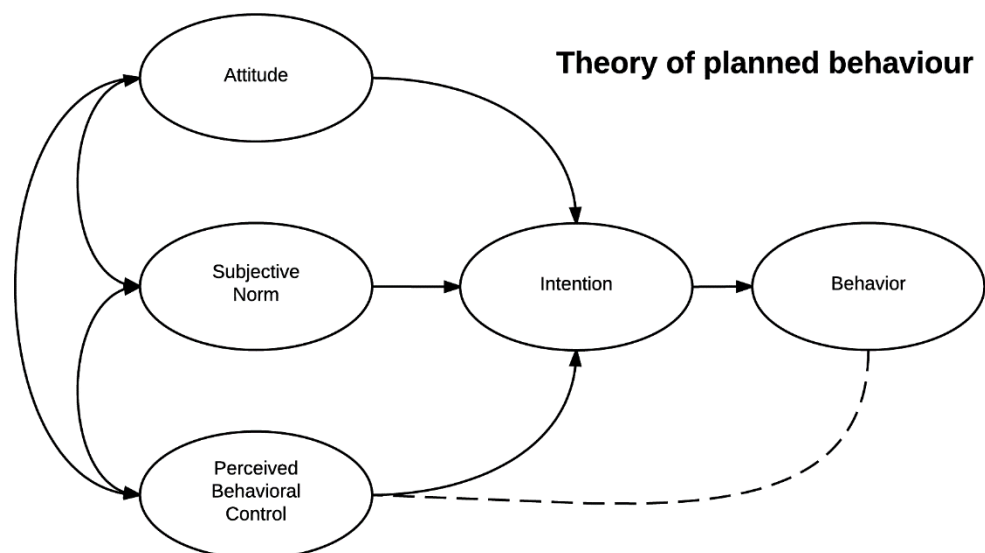
*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned of Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991). Ajzen (1991) dalam TPB menambahkan variabel yang tidak tersedia dalam TRA yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Tujuan penambahan variabel persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yaitu guna menginterpretasikan keterbatasan individu pada rangka melakukan perilaku tertentu, hal tersebut menjelaskan dilakukan atau tidaknya suatu perilaku tidak ditentukan oleh sikap dan norma subjektif saja, tetapi juga ditentukan persepsi individu atas kontrol yang dapat dilakukan yang berasal pada keyakinan dirinya terhadap kontrol keyakinan individu (*control beliefs*).

Dalam *The Theory of Planned behavior* (TPB) terdapat 3 Variabel Bebas, yaitu Sikap terhadap perilaku (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*). *Attitude* adalah sikap terhadap perilaku yang mengacu terhadap sejauh mana seseorang individu memiliki evaluasi atau penilaian yang disukai atau tidak disukai (Icek Ajzen, 1991), untuk *subjective Norm* adalah suatu persepsi individu terhadap pengaruh dari lingkungan yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991), dan *Perceived Behavioral Control* merupakan persepsi individu mengenai

mudah atau sulitnya di mana hal tersebut berupa sumber dan peluang yang disediakan untuk bagi konsumen yang akan menggunakan (Icek Ajzen, 1991).

Ajzen (1991) pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan perilaku individu dilakukan karena adanya niat dari individu tersebut untuk melakukan tindakan, niat tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu internal dan eksternal dari individu tersebut.

Rerangka Model *Theory of Planned Behavior* (TPB)



Sumber: (Icek Ajzen, 1991).

**Gambar 1.1 Kerangka Model Theory of Planned Behavior (TPB)**



### 1.1.3. Electronic Payment (Pembayaran Elektronik)

Dalam kehidupan sehari-hari penggunaan teknologi sangat akrab digunakan. Saat ini, pada sektor pembayaran memiliki metode yang dikenal dengan *e-payment*, metode ini bersifat elektronik. *E-payment* memiliki banyak keuntungan, antara lain dalam percepatan dalam proses melakukan transaksi. Selain itu, *e-payment* mendukung gerakan *green technology* yang bertujuan mengurangi konsumsi kertas. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi penggunaan serta minat individu dalam menggunakan *e-payment* yaitu persepsi kepercayaan, keuntungan, risiko, dan persepsi pendapatan. Faktor kepercayaan adalah hal terpenting dalam melaksanakan transaksi berbasis online, kepercayaan ini dianggap sebagai faktor penting pada transaksi antara penjual dan pembeli, yang bertujuan untuk kepuasan pelanggan dapat tercapai seperti yang diharapkan (Yousafzai, et al. 2003)

*E-payment* sendiri secara harfiah dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan dalam transaksi atau pembayaran non tunai dan biasanya dilakukan sebagai bagian dari suatu kegiatan *e-commerce*. Pengertian *e-payment* adalah proses transaksi pembayaran yang dilaksanakan dengan tidak menggunakan bentuk fisik atau kertas (Tella Adeyinka, 2012). *E-payment* kini semakin banyak digunakan di Indonesia. Kebanyakan masyarakat Indonesia saat ini menggunakan prinsip di mana tidak menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi atau biasa disebut dengan *cashless*. Tentunya dengan menggunakan *e-payment* sendiri sangat memudahkan pengguna dalam melakukan proses transaksi tanpa harus memikirkan jarak yang dapat mempersulit dalam melakukan transaksi. Menurut Sumenjeet (2009), pembayaran elektronik terbagi dalam empat kategori:

#### 1. Kartu kredit online (*Online Credit Card*)

Kartu kredit telah umum dilihat dan digunakan oleh masyarakat Indonesia. Namun, ada perbedaan antara kartu kredit online dan kartu kredit biasa, kartu kredit online tidak menawarkan kartu fisik, semua transaksi dilakukan secara online, dan hanya digital. Hal ini bertujuan mempermudah dari segi pengguna untuk melakukan berbagai transaksi yang akan dilakukan ataupun melakukan penundaan pembayaran secara *online*.

#### 2. Sistem cek elektronik (*Electronic cheque system*)

Umumnya sistem cek yang kita kenal adalah cek dalam bentuk fisik, atau kertas. Namun, dengan kemajuan waktu dan teknologi, terbentuklah cek dalam bentuk elektronik atau *electronic cheque system*. Pada dasarnya prinsip antara cek kertas dan cek elektronik adalah sama. Namun, perbedaan terletak pada saat melakukan entri data, nama, dan tanda tangan, pada *electronic cheque system* memungkinkan pengguna melakukan entri secara digital, di mana tanda tangan dipindai terlebih dahulu dan kemudian diubah menjadi tanda tangan digital.

#### 3. Uang Tunai Elektronik (*Electronic Cash*)

Pada penelitian Camenisch, et al. (2007) *electronic cash* menjadikan pengguna untuk menerima uang dari bank dan menggunakannya tanpa menggunakan identitas. *E-cash* sendiri adalah metode pembayaran untuk menerima sesuatu yang pengguna butuhkan secara elektronik.

#### 4. Kartu serbaguna (*Smart card*)

*Smart card* memiliki kemiripan dengan kartu elektronik lainnya. Ketika transaksi dilakukan, saldo dari pengguna secara otomatis dikurangi melalui mesin khusus. ATM serta *e-money* adalah contoh dari *smart card* yang telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

#### **1.1.4. E-Money**

Berdasarkan PBI Nomor 11/12/PBI/2009 yang membahas *electronic money*, *e-money* memiliki arti “alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan” (Bank Indonesia, 2018). Sejak tahun 2007, *e-money* telah digunakan sebagai metode dalam melakukan pembayaran di Indonesia. Dalam beberapa tahun belakangan, metode pembayaran *e-money* menciptakan beberapa inovasi. Pengguna dari *e-money* sendiri menawarkan berbagai keunggulan dan manfaat dalam hal kemudahan serta kecepatan dalam proses melakukan transaksi, tidak adanya pengembalian berbentuk fisik/barang, dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi dalam frekuensi tinggi tetapi bernilai rendah. *E-money* dapat dilihat sebagai dinamika dari perkembangan berkelanjutan, karena dampak yang ditimbulkan berpengaruh kecil terhadap kebiasaan individu (Miliyani, et al.,2013).

## 2.2. PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian Rahmatika & Fajar (2019) melakukan suatu pengujian tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat penggunaan *Electronic Money*. Penelitian tersebut dilakukan pada lingkungan Pendidikan yaitu Universitas Negeri Yogyakarta dengan menggunakan model Integrasi TAM-TPB. Responden pada penelitian ini sebanyak 260 responden, di mana responden merupakan mahasiswa dan mahasiswi aktif Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan konstruk dari Sikap (*Attitude*), Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, serta menambahkan konstruk persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan. Dari penelitian tersebut hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*, sementara untuk persepsi risiko, kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

Sebuah studi yang dilaksanakan Morasan & DeFranco (2016), yang menguji tentang minat pembayaran menggunakan suatu aplikasi yang digunakan oleh *customer*, penelitian tersebut dilakukan di Amerika Serikat menggunakan teori UTAUT2. Penelitian tersebut melibatkan 794 responden, yang merupakan pelanggan dari hotel di Amerika Serikat. Dalam studi ini konstruk yang digunakan mencakup *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations*, penggunaan *e-money*, serta *habit*. Dalam

penelitian ini *performance expectancy*, *hedonic motivations*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran hotel di Amerika Serikat. Selain itu, komponen lain tidak terbukti berpengaruh kepada minat dalam menggunakan aplikasi pembayaran hotel di Amerika Serikat.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Oliviera, et al (2016) model penelitian UTAUT2 merupakan model yang digunakan dalam studi ini, yang mengangkat topik tentang minat dalam menggunakan serta minat merekomendasikan sebuah aplikasi. Survey dilakukan pada negara Portugal, dan diikuti oleh 301 responden. Komponen yang pakai di dalam penelitian ini mencakup *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivations*, *price value*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan menambahkan beberapa konstruk yaitu *compatibility*, *innovations*, serta *perceptions of technology security*. Dari 9 konstruk penggunaan yang diuji, *performance expectancy*, *social influence*, *compatibility*, *innovations*, dan *perceptions of technology security* dinilai berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi tersebut. Selain itu, minat penggunaan aplikasi tidak ditunjukkan terhadap konstruk lainnya.

