

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENERIMA
PEMBAYARAN MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA UMKM
DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nama : Khoirun Nikmah

No. Mahasiswa : 18312184

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENERIMA
PEMBAYARAN MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA UMKM
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama: Khoirun Nikmah

No. Mahasiswa: 18312184

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 12 Mei 2022

Penulis,



10000
METERAI
TEMPEL
B30DAAJX766705229
(Khoirun Nikmah)

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENERIMA
PEMBAYARAN MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA
UMKM DIYOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Khoirun Nikmah

No. Mahasiswa: 18312184

Telah disetujui oleh Dosen

Pembimbing Pada Tanggal 19

Maret 2022

Dosen Pembimbing,



(Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA, ACPA)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bangga,

Saya persembahkan karya saya ini untuk:

Bapak Sugimin dan Ibu Jumirah

Selaku kedua orangtua saya yang tiada hentinya mendukung dan mendoakan kelancaran studi saya, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan

lancar dan lulus tepat pada waktu yang diharapkan.

Karya ini sebagai bentuk ucapan terima kasih atas limpahan kasih dan sayangnya. Semoga hasil karya skripsi ini dapat menjadi awal yang baik

untuk kedepannya nanti.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya serta nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis diberikan kelancaran dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Menerima Pembayaran Menggunakan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta.” Shalawat serta salam marilah kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah hingga zaman yang terang-benderang saat ini dengan pedoman Al-Qur'an.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan jenjang Strata-1 Program Studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam melakukan studi dari penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa, bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia serta nikmat yang telah dilimpahkan-Nya berupa Kesehatan, kemudahan, dan berbagai bentuk rezeki yang tidak terduga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi panutan kita semua, serta sikap dan semangat beliau yang dapat dijadikan motivasi.
3. Bapak Sugimin dan Ibu Jumirah selaku orang tua penulis, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang secara penuh dan doa yang tiada hentinya terus dipanjatkan untuk kelancaran serta kesuksesan penulis. Semoga penulis dapat membanggakan dan menaikkan derajat kedua orangtua. Semoga kedua orangtua penulis diberi kesehatan selalu, Panjang umur dan selalu berada dalam lindungan Allah SWT Aamiin.

4. Teruntuk diri sendiri, terimakasih sudah kuat dan bertahan sejauh ini, sudah mau melawan rasa malas dan membagi waktu dengan baik antara pekerjaan dan menulis skripsi ini, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Terimakasih tetap semangat menjalani hidup ini dan menggapai segala mimpi walaupun banyak cobaan, kesedihan dan tantangan yang dihadapi. Saya bangga dengan diriku sendiri. Alhamdulillah, semoga selesainya skripsi ini menjadi awal baru yang baik dan membuat diri semakin berkembang menjadi jauh lebih baik lagi.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Jaka Sriyana, SE., M., Si, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M. Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Ibu Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan tulus dalam memberikan bimbingan, semangat, dukungan dan saran terbaiknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.
10. Taufik Budi Setiawan beserta keluarga selaku kakak kandung penulis, terimakasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan dilimpahkan rezeki serta diberikan lindungan oleh Allah SWT Aamiin.
11. Teruntuk Putriahyana, Ayu, Rudy dan segala saudara penulis, terimakasih atas segala keceriaan dan dukungan terhadap saudara kalian satu ini. Semoga sehat selalu dan tali silaturahmi tetap terjaga.
12. Teruntuk Rakha Rafizal Zakawali selaku orang yang istimewa bagi penulis, terimakasih sudah selalu ada dan terimakasih atas segala dukungan dan bantuannya. Terimakasih telah sabar mendengarkan keluh kesah yang penulis rasakan. Semoga sehat dan bahagia selalu.