Studi yang telah dilaksanakan oleh Khalilzadeh, et al., (2017) di Amerika dengan memakai model penelitian UTAUT2, penelitian ini menggambarkan tentang minat dalam menggunakan *mobile payment* di pengguna yang menggunakan *smartphone* dan teratur mengunjungi restoran. Komponen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup *facilitating conditions*, *effort expectancy*, *performance expectancy*, *hedonic motivations*, *social influence*, serta menambahkan konstruk yaitu *self-efficacy*, *attitude*, *security*. Hasil dalam

penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk *social influence*, *performance expectancy*, dan *security* memengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi. Sedangkan dalam konstruk lain dinilai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi.

Studi terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Alalwana, et al. (2017) membahas topik penerimaan suatu teknologi *m-banking*. Responden studi ini berasal dari pengguna dari berbagai bank yang terletak di Jordan. Studi ini menggunakan 7 konstruk, *hedonic motivations*, *facilitating conditions*, *social influence*, *effort expectancy*, *performance expectancy*, dan *price value*, serta menambahkan konstruk *customer confidence*. Studi ini mendapatkan hasil bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *Facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *Customer confidence* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi. Namun, dalam konstruk *social influence* tidak berpengaruh kepada minat dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Studi lain yang telah dilaksanakan oleh Indrawati & Putri (2018) yang membahas topik minat dalam kembali menggunakan fitur *go-pay* yang terdapat di aplikasi Gojek yang terletak di Indonesia. Dalam penelitian ini mengangkat konstruk *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations*, orientasi dalam penghematan harga dan *habit*, dan menambahkan konstruk *confidence*. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah konstruk *social influence*, *hedonic motivations*, orientasi penghematan dalam harga dan *habit* berpengaruh positif kepada minat dalam kembali menggunakan aplikasi *go-pay*.

Selain itu, untuk konstruk lain mendapatkan hasil bahwa tidak berpengaruh secara positif terhadap minat dalam kembali menggunakan aplikasi *go-pay*

Pada studi terdahulu telah dilakukan Anggraini & Rachmawati (2019) yang mengangkat topik penerimaan pembayaran *mobile* aplikasi OVO. Penelitian ini melibatkan sebanyak 400 responden. Konstruk dalam penelitian menggunakan *effort expectancy*, *performance expectancy*, *facilitating conditions*, *social influence*, *hedonic motivations*, *price value*, *interest in use*, serta menambahkan konstruk *confidence*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa konstruk *facilitating conditions*, *social influence*, *hedonic motivations*, *price value*, *interest in use*, dan *confidence* berpengaruh positif terhadap penerimaan pembayaran *mobile* aplikasi OVO. Pada saat yang sama, *effort expectancy* dan *performance expectancy* tidak dianggap berdampak positif pada penerimaan aplikasi

## **2.3. HIPOTESIS PENELITIAN**

### **2.3.1. Pengaruh lingkungan sosial (*social influence*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Sebagai entitas sosial, manusia bergantung terhadap individu lain di dalam kehidupannya, termasuk saat pengambilan suatu keputusan. Lingkungan Sosial (*Social Influence*) dapat diartikan sebagai tingkat individu mengambil sebuah tindakan berdasarkan pengaruh yang berasal dari orang lain baik teman, keluarga, ataupun dari rekan kerja. Individu cenderung mendengarkan nasihat dari individu lain ketika akan mengambil suatu keputusan. Tentu saja, ketika individu menerima

teknologi baru, individu harus mempertimbangkan faktor kepercayaan untuk menggunakan teknologi baru tersebut. Informasi dan dorongan dari lingkungan sekitar individu berperan penting dalam memengaruhi pilihan yang diambil dalam menggunakan teknologi baru yang akan digunakan.

Studi terdahulu yang telah dilaksanakan Anggraini & Rachmawati (2019) mendapatkan hasil di mana konstruk *social influencing* membuktikan memiliki dampak yang positif kepada penerimaan sebuah teknologi. Hasil ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2000). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengaruh sosial (*Social Influencing*) perilaku individu dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta cara mereka percaya dengan individu lain untuk niat menggunakan suatu teknologi baru. Namun pada penelitian Alalwana, et al. (2017), mendapatkan hasil dalam penelitiannya, bahwa *social influence*, tidak berpengaruh kepada minat dalam menggunakan teknologi seperti *mobile banking*. Berdasarkan penjabaran serta perbedaan dari berbagai penelitian sebelumnya, maka peneliti mencoba menguji kembali konstruk ini dengan merumuskan hipotesis:

**H1: Lingkungan Sosial (*Social Influence*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Daerah DI Yogyakarta**

**2.3.2. Pengaruh fasilitas pendukung (*Facilitating conditions*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Terdapat banyak faktor yang perlu dipertimbangkan terlebih dahulu dalam mengambil suatu keputusan dalam menggunakan teknologi. Contohnya adalah dengan fasilitas pendukung yang dapat mendukung berjalannya operasi teknologi



tersebut, oleh karena saat pengguna mendapatkan masalah dalam penggunaan teknologi, penyedia dari layanan teknologi dapat menangani masalah tersebut dengan tepat. Faktor tersebut merupakan hal penting dalam pengaruh dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu teknologi baru. Dalam studi terdahulu yang telah dilakukan oleh Alalwana, et al. (2017), mendapatkan hasil dalam konstruk *facilitating condition* merupakan konstruk yang berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi baru. Selain itu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2012), mendapatkan hasil yang sama di mana *facilitating conditions* berpengaruh positif kepada minat dalam menggunakan suatu teknologi. Berlandaskan penjabaran di atas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah:

**H2: Fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta.**

### **2.3.3. Pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivations*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa DI Yogyakarta.**

Kegembiraan saat menggunakan suatu teknologi penting bagi penggunanya. Ketika pengguna memanfaatkan teknologi yang mereka gunakan, merasa merasakan suatu rasa puas. Kepuasan dan kegembiraan saat menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan ketertarikan pengguna yang menggunakannya. Sehingga rasa Bahagia saat menggunakan teknologi tersebut dapat meningkatkan penggunaan teknologi tersebut. Studi terdahulu yang dilakukan oleh Khalilzadeh, et al, (2017), menyatakan dalam penelitiannya di mana *hedonic motivations* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi

terhadap pelanggan restoran di Amerika Serikat. Hasil tersebut selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2012) di mana *hedonic motivations* berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan teknologi. Berdasarkan penjabaran yang dijelaskan maka hipotesis penelitian ini adalah:

**H3: Motivasi hedonis (*hedonic motivations*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

#### **2.3.4. Pengaruh biaya (*price value*) terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Saat individu ingin mendapatkan sesuatu, maka harus mengeluarkan suatu nilai agar mendapatkannya selain nilai yang dibawa oleh suatu teknologi, nilai yang harus dikeluarkan juga menjadi pertimbangan dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam hal ini, pengguna perlu mengevaluasi apakah manfaat yang mereka dapatkan sepadan dengan nilai yang pengguna keluarkan untuk teknologi. Jika pengguna sudah memiliki harga tersendiri pada suatu teknologi, pengguna tidak akan ragu dalam menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, *price value* terbukti berpengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan suatu teknologi (Indrawati & Putri, 2018). Studi terdahulu yang dilakukan oleh Alalwana, et al. (2017), *price value* terbukti berpengaruh secara positif terhadap minat dalam penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan penjabaran tersebut, maka hipotesis yang ada di penelitian ini adalah:

**H4: Biaya (*price value*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

### **2.3.5. Pengaruh minat penggunaan *e-money* terhadap kebiasaan (*habit*) pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

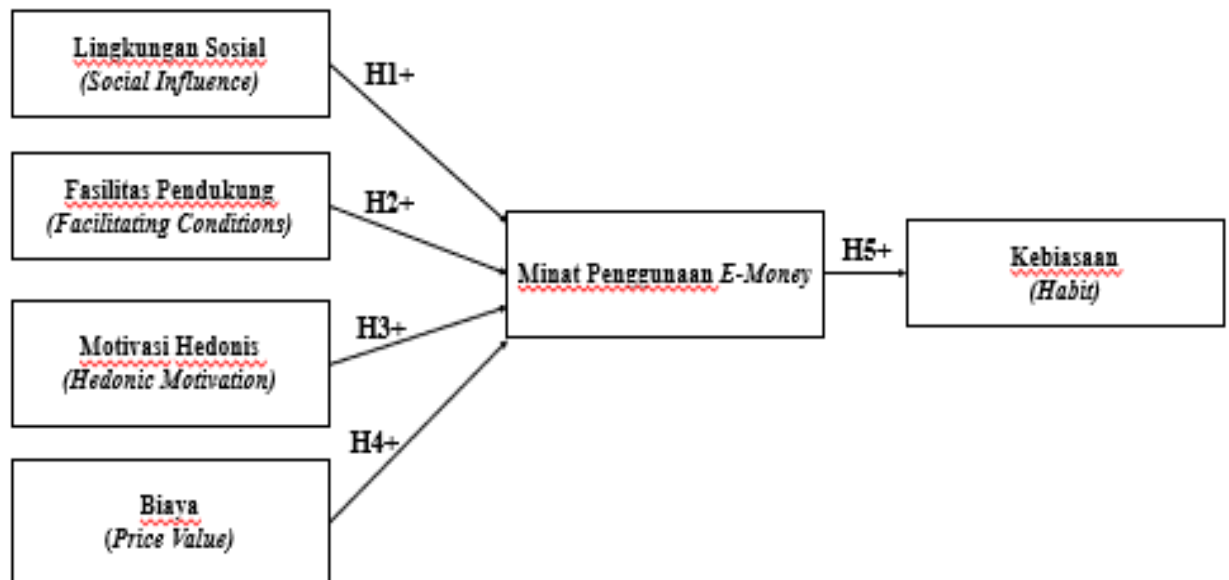
Pada penelitian Indrawati & Putri (2018), menyatakan bahwa kebiasaan (*habit*) adalah sejauh mana individu merumuskan rencana untuk terus menggunakan suatu tindakan di masa yang akan datang. Saat memakai teknologi baru, maka akan timbul suatu rasa untuk menggunakan Kembali teknologi tersebut, jika teknologi tersebut memberikan hasil yang memuaskan bagi penggunanya. Hal ini mengakibatkan pengguna terbiasa dalam menggunakan teknologi tersebut dan selanjutnya secara rutin memakai teknologi tersebut. Berdasarkan penjabaran tersebut, maka hipotesis yang ada di dalam penelitian ini adalah:

**H5: Minat penggunaan *e-money* berpengaruh positif terhadap kebiasaan (*habit*) pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

## 2.4. KERANGKA PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan rangka dasar dari penelitian yang telah dilakukan oleh Icek Ajzen (1991) dengan beberapa modifikasi. Model rangka penelitian tersebut yaitu:

Model dari kerangka penelitian



Gambar 1.2 Kerangka Penelitian

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

##### 3.1.1. Populasi dan Sampel.

Mahasiswa daerah DI Yogyakarta yang telah memakai *e-money* merupakan populasi yang ada di dalam penelitian ini. Dalam proses memperoleh sampel data yang diharapkan mewakili populasi, dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, model *purposive sampling* telah disesuaikan dengan kriteria tertentu yang bertujuan untuk hasil dari sampel sesuai dengan kebutuhan dari penelitian. Dijelaskan dalam "*Rules of Thumb for Selecting CB-SEM or PLS-SEM*" ukuran dari suatu sampel minimum PLS-SEM harus sama dengan yang lebih besar dari berikut ini: (1) 10 kali jumlah terbesar indikator formatif yang digunakan untuk mengukur satu konstruk atau (2) 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang diarahkan pada konstruk tidak terlihat (*Latent*) tertentu dalam model structural (Hair, et al. 2011). Berdasarkan hal tersebut maka perhitungan pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} N &= 5 \text{ Variabel} \times 10 \\ &= 50 \text{ Sampel.} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka minimal sampel data yang dibutuhkan sebanyak 50 sampel. Tetapi pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan 100

sampel guna menstabilkan pengolahan data serta meminimalisir adanya data yang *error* sehingga hasil tidak valid.

### **3.2. SUMBER DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA**

Data primer merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sampel penelitian dengan cara menggunakan teknik survey melalui kuesioner yang disebarakan secara *online*. Penggunaan kuesioner *online* dilakukan dengan memperhatikan efisiensi waktu dan protokol kesehatan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini bertujuan untuk mencapai hasil yang optimal bagi responden. Skala *likert* akan digunakan untuk penelitian dalam kuesioner *online*, yaitu skala penilaian yang mengukur pandangan, pemikiran atau sikap individu atau sekelompok individu dengan memberikan rangkaian nilai. Metrik yang dipakai untuk nilai pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner adalah skala likert, dengan skor 1-6, yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), dan 4 (agak setuju), 5 (setuju), 6 (sangat setuju), seperti dalam penelitian yang digunakan oleh Anggraini dan Rachmawati (2019).

### **3.3. VARIABEL PENELITIAN**

Dalam penelitian ini digunakan 3 jenis variabel yaitu variabel dependen, variabel intervening, dan variabel independen. Variabel kebiasaan (*habit*) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah lingkungan sosial (*social influence*), fasilitas penunjang (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dan biaya (*Price*

*Value*). Sedangkan variabel intervening dalam penelitian ini adalah minat penggunaan uang elektronik (*e-money*). Penjabaran variabel penelitian ini yaitu:

### **3.3.1. Variabel Independen**

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab yang memengaruhi dari perubahan atau timbulnya variabel dependen (Nikmatur Ridha, 2017). Pada penelitian ini terdapat 4 variabel independen yaitu lingkungan sosial (*social influence*), fasilitas penunjang (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dan biaya (*Price Value*).

#### **1. Lingkungan Sosial (*social influence*)**

Berdasarkan studi terdahulu yang telah dilaksanakan Venkatesh et al. (2000), mendapatkan hasil bahwa *social influence* adalah suatu tingkatan di mana lingkungan individu mampu mendorong individu dalam menggunakan suatu teknologi. Indikator yang terdapat dalam variabel ini yaitu, orang yang dianggap penting bagi individu mendorong dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*), orang yang memengaruhi sikap individu menganjurkan agar menggunakan (*e-money*), dan orang yang dianggap individu pendapatnya didengarkan menyarankan untuk menggunakan *e-money*. Pertanyaan mendapatkan modifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.

KODE    ITEM PERTANYAAN

LS1      Orang yang dianggap penting individu mendukung untuk menggunakan uang elektronik ( *e-money*) (Venkatesh et al. (2000))

- LS2 Orang yang dapat memengaruhi perilaku individu berpikir untuk harus menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Venkatesh et al. (2000))
- LS3 Orang yang pendapatnya dipertimbangkan individu menganjurkan menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Venkatesh et al. (2000))

## 2. Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Fasilitas pendukung (*Facilitating Conditions*) merupakan gambaran penggunaan terhadap dukungan serta fasilitas yang tersedia/disediakan oleh penyedia guna melakukan suatu aktivitas (Venkatesh, et al. 2012). Dalam variabel ini indikatornya adalah mempunyai sumber daya di dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*), mempunyai pengetahuan untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*), uang elektronik (*e-money*) sesuai dengan teknologi yang digunakan, dan mendapatkan dukungan bila memiliki kendala/kesulitan dengan uang elektronik (*e-money*). Pertanyaan mendapatkan modifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.

- | KODE | ITEM PERTANYAAN   |
|------|---|
| FC1  | Sumber daya (aplikasi) untuk menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))           |
| FC2  | Pengetahuan yang cukup untuk menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))           |
| FC3  | Uang elektronik ( <i>e-money</i> ) kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan (Venkatesh et al. (2000)) |



FC4 Dapat dengan mudah mendapatkan bantuan apabila mendapat kesulitan dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Venkatesh et al. (2000))

### 3. Motivasi Hedonis (*Hedonics motivations*)

Motivasi hedonis (*Hedonics motivations*) merupakan gambaran tingkat dari suatu rasa bahagia saat individu menggunakan suatu sistem teknologi baru (Venkatesh, etl. 2012). Dalam variabel ini indikatornya adalah rasa senang saat penggunaan uang elektronik (*e-money*), menikmati dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*), dan mendapatkan rasa terhibur dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*). Pertanyaan mendapatkan modifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.

KODE	ITEM PERTANYAAN
HM1	Merasa senang saat menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))
HM2	Menikmati menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))
HM3	Menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) sangat menghibur (Venkatesh et al. (2000))

#### 4. Biaya

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2012), menyatakan dalam penelitiannya bahwa nilai yang dinyatakan lebih tinggi dari harga pembelian, meningkatkan antusias pengguna ketika memilih suatu teknologi baru yang akan digunakan. Indikator variabel ini adalah *e-money* dapat menciptakan transaksi mendapatkan harga yang cenderung terjangkau, *e-money* pembuat uang memiliki nilai yang lebih baik, serta *e-money* mempunyai nilai yang bagus dalam harga pasar. Pertanyaan mendapatkan modifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.

KODE	ITEM PERTANYAAN
BY1	Uang elektronik ( <i>e-money</i> ) akan membuat transaksi memiliki harga yang terjangkau (Venkatesh et al. (2000))
BY2	Uang elektronik ( <i>e-money</i> ) akan membuat uang memiliki nilai yang baik (Venkatesh et al. (2000))
BY3	Pada harga saat ini, uang elektronik ( <i>e-money</i> ) memiliki nilai yang bagus (Venkatesh et al. (2000))

#### 3.3.2. Variabel Intervening

Secara teoritis variabel intervening adalah variabel yang memengaruhi antara variabel dependen dengan variabel independen, namun variabel intervening tidak dapat dinilai dan diamati. Variabel ini merupakan variabel yang terletak di antara variabel dependen dan variabel independen, yang mengakibatkan variabel

independen tidak secara langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Nikmatur Ridha, 2017). Dalam penelitian ini variabel intervening yang digunakan yaitu minat penggunaan *E-Money*. Seiring bertambahnya pengetahuan dan kemahiran dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*), yang menyebabkan penggunaannya dapat semakin bergantung kepada penggunaan uang elektronik (*e-money*) yang secara impulsive akan dilakukan di masa mendatang (Venkatesh et al, 2000). Dalam variabel ini indikator penelitiannya adalah niat menggunakan uang elektronik (*e-money*) pada masa mendatang, menggunakan uang elektronik (*e-money*) dalam kegiatan harian, dan akan menggunakan uang elektronik (*e-money*) pada masa mendatang. Minat penggunaan uang elektronik (*e-money*) merupakan variabel intervening dalam penelitian ini. Pertanyaan mendapatkan modifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan.

KODE	ITEM PERTANYAAN
------	-----------------

- |     |  |
|-----|--|
| PN1 | Berpikir untuk tetap menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) pada masa yang akan datang (Venkatesh et al. (2000)) |
| PN2 | Akan selalu menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) dalam kehidupan sehari-hari saya (Venkatesh et al. (2000))    |
| PN3 | Berencana akan tetap menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) pada masa yang akan datang (Venkatesh et al. (2000)) |

### 3.3.3. Variabel Dependen

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi karena keberadaan variabel independen (Nikmatur Ridha, 2017). Kebiasaan (*habit*) merupakan variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini. Kebiasaan (*habit*) merupakan suatu rasa kemauan untuk memakai suatu teknologi yang telah digunakan secara *continuously* (Venkatesh, et al. 2012). Indikator variabel ini adalah penggunaan uang elektronik (*e-money*) sudah menjadi sebuah kebiasaan, ketagihan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*). keharusan dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*), dan menggunakan uang elektronik (*e-money*) merupakan hal yang wajar.

KODE	ITEM PERTANYAAN
HB1	Menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) telah menjadi sebuah kebiasaan (Venkatesh et al. (2000))
HB2	Ada rasa ketagihan menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))
HB3	Merasa harus menggunakan elektronik ( <i>e-money</i> ) (Venkatesh et al. (2000))
HB4	Menggunakan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) sudah menjadi hal yang wajar (Venkatesh et al. (2000))

### **3.4. METODE ANALISIS DATA**

Metode yang dipakai dalam penelitian yang dilakukan yaitu penelitian kuantitatif. Pendekatan *Partial Least Square* Versi ke-3 yang akan digunakan dalam melakukan analisis, *Partial Least Square* Versi ke-3 merupakan salah satu bagian dari teknik *structural equation model* (SEM). PLS-SEM mempunyai kelebihan dalam uji antar rangkaian hubungan yang relatif lebih kompleks secara simultan, dan juga menilai hubungan antara konstruk. Selain hal itu, PLS-SEM memerlukan asumsi yang lebih kecil daripada model *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) (Latan & Ramli, 2014). Model pengukuran (*outer model*), serta model structural (*inner model*) merupakan 2 tahapan dari model analisis PLS (Imam Ghozali, 2006).