13. Teruntuk Nur Siti Anifah, Noven Prima Adeswara dan Intan Nursaidha sobat 4 segambreng yang sudah menemani dari tahun 2015 hingga saat ini. Selalu ada saat suka maupun duka serta momen penting dalam hidup ini. Semoga kita dapat mencapai semua yang kita impikan. Semoga pertemanan kita bertahan hingga tua nanti.
14. Teruntuk Intania Isnaini, Hanna Kireyna, Matahari Bunga, Anatasya Maulidina, dan Alifia Surya Damayanti selaku sobat istri sholeha, terimakasih atas pertemanan dan silaturahmi yang masih terus terjaga hingga saat ini, semoga dimudahkan dan dilancarkan selalu untuk segala urusannya.
15. Teruntuk Adinda Ayu Salsabilla, Jaisya Daffa, Gilang Fakhri dan Rosyid Ridho sobat Dmagang yang sudah menemani dari semester 1 hingga saat ini beserta teman seperjuangan di perkopmaan duniawi, terimakasih telah mewarnai masa-masa perkuliahan ini dengan segala keceriaan dan pengalaman. Semoga kita semua diberi kemudahan dan kesuksesan dalam menggapai impian.
16. Teruntuk sobat KSM Tiyas, Nadia, Cut, Rania, Via, Tami dan Gina, terimakasih telah membuat kegilaan dan keceriaan di masa perkuliahan ini dari awal masuk hingga kita sudah berada di penghujung. Terimakasih telah mengajak dan membuat berbagai kenangan yang menyenangkan. Semoga kita dapat bertemu di titik terbaik kita masing-masing.
17. Teruntuk Mas Fauzan, Mas Yode, Mbak Aul, Mbak Najla, Mbak Bella dan segala mas mbak yang sudah membantu dan membimbing dalam mengerjakan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih pula telah memberikan pengalaman berharga melalui kopma.
18. Teruntuk Merti Ayu, Mbak Bella, Mbak Najla, Mas Iqbal dan lainnya sobat badminton dan sobal dolan, terimakasih sudah memberikan keceriaan dan healing untuk merefreshkan pikiran dari beban yang ada. Semoga silaturahmi kita selalu terjaga dan tetap main bersama.
19. Teruntuk Jasmine, Erni, Enggar, Viona, Epha, Bening, Diah, Endah, dan semua teman sepermekdian yang telah memberikan keceriaan dan

kenyamanan dalam bekerja. Terimakasih telah menemani proses untuk mendapatkan hasil dari kerja keras yang telah dilakukan. Semangat bekerja selalu ya teman-temanku semua. Terimakasih pula kepada para tim manajemen yang telah memberikan saya kesempatan libur sehingga dapat membagi waktu untuk melakukan penyusunan skripsi ini.

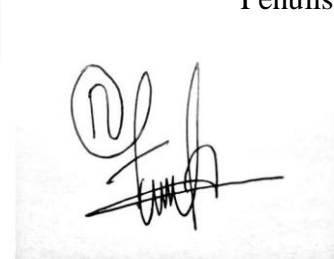
20. Teruntuk seluruh responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi penelitian ini sehingga peneliti dapat mengumpulkan data dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Terimakasih atas seluruh pihak yang Namanya tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis. Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala, rezeki dan nikmat serta kemudahan atas kebaikan yang selalu diberikan kepada penulis, Aamiin. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat menerima saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan skripsi yang disusun ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 12 Mei 2022

Penulis,



(Khoirun Nikmah)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.5 Sistematika Penulisan	21
BAB II KAJIAN TEORI	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	23
2.1.2 <i>E-Money</i> (Uang Elektronik)	24
2.1.3 UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)	26
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	34
2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	35
2.3.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	36
2.3.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	38
2.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	39
2.3.6 Pengaruh Kebiasaan (<i>Habit</i>) Terhadap Minat Penerimaan <i>E-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	40
2.4 Kerangka Pemikiran	42

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.1.1 Populasi.....	43
3.1.2 Sampel	43
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Sampel	44
3.3.1 Variabel Independen	45
3.3.2 Variabel Dependen	50
3.4 Metode Analisis Data	51
3.4.1 Uji Instrument.....	51
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.4.3 Pengujian Hipotesis	53
3.4.4 Uji F.....	54
3.4.5 Uji Determinasi	54
3.4.6 Uji T-Test.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner	55
4.2 Karakteristik Responden.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	58
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	58
4.4 Hasil Uji Instrumen	60
4.4.1 Hasil Uji Validitas	60
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.5 Uji Asumsi Klasik	63
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	63
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.6 Pengujian Hipotesis	65
4.6.1 Uji F.....	65
4.6.2 Uji Determinasi.....	66