#### **3.4.1. Model pengukuran (Outer model)**

##### **3.4.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas sendiri dilakukan guna mengetahui penentuan masing-masing indikator dalam pengukuran variabel penelitian dan juga memahami korelasi masing-masing indikator dengan tiap konstraknya. Uji ini dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan uji validitas konvergen serta diskriminan. Dalam uji validitas konvergen, pengujian ini dapat dievaluasi dengan memeriksa nilai *loading factor* dari setiap konstruk. Nilai yang diasumsikan telah lulus uji validitas konvergen yaitu dengan hasil nilai *loading factor* lebih dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015).

##### **3.4.1.2. Uji Reliabilitas**

Tujuan dari pengujian ini adalah mengetahui keakuratan dan konsistensi pengukuran variabel dalam penelitian ini. *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* merupakan parameter yang digunakan untuk mengukur reliabilitas. Nilai uji reliabilitas yang memenuhi syarat sebesar 0,70 nilai *cronbach alpha* dan juga *composite reliability*, jikalau nilai yang didapatkan lebih dari 0,70 maka konstruk dapat dinyatakan reliabel serta telah lulus uji reliabilitas (Ghozali & Latan, 2015).

#### **3.4.2. Model struktural (Inner model)**

Dalam pengujian *inner model* proses yang dilakukan adalah data-data yang telah berhasil dari pengujian validitas serta uji reliabilitas dipakai untuk pengujian *inner model*. Mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat merupakan tujuan dari pengujian ini. Uji *Inner model* diuji dengan menghitung koefisien determinan (*R-Square*) serta *path coefficient*. *Coefficient determination* dipakai agar mengetahui kekuatan dari model yang digunakan dalam penelitian menggunakan *R-square*. *Goodness-fit* model digunakan untuk memperoleh *R-square*. Nilai *R-Square* itu sendiri (0.75, 0.50, 0.25) menjelaskan bahwa penelitian tergolong kuat (*strong*), sedang (*medium*) atau lemah (*weak*), dan untuk perhitungan *path coefficient* guna menentukan signifikansinya untuk menilai dampak antara konstruk (Hair, et al. 2011).

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini responden merupakan mahasiswa pada DI Yogyakarta yang pernah dan telah menggunakan transaksi berbentuk *e-money*. Dalam pengumpulan data, kuesioner dibagikan secara *online* oleh penulis. Berikut merupakan ringkasan dari pengumpulan data penelitian.

**Tabel 4 1 Hasil Pengumpulan Data**

KETERANGAN	JUMLAH	PERSENTASE
Total kuesioner yang telah diterima	122	100%
Total kuesioner yang tidak memenuhi syarat	6	4,9%
Total kuesioner yang memenuhi syarat	116	95,1%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2022

Dalam penelitian ini, jumlah kuesioner yang diterima berjumlah 122 kuesioner (100%). Namun ada 6 kuesioner (4,9%) yang tidak memenuhi syarat, hal itu dapat disebabkan karena responden bukan merupakan mahasiswa daerah DI Yogyakarta atau belum pernah memakai *e-money*. Maka total kuesioner yang dapat digunakan untuk diolah dan dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 116 (95,1%) kuesioner.

## 4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Dalam penelitian ini karakteristik responden menjelaskan tentang profil dari responden yang telah menggunakan e-money. Karakteristik pada responden sendiri dibagi menjadi jenis kelamin, mahasiswa DI Yogyakarta, dan pernah menggunakan e-money sebelumnya.

### 4.2.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Perempuan	53	45,7%
Laki-Laki	63	54,3%



Jumlah	116	100%
--------	-----	------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.2.1, dari total jumlah responden 116 (100%), responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 (45,7%), dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 63 (54,3%). Dalam penelitian ini dapat dilihat jumlah total dari responden laki-laki lebih besar sebanyak 8.6% daripada jumlah responden perempuan. Maka, pada penelitian ini pengguna *e-money* laki-laki lebih besar dibandingkan dengan perempuan.

#### 4.3. Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini, penulis menguji hipotesis dengan memakai *partial least square* (PLS). PLS ialah metode analisis alternatif yang menggunakan model analisis *structural equation modelling* (SEM) di mana berbasis *variance*. Tahapan yang dilakukan dalam pengujian menggunakan PLS adalah sebagai berikut:

##### 4.3.1. Uji Validitas

Memastikan bahwa item dari pertanyaan yang diajukan benar-benar dipahami dan dimengerti oleh pada responden merupakan tujuan dari pengujian validitas. Hubungan antara masing-masing *loading factor* ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4 3 Outer Loadings**

VARIABEL	KODE ITEM	LOADING FACTOR
Biaya (BY)	BY1	0.767
	BY2	0.811
	BY3	0.839
Fasilitas Pendukung ( <i>Facilitating Conditions</i> ) (FC)	FC1	0,795
	FC2	0,703
	FC3	0,852
	FC4	0,773
Lingkungan Sosial ( <i>Social Influence</i> ) (LS)	LS1	0,803
	LS2	0,837
	LS3	0,853
Kebiasaan ( <i>Habit</i> ) (HB)	HB1	0,839

	HB2	0,819
	HB3	0,871
	HB4	0,767
Motivasi Hedonis ( <i>Hedonics Motivations</i> ) (HM)	HM1	0,846
	HM2	0,769
	HM3	0,758
Minat Penggunaan E-Money (PN)	PN1	0,813
	PN2	0,813
	PN3	0,875

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2022

Pada tabel 4.3 menggambarkan bahwa semua nilai item pertanyaan dan *loading factor* mendapatkan nilai  $> 0,5$ . Hal ini menyatakan bahwa setiap item pertanyaan dari keseluruhan variabel penelitian ini memiliki kemampuan yang baik untuk menjelaskan konstruk.

### 4.3.2. Uji Reliabilitas

Pada pengujian ini menampilkan total nilai *composite reliability* gabungan dari konstruk. Hal ini dimaksud untuk mengukur akurasi dan konsistensi konfigurasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali & Lathan, 2015), *composite reliability* layak atau memuaskan jika nilai yang diperoleh di atas 0,7. *Composite reliability* dari konstruk penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4 Uji reliabilitas**

KONSTRUK	COMPOSITE RELIABILITY	CRONBACH'S ALPHA	KRITERIA	KET.
Biaya	0.848	0.730	0.7	Reliabel
Fasilitas Pendukung ( <i>Facilitating Conditions</i> )	0.863	0.791	0.7	Reliabel
Kebiasaan ( <i>Habit</i> )	0.895	0.845	0.7	Reliabel
Lingkungan Sosial ( <i>Social Influence</i> )	0.870	0.776	0.7	Reliabel

Motivasi Hedonis ( <i>Hedonics Motivations</i> )	0.834	0.702	0.7	Reliabel
Minat Penggunaan <i>E-money</i>	0.873	0.781	0.7	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2022

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan konstruk reliabel, hal tersebut dikarenakan nilai dari *composite reliability* dari semua konstruk bernilai > 0,7.

#### 4.3.3. Hasil uji model struktural (Inner model)

Untuk menguji model struktural, hasilnya dapat ditentukan dengan memakai nilai dari *R-square (goodness-fit model)*. Adanya pengaruh antara konstruk penelitian tersebut, nilai dari *path coefficient* dapat diketahui dari tingkat signifikansi pengaruh antar konstruk penelitian.

##### 4.3.3.1. Goodness-fit Model

**Tabel 4.5 R-Square**

Konstruk	R Square
----------	----------

Kebiasaan ( <i>habit</i> )	0,476
Minat penggunaan <i>e-money</i>	0.663

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2022

Nilai dari *R-Square* untuk variabel penggunaan *e-money* adalah 0,663. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations*, dan biaya terhadap penggunaan *e-money* adalah 66,3%, dan untuk nilai *R-Square* variabel *habit* adalah 0,476. Dari hasil tersebut dapat menyatakan bahwa pengaruh dari variabel penggunaan *e-money* terhadap *habit* sebesar 47,6%

#### 4.3.3.2. Pengujian hipotesis dan pembahasan

Dalam uji hipotesis bertujuan untuk menguji akibat antara hubungan tiap variabel. Dengan melihat tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel dapat diketahui hasil dari pengolahan data, pada tabel di bawah:

**Tabel 4.6 Hasil Path Coefficients**

HIPOTESIS	ORIGINAL SAMPLE (O)	T STATISTICS ( O/STDEV )	KETERANGAN
-----------	------------------------	-----------------------------	------------

Lingkungan Sosial ( <i>Social Influence</i> ) -> Minat Penggunaan E-Money	0.306	4.153	Didukung
Fasilitas Pendukung ( <i>Facilitating Conditions</i> ) -> Minat Penggunaan E-Money	0.239	3.517	Didukung
Motivasi Hedonis ( <i>Hedonics Motivations</i> ) - > Minat Penggunaan E-Money	0.282	3.298	Didukung
Biaya -> Minat Penggunaan E-Money	0.213	2.756	Didukung
Penggunaan E-Money-> Minat Kebiasaan ( <i>Habit</i> )	0.690	15.783	Didukung

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2022

**1. H1: Lingkungan sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh *t-statistics* sebesar 4,153 yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh secara positif kepada minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money* di daerah DI Yogyakarta, dikarenakan nilai *t-statistic* lebih besar dari *t-tabel* yaitu 4,153 berbanding dengan 1,96. Hasil dari data yang didapatkan dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel bersifat satu arah, yang artinya dampak dari lingkungan sosial (*social influence*) memengaruhi minat individu dalam menggunakan *e-money*. Hipotesis dari lingkungan sosial (*social influence*) berdampak positif kepada minat penggunaan *e-money* diterima (hipotesis 1 didukung).

Lingkungan sosial (*social influence*) yang baik dapat memengaruhi individu untuk mengambil sebuah keputusan. Dari hasil yang telah didapatkan, hasil penelitian sejalan dengan pernyataan penelitian terdahulu yang dilakukan (Venkatesh et al, 2012) menyatakan bahwa lingkungan sosial (*social influence*) berpengaruh secara positif kepada minat pemakaian suatu teknologi.

**2. H2: Fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Dari hasil pengujian yang dilakukan diketahui nilai *t-statistics* sebesar 3,517 lebih besar dari *t-table* 1,96, sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh positif kepada minat penggunaan *e-money*.



Dari hasil yang didapatkan maka hipotesis 2 diterima, yang menyatakan *facilitating conditions* secara positif berpengaruh kepada minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta (Hipotesis 2 Diterima).

Adanya fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) yang dapat digunakan oleh pengguna teknologi dapat meningkatkan dan mendorong untuk menggunakan suatu teknologi hal itu dikarenakan ketika mereka mengalami suatu kendala dalam penggunaan teknologi, pengembang dapat mengatasi dan menyelesaikan kendala tersebut. Hal ini selaras dengan studi terdahulu yang telah dilakukan oleh (Alawan et al, 2017) yang dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *facilitating conditions* berpengaruh secara positif kepada minat penggunaan teknologi.

### **3. H3: Motivasi hedonis (*hedonic motivations*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai *t-statistics* sebesar 3,298 lebih besar dari *t-tabel* yang bernilai 1,96 yang menunjukkan bahwa *hedonic motivations* berpengaruh positif kepada minat dalam penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta. (Hipotesis 3 didukung)

Ketika pengguna teknologi memanfaatkan kelebihan dari teknologi yang mereka gunakan, maka akan timbul perasaan kepuasan. Kepuasan yang muncul saat memakai suatu teknologi dapat meningkatkan ketertarikan pengguna untuk kembali menggunakan teknologi yang digunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Khalizadeh et al, 2017) bahwa *hedonic motivations* berdampak positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

#### **4. H4: Biaya berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

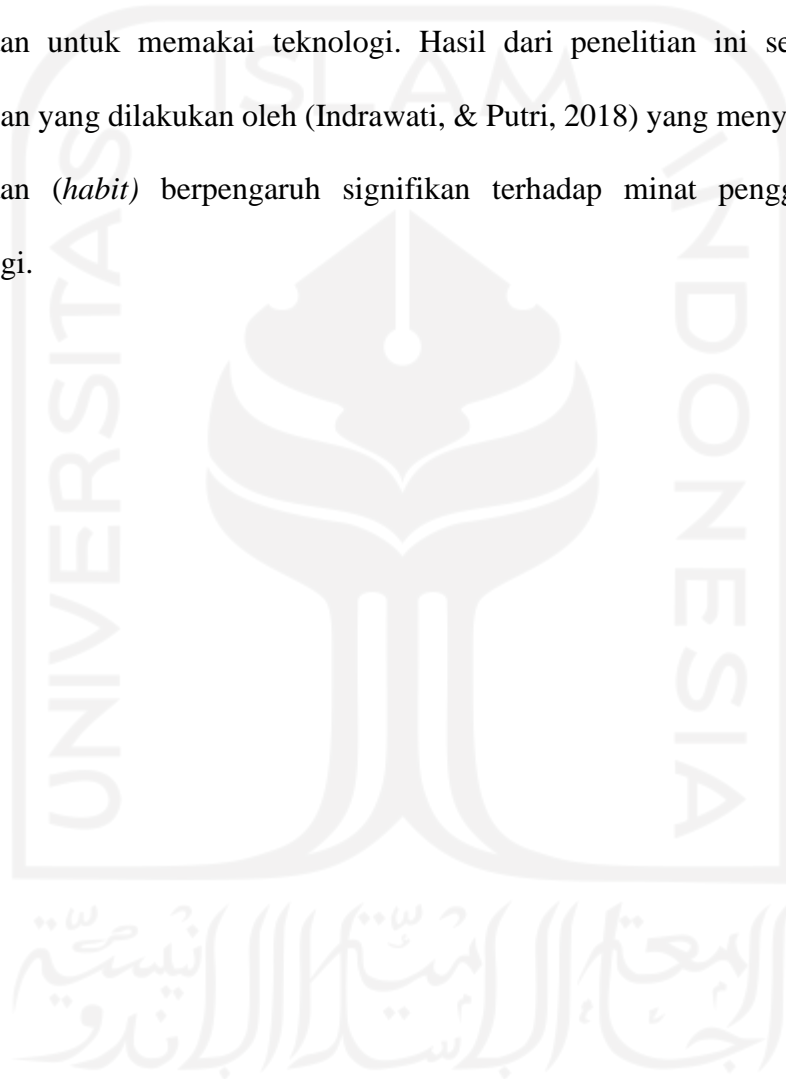
Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan diperoleh nilai *t-statistics* sebesar 2,576 lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta. (Hipotesis 4 didukung)

Jika seseorang ingin mendapatkan sesuatu, maka harus menukarkan suatu nilai untuk mendapatkannya. Selain dari nilai perolehan dari suatu teknologi, nilai dari suatu yang ditukar atau dikorbankan menjadi suatu pertimbangan dalam memilih menggunakan suatu teknologi. Dalam hal ini pengguna perlu mengevaluasi apakah keuntungan yang diperoleh lebih besar atau setara biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan dengan menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini selaras dengan studi terdahulu yang telah dilakukan (Indrawati & putri, 2018) yang mendapatkan hasil bahwa biaya berpengaruh positif ke minat dalam menggunakan suatu teknologi.

#### **5. H5: Minat penggunaan *e-money* berpengaruh positif terhadap kebiasaan (*habit*) pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai *t-statistics* sebesar 15,783 lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96 yang menunjukkan bahwa minat dalam penggunaan *e-money* berdampak secara positif kepada kebiasaan (*habit*). Sehingga hipotesis minat dalam menggunakan *e-money* berpengaruh secara positif kepada kebiasaan (*habit*) pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta (Hipotesis 5 didukung)

Kebiasaan adalah sejauh mana individu cenderung rutin menggunakan suatu teknologi rutin, kebiasaan dalam penggunaan teknologi dapat tercapai ketika pengguna dari suatu teknologi yang baru merasa kepuasan. Hal ini memungkinkan pengguna terbiasa dalam memakai teknologi dan membuat pengguna memiliki kebiasaan untuk memakai teknologi. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indrawati, & Putri, 2018) yang menyatakan bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis dari data yang dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel lingkungan sosial (*social influence*) dan minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa DI Yogyakarta memiliki hubungan positif.
2. Variabel fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) dan minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta memiliki hubungan positif.
3. Variabel motivasi hedonis (*hedonic motivations*) dan minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta memiliki hubungan positif.
4. Variabel biaya dan minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta memiliki hubungan positif.
5. Variabel minat penggunaan *e-money* dan kebiasaan (*habit*) pada mahasiswa daerah DI Yogyakarta memiliki hubungan positif.

#### 5.2. KETERBATASAN PENELITIAN

Selama proses dalam melaksanakan penelitian, peneliti menyadari bahwa terdapat kesulitan dan keterbatasan dalam melakukan proses selama penelitian, hal

ini dapat memengaruhi hasil yang didapatkan dalam penelitian ini. Keterbatasan yang penulis rasakan selama proses penelitian adalah:

1. Pada proses saat pengumpulan data memakai media kuesioner berbentuk *online*, yang dibagikan secara langsung kepada responden. Sikap dari responden yang tidak jujur atau tidak serius saat menanggapi item-item pertanyaan kuesioner dapat membuat hasil pengumpulan data menjadi bias, sehingga tidak menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi.
2. keterbatasan kemampuan peneliti dalam proses melakukan penelitian, baik dari segi waktu maupun pengetahuan.

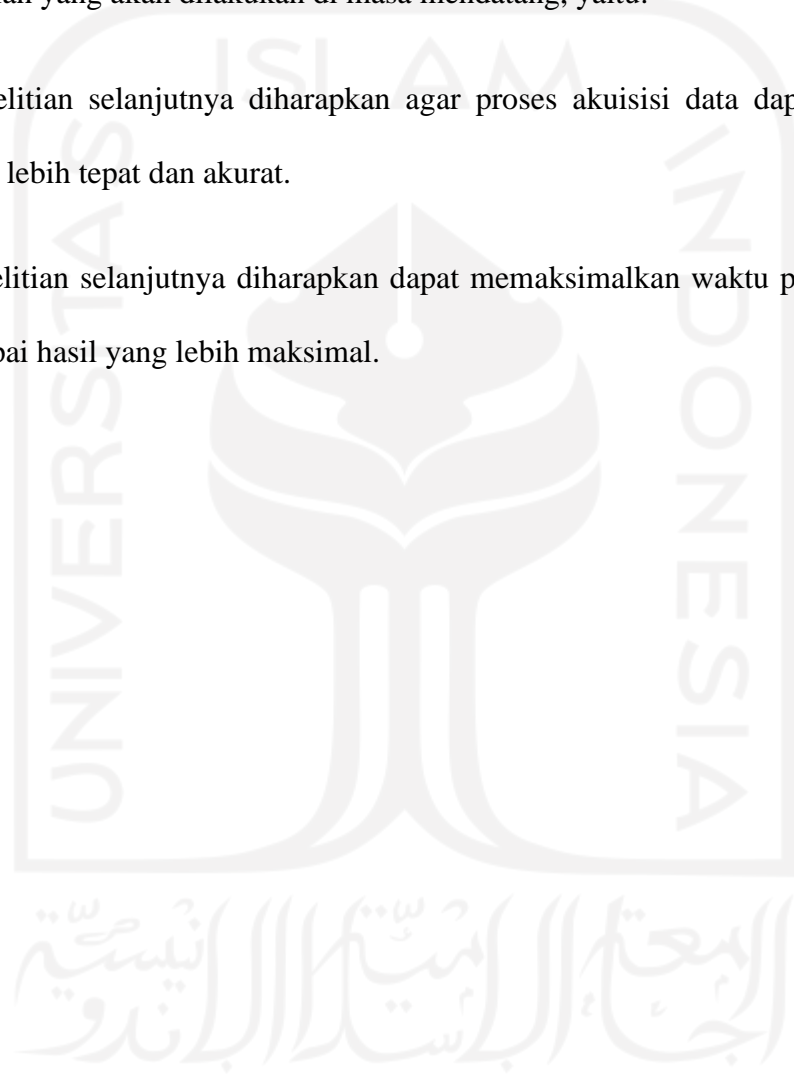
### **5.3. IMPLIKASI PENELITIAN**

Melalui penelitian yang telah dilaksanakan yaitu tentang analisis determinan minat penggunaan *e-money*, fasilitas pendukung (*facilitating conditions*), lingkungan sosial (*social influence*), motivasi hedonis (*hedonic motivations*), biaya berpengaruh secara positif kepada minat dalam menggunakan *e-money*, serta minat dalam pemakaian *e-money* berdampak positif kepada kebiasaan (*habit*). Maka dari itu untuk kedepannya faktor-faktor tersebut perlu terus ditingkatkan agar menjadi suatu daya Tarik bagi pengguna untuk menggunakan suatu teknologi.

#### **5.4. SARAN**

Berlandaskan hasil yang didapatkan, kesimpulan, dan juga keterbatasan yang dialami selama dalam penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan agar proses akuisisi data dapat dilakukan dengan lebih tepat dan akurat.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memaksimalkan waktu penelitian dan mencapai hasil yang lebih maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Al-Lozi, E., Al-Hujran, O., & Al-Debei, M. M. (2014). Get Ready to Mobile Learning: Examining Factors Affecting College Students' Behavioral Intentions to Use M-Learning in Saudi Arabia = الاستعداد للتعليم الإلكتروني باستخدام الأجهزة النقالة: العوامل المؤثرة في نية طلاب الجامعات لاستخدام التعلم الإلكتروني ف *Jordan Journal of Business Administration*, 10(1), 111–128. <https://doi.org/10.12816/0026186>
- Anggraini, E. L., & Rachmawati, I. (2019). Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia). *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(3), 168–175. [www.ijrsred.com](http://www.ijrsred.com)

Anil Gupta, Nikita Dogra, B. G. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1).

Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi/Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta, 2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/statictable/2020/08/05/141/jumlah-perguruan-tinggi-1-mahasiswa-2-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-set-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-pr>

Bank Indonesia. (2018). *Mengenal Financial Teknologi*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>

Bank Indonesia. (2020). *Jumlah Uang Elektronik Beredar*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah Uang Elektronik.aspx>

Bank Indonesia. (2021). *Statistik uang elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>

Camenisch, J., Lysyanskaya, A., & Meyerovich, M. (2007). *Endorsed E-Cash*.



- Eltin, G. Q. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*. 1–2.
- Eltin, G. Q. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*. 1–2.
- Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103(March 2017), 262–273. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>
- Ghozali, I. (2006). *Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Giri, R. R. W., Apriliani, D., & Sofia, A. (2019). *Behavioral Intention Analysis on E-Money Services in Indonesia: Using the modified UTAUT model*. 65(Icebef 2018), 73–76. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.17>
- Hana, C., & Kusumawati, Y. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money. *Seminar Nasional Kahuripan*.

<https://conference.kahuripan.ac.id/index.php/SNapan/article/view/9%0Ahttps://conference.kahuripan.ac.id/index.php/SNapan/article/download/9/8>

- Heny Kurnianingsih, T. M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209.  
<https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Hung, D. N., Tham, J., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. A. (2019). An Empirical Analysis of Perceived Transaction Convenience, Performance Expectancy, Effort Expectancy and Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users. *International Journal of Marketing Studies*, 11(4), 77.  
<https://doi.org/10.5539/ijms.v11n4p77>
- Hutomo, B. S., & Slamet, M. R. (2019). *The Effect of Usefulness, Ease of Use, Credibility, Social Environment and Supporting Facilities on Millennial Generation Interest Using E-Money*. 377(Icaess), 57–60.  
<https://doi.org/10.2991/icaess-19.2019.11>
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018, May*, 167–173.  
<https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>

- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 303–315.  
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/9411/pdf>
- Jan Camenisch, Anna Lysyanskaya, M. M. (2007). *Endorsed E-Cash*. *IEEE Symposium on Security and Privacy*, 07(0-7695-2848-1).
- Joe F.Hair, Christian M. Ringle, M. S. (2011). *PLS-SEM: Indeed a silver bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, 70(2017), 460–474.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.001>
- Latan, H., & Ramli, N. A. (2014). *The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses (PLS-SEM)*. *SSRN Electronic Journal*, 1–35.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2364191>
- Luthans, F. (2005). Organizational Behavior. In *Hospital Administration*.  
[https://doi.org/10.5005/jp/books/10358\\_23](https://doi.org/10.5005/jp/books/10358_23)

- Maiti, & Bidinger. (1981). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust Author: Roger C . Mayer, James H. Davis and F. David Schoorman Published by: Academy of Management Stable URL: <http://www.jstor.com/stable/258792> REFERENCES Linked references are available on JSTOR f. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mcknight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). *Initial Trust Formation in New Organizational Relationships* Author: D.Harrison McKnight, Larry L. Cummings and Norman L. Chervany Published by: Academy of Management Stable URL: <http://www.jstor.com/stable/259290> REFERENCES Linked references. 23(3), 473–490.
- Miliani, L., & M. T. D. I. (2013). Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review*, 5(7), 369–378. <https://doi.org/10.22610/imbr.v5i7.1064>
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It’s about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers’ intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>

- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Niat Penggunaan *E-Commerce XYZ* Menggunakan model UTAUT (*Unified Theory Acceptance And Use of Technology*): *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593.
- Nadia Chotimatuz Zuhro, Siti Saroh, D. Z. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money. *Jlagabi*, 10(2), 284–293.
- Nasir, M. (2013). *Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT*. 12, 36–40.
- Neda Popovska-Kamnar, Ms. (2014). *The Use of Electronic Money and Its Impact on Policy*. *Journal of Contemporary Economic and Business Issues*, 1(2), 79–92.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>

- Putri, A. N. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Risiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Riyadi, R. A. H. and S. (2013). *Analisis the Effect of Performance Effort Expectancy, Social influence, Facilitating Conditions and Perceived Trust on the Interest User of Bank's Electronic Money Services (E-Money) in Indonesia*. 103–104. [http://www.ppml.url.tw/EPPM/conferences/2013/download/SESSION4/4-1\\_Understanding the Adoption of Mobile Banking Services\\_ An Empirical Study.pdf](http://www.ppml.url.tw/EPPM/conferences/2013/download/SESSION4/4-1_Understanding the Adoption of Mobile Banking Services_ An Empirical Study.pdf)
- Roca, J. C., García, J. J., & de la Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. *Information Management and Computer Security*, 17(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/09685220910963983>
- Stickel, E., & Woda, K. (2005). Electronic Money. *E-Finance*, 831–860. [https://doi.org/10.1007/978-3-663-01575-8\\_34](https://doi.org/10.1007/978-3-663-01575-8_34)
- Sumanjeet. (2009). *Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. 1st South Central Asian Himalayas Regional*

*IEEE/IFIP International Conference on Internet, AH-ICI 2009*, 2(2), 17–36.

<https://doi.org/10.1109/AHICI.2009.5340318>

Tella, A. (2012). *Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective*. *International Journal of E-Adoption*, 4(3), 15–38.

<https://doi.org/10.4018/jea.2012070102>

Ula Rahmatika, M. A. F. (2019). Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.

<https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>

Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV (2), 29–41.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *Quarterly*. 27(3), 425–478.

Worldometers. (2021). *Indonesia Population*.

<https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860.  
[https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130)





## LAMPIRAN 1

### LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

#### KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR

#### DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA

#### MAHASISWA DI YOGYAKARTA

---

*Assalamualaikum, wr.wb.*

Perkenalkan, Saya Muhammad Sulaiman Mustaqim Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia 2017, pada saat ini sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir yang berjudul, "DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA" Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu responden yang merupakan mahasiswa DI Yogyakarta yang pernah menggunakan E-money.

Sehubungan dengan maksud di atas, saya mengharapkan bantuan saudara untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang telah dimiliki. Kuesioner ini dirancang sedemikian rupa agar tidak ada seorangpun yang dapat menelusuri sumber informasinya. Oleh karena itu

saudara di harapkan dapat memberikan jawaban dengan sejujurnya sesuai dengan kondisi yang berdasarakan kenyataan pada diri saudara.

Atas perhatian dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Hormat saya,

Muhammad Sulaiman Mustaqim.



## IDENTITAS RESPONDEN

Dimohon dengan hormat Saudara untuk mengisi identitas secara lengkap (kecuali untuk nama boleh tidak diisi ataupun disamarkan). Setiap pertanyaan diharapkan hanya ada satu jawaban untuk menjamin validitas data.

Nama:

Jenis Kelamin:

Apakah anda mahasiswa DI Yogyakarta?

Ya

Tidak

Apakah anda pernah menggunakan E-money?

Ya

Tidak

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan seksama.
2. Isilah dengan jujur sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri anda.
3. Berilah tanda check list pada jawaban yang anda anggap benar di kolom yang telah disediakan.
4. Kuesioner ini dapat digunakan secara optimal bila seluruh pertanyaan terjawab, mohon diteliti kembali

Keterangan skala pendapat:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

ATS : Agak Tidak Setuju (3)

AS : Agak Setuju (4)

S : Setuju (5)

SS : Sangat Setuju (6)

Lingkungan Sosial (*Social Influence*)

Orang orang yang penting bagi saya mendukung saya menggunakan uang e-money

1 2 3 4 5 6

Orang orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan e-money

1 2 3 4 5 6

Orang orang yang pendapatnya saya pertimbangkan menganjurkan saya menggunakan e-money

1 2 3 4 5 6



Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Saya memiliki sumber daya (aplikasi) untuk menggunakan e-money

1 2 3 4 5 6

Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan e-money

1 2 3 4 5 6

e-money kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan

1 2 3 4 5 6

Saya dapat dengan mudah mendapatkan bantuan apabila mendapat kesulitan dalam menggunakan e-money

1 2 3 4 5 6

Motivasi Hedonis (*Hedonics motivations*)

Saya merasa senang saat menggunakan e-money

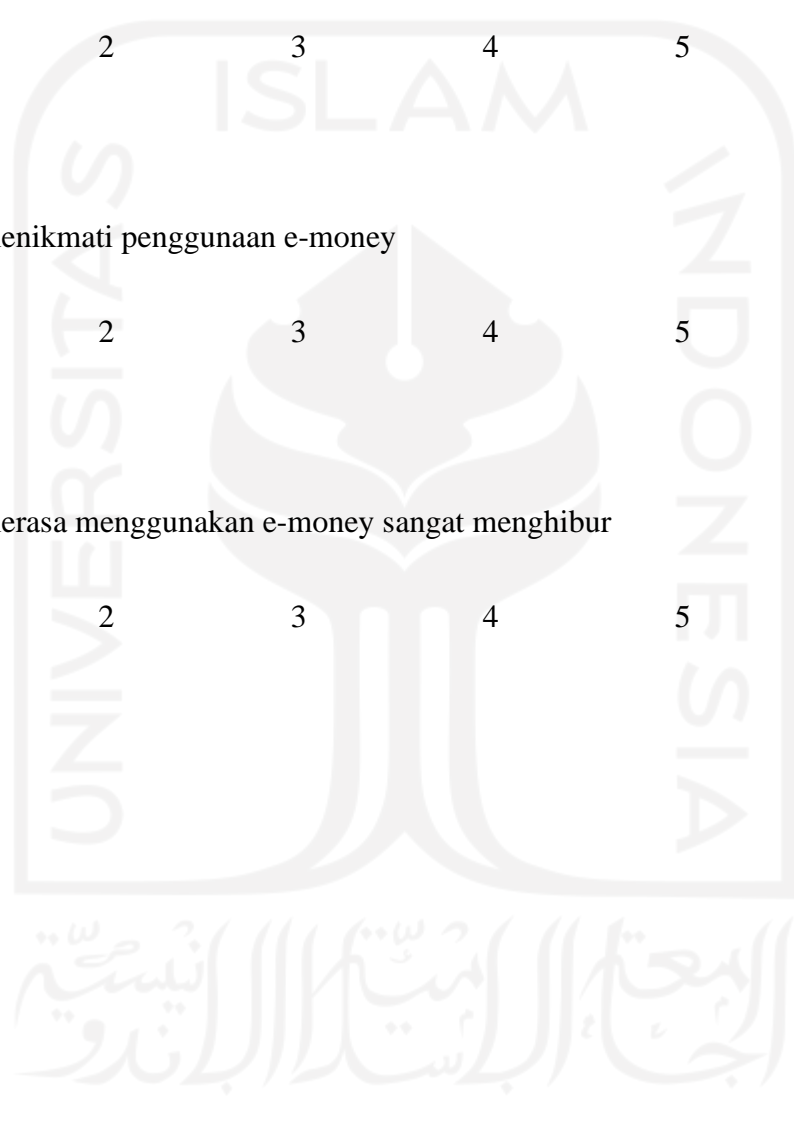
1 2 3 4 5 6

Saya menikmati penggunaan e-money

1 2 3 4 5 6

Saya merasa menggunakan e-money sangat menghibur

1 2 3 4 5 6



Biaya

Menurut saya e-money akan membuat transaksi memiliki harga yang terjangkau

1 2 3 4 5 6

Menurut saya e-money akan membuat uang memiliki nilai yang baik

1 2 3 4 5 6

Pada harga pasaran saat ini, e-money memiliki nilai yang bagus

1 2 3 4 5 6

الجمعة الإسلامية  
الاستاذة الاندو



Minat Penggunaan e-money

Saya berniat untuk tetap menggunakan e-money pada masa yang akan datang

1 2 3 4 5 6

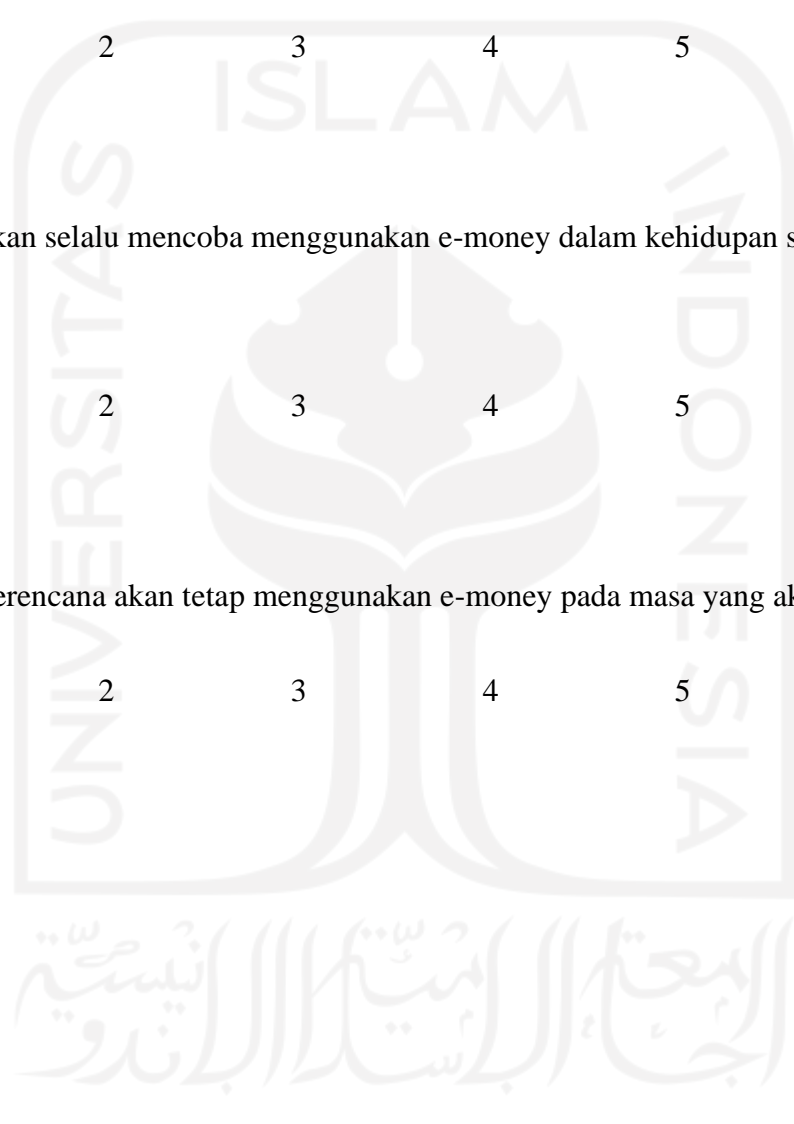
Saya akan selalu mencoba menggunakan e-money dalam kehidupan sehari hari

saya

1 2 3 4 5 6

Saya berencana akan tetap menggunakan e-money pada masa yang akan datang

1 2 3 4 5 6



Kebiasaan (*habit*)

Menggunakan e-money telah menjadi sebuah kebiasaan bagi saya

1                      2                      3                      4                      5                      6

Saya ketagihan menggunakan e-money

1                      2                      3                      4                      5                      6

Saya merasa harus menggunakan e-money

1                      2                      3                      4                      5                      6

Menggunakan e-money sudah menjadi hal yang wajar bagi saya

1                      2                      3                      4                      5                      6

Terimakasih atas partisipasinya.

## LAMPIRAN 2

### DATA KUESIONER YANG DITERIMA

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang memenuhi syarat	116
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	6
<b>TOTAL KUESIONER YANG DITERIMA</b>	<b>122</b>

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
الجامعة الإسلامية في إندونيسيا

### LAMPIRAN 3

#### TABULASI DATA

LS1	LS2	LS3	FC1	FC2	FC3	FC4	HM1	HM2	HM3
5	5	5	5	5	5	6	5	5	5
6	6	5	6	5	4	6	4	6	5
4	4	5	5	5	6	6	6	6	4
3	3	3	6	6	5	4	3	4	4
5	6	5	5	5	5	6	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	6	6	6	5	4	5	4
3	3	3	5	5	5	5	6	6	6
6	5	5	6	4	4	4	6	4	5
5	4	4	6	5	5	4	5	5	4
6	5	6	6	5	6	6	6	5	6
5	5	5	6	5	6	6	3	5	3
5	5	6	6	6	6	5	6	6	5
5	5	5	5	5	6	6	5	5	4
3	4	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	6	6	5	6	6	6	6

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

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

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

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



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

BY1	BY2	BY3	HB1	HB2	HB3	HB4	PN1	PN2	PN3
5	5	5	4	4	4	6	6	5	5
5	5	5	4	4	4	3	6	4	5
6	4	6	6	6	4	6	6	5	6
5	3	3	3	2	1	3	4	3	5
5	4	5	6	5	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	6	4	4	6	6	4	5

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

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

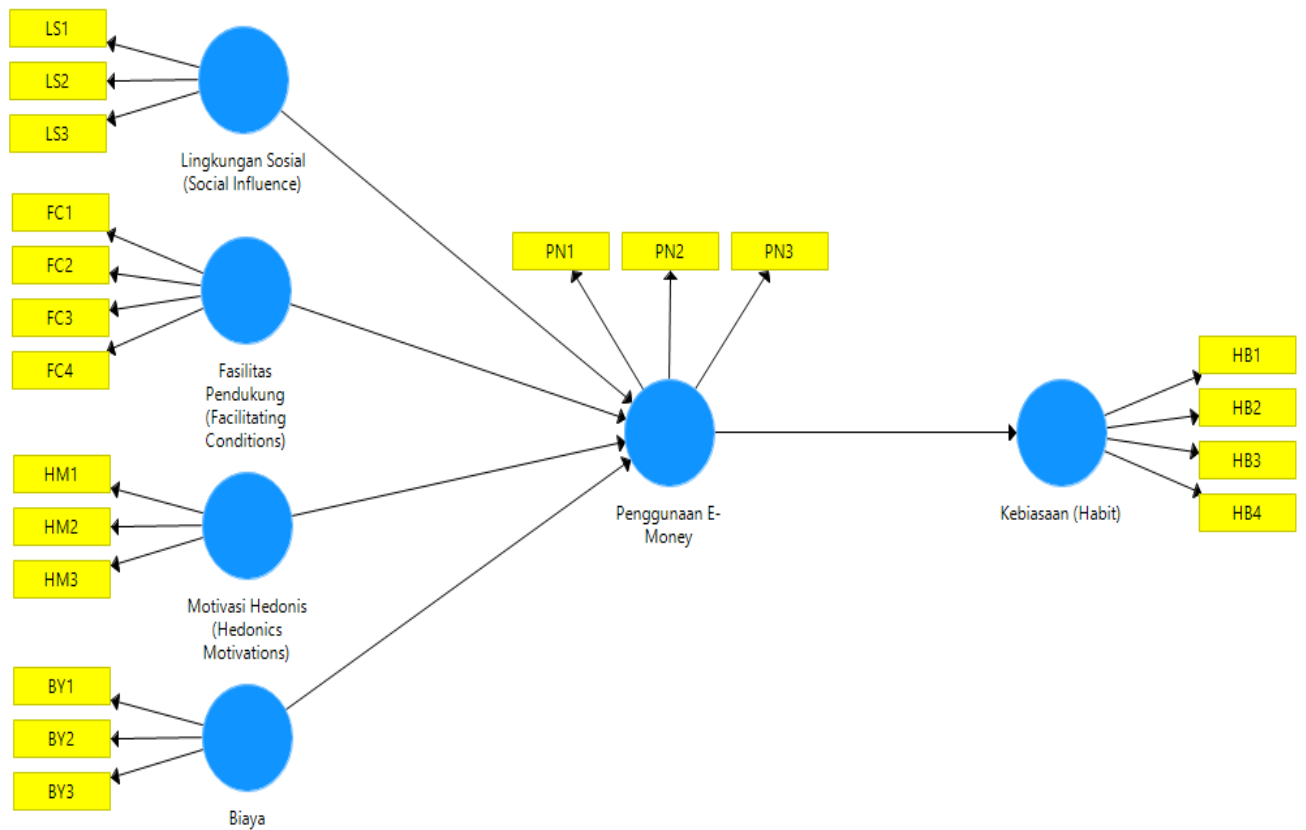
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	
5	6	6	5	5	6	6	6	4	6	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	
5	5	4	5	5	6	6	6	4	6	
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	5	5	6	4	5	6	6	6	6	
6	5	5	6	4	6	5	6	6	6	
5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	
6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	
4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	
6	5	4	6	5	4	6	6	5	6	
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	
6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	
5	6	5	5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

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

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

## LAMPIRAN 4

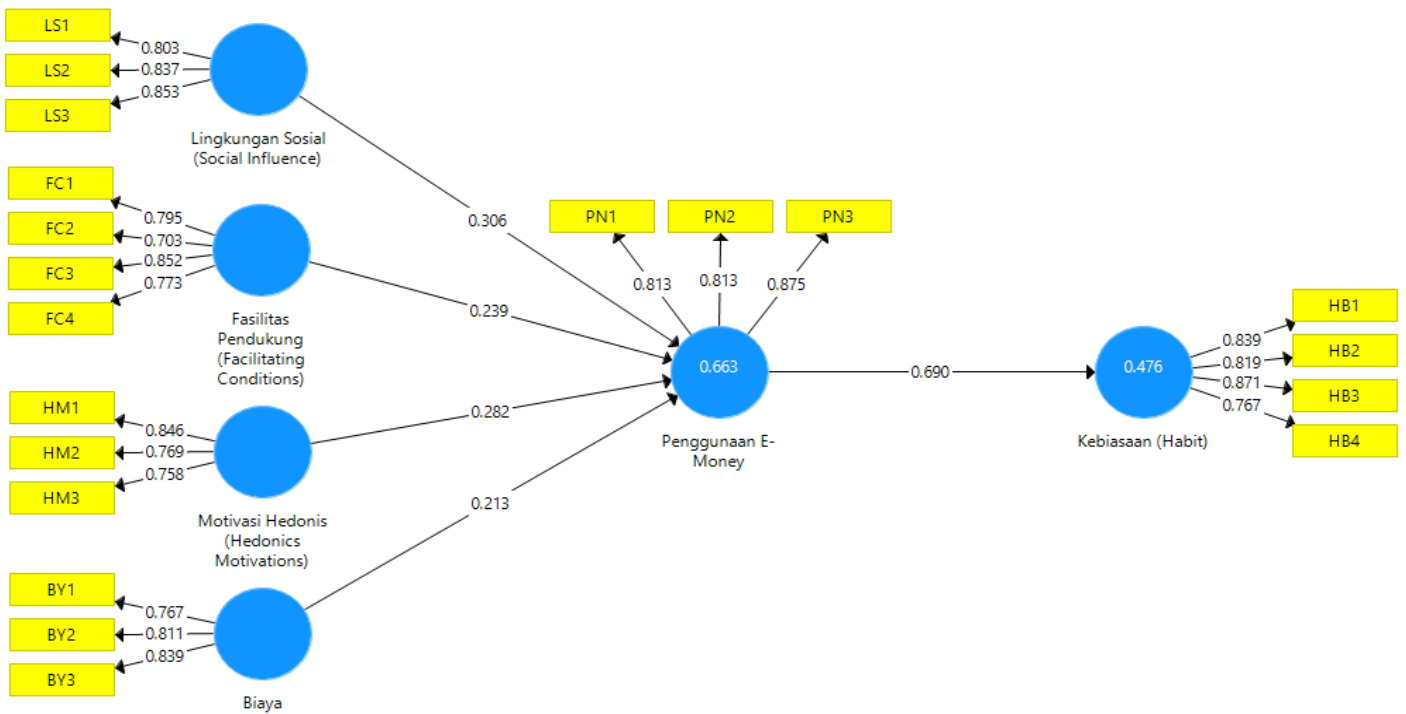
### PENGUJIAN DATA



## LAMPIRAN 5

### HASIL PENGUJIAN DATA

#### UJI VALIDITAS





*Outer Loading*

	Biaya	Fasilitas Pendukung (Facilitating Conditions)	Kebiasaan (Habit)	Lingkungan Sosial (Social Influence)	Motivasi Hedonis (Hedonics Motivations)	Penggunaan E-Money
BY1	0.767					
BY2	0.811					
BY3	0.839					
FC1		0.795				
FC2		0.703				
FC3		0.852				
FC4		0.773				
HB1			0.839			
HB2			0.819			
HB3			0.871			
HB4			0.767			
HM1					0.846	
HM2					0.769	
HM3					0.758	
LS1				0.803		
LS2				0.837		
LS3				0.853		

PN1						0.813
PN2						0.813
PN3						0.875



## UJI RELIABILITAS

### *QUALITY CRITERIA*

### *CONSTRUCT RELIABILITY AND VALIDITY*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Biaya	0.730	0.733	0.848	0.650
Fasilitas Pendukung (Facilitating Conditions)	0.791	0.810	0.863	0.612
Kebiasaan (Habit)	0.845	0.854	0.895	0.680
Lingkungan Sosial (Social Influence)	0.776	0.778	0.870	0.691
Motivasi Hedonis (Hedonics Motivations)	0.702	0.704	0.834	0.627
Penggunaan E-Money	0.781	0.784	0.873	0.695

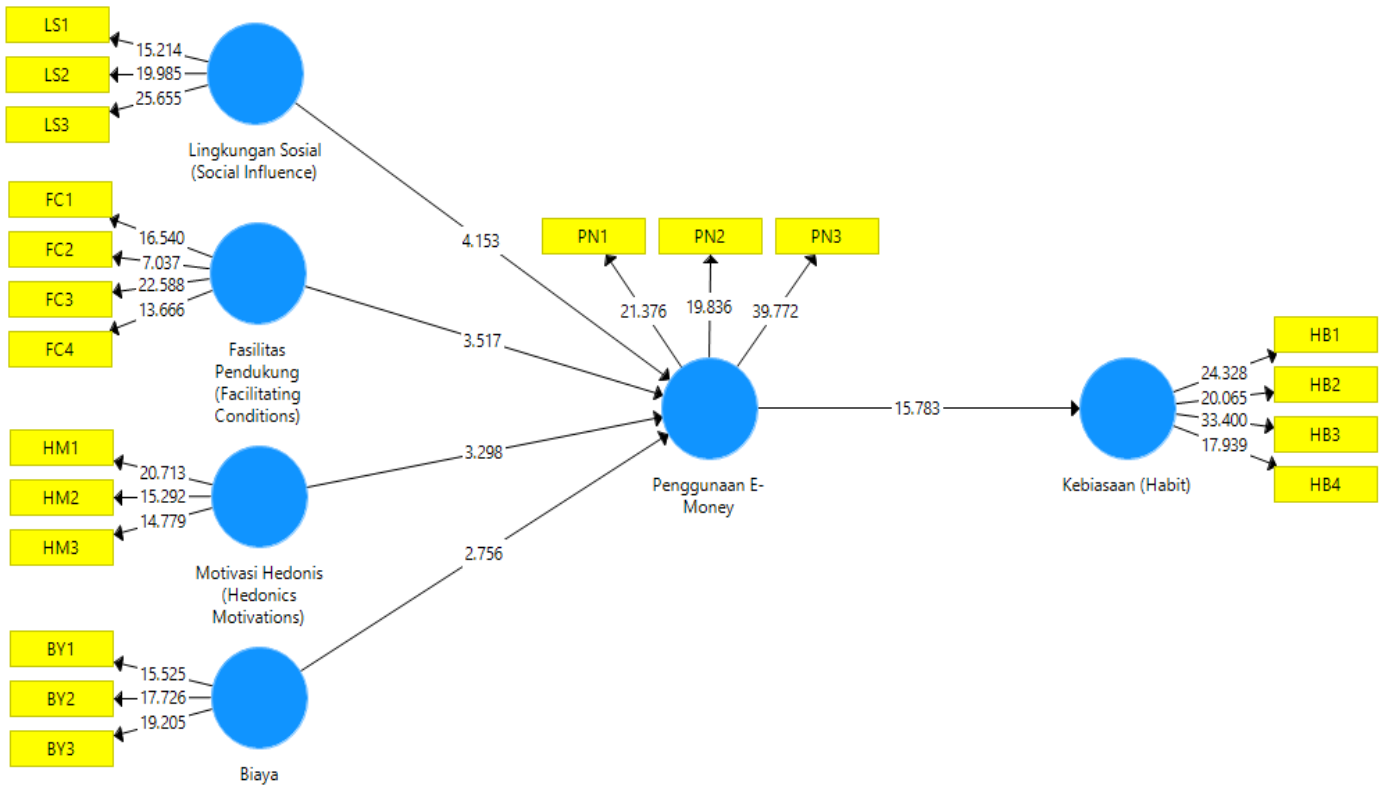
**LAMPIRAN 6**

**UJI HIPOTESIS**



*BOOSTRAPPING*

*PATH COEFFICIENT*



	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Biaya -> Penggunaan E-Money	0.213	0.212	0.077	2.756	0.006
Fasilitas Pendukung (Facilitating Conditions) -> Penggunaan E-Money	0.239	0.240	0.068	3.517	0.000

Lingkungan Sosial (Social Influence) -> Penggunaan E-Money	0.306	0.308	0.074	4.153	0.000
Motivasi Hedonis (Hedonics Motivations) -> Penggunaan E-Money	0.282	0.280	0.085	3.298	0.001
Penggunaan E-Money -> Kebiasaan (Habit)	0.690	0.697	0.044	15.783	0.000