4.6.3 Hasil Analisis Regresi Berganda	67
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Keterbatasan Penelitian	79
5.3 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3 . 1 Kategori Nilai Skala Likert.....	44
Tabel 3 . 2 Indikator Variabel Ekspektasi Kerja	45
Tabel 3 . 3 Indikator Variabel Ekspektasi Usaha	46
Tabel 3 . 4 Indikator Variabel Pengaruh Sosial.....	47
Tabel 3 . 5 Indikator Variabel Kondisi yang Memfasilitasi.....	48
Tabel 3 . 6 Indikator Variabel Motivasi Hedonis	49
Tabel 3 . 7 Indikator Variabel Kebiasaan.....	49
Tabel 3 . 8 Indikator Variabel Minat UMKM melakukan Penerimaan Pembayaran menggunakan <i>E-Money</i>	50
Tabel 4 . 1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner.....	55
Tabel 4 . 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4 . 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4 . 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	57
Tabel 4 . 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	58
Tabel 4 . 6 Hasil Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4 . 7 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4 . 8 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4 . 9 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4 . 10 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4 . 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4 . 12 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4 . 13 Hasil Uji Determinasi	66
Tabel 4 . 14 Hasil Analisis Berganda.....	67
Tabel 4 . 15 Ringkasan dari Analisis Hasil	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	90
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Analisis Berganda	104



ABSTRAK

Pesatnya perkembangan pengguna *e-Money* tentunya harus diimbangi oleh para pengusaha untuk menyediakan layanan pembayaran menggunakan *e-Money*. Seiring dengan perkembangan perangkat internet, transaksi jual beli tidak hanya menggunakan uang tunai saja tetapi juga menerima pembayaran dengan *e-Money*. Selain digunakan dalam pengujian factor yang mempunyai pengaruh pada minat menerima pembayaran melalui *e-Money* pada UMKM, penelitian ini juga bertujuan untuk mempelajari penerimaan pelaku usaha terhadap sistem transaksi dengan *e-Money*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengambilan sampel melalui penyebaran *google form* secara *online* dengan sasaran pelaku UMKM di Yogyakarta. Dalam penelitian ini diperoleh responden sebanyak 114 data yang telah mencukupi syarat dalam pengelolaan data. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan terkait dengan ekspektasi suatu kinerja serta pengaruh dari sosial memiliki pengaruh yang positif pada minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sedangkan ekspektasi dalam usaha, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, dan kebiasaan tidak terjadi pengaruh yang positif pada minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.

Kata Kunci: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Minat Menerima *E-Money*.

ABSTRACT

The rapid development of e-Money course be balanced by entrepreneurs to provide payment services using e-Money. Along with the development of internet devices, buying and selling transactions do not only use cash but also accept payments by e-Money. In addition to being used in testing factors that have an influence on the interest in receiving payments through e-Money on MSMEs, this research also aims to study the acceptance of business actors towards the transaction system with e-Money. The research uses a quantitative method with a sampling method through the distribution of online Google Form with the target of MSME actors in Yogyakarta. In this study, there were 114 respondents who met the requirements for further processing. This study resulted in conclusions related to performance expectations and social influence on the interest in receiving e-Money in MSMEs in Yogyakarta. while business expectations, facilitating conditions, hedonic motivation, and habits do not have a positive effect on the interest in receiving e-Money in MSMEs in Yogyakarta.

Keyword: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habits, Interest Receiving e-Money.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya teknologi di era sekarang mengakibatkan hampir semua kegiatan yang dilakukan manusia tidak terlepas dari teknologi. Sistem pembayaran yang dilakukan mengalami kemajuan pula, seperti yang mulanya transaksi berupa proses menukarkan suatu produk yang akan diubah menjadi uang sebagai alat pembayaran. Dalam keadaan ini menjadikan gaya hidup masyarakat dalam menggunakan teknologi dalam aktivitas terutama pekerjaan. Pekerjaan yang membutuhkan teknologi tersebut adalah pekerja perbankan. Pekerjaan perbankan memerlukan perkembangan teknologi dalam bentuk *internet banking* sebagai bentuk pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan dari pihak perbankan menggunakan teknologi dalam transaksinya (*electronic transaction*) macam seperti *mobile banking*. Transaksi menggunakan *e-Money* atau uang elektronik (*electronic money*) menjadi sistem pembayaran baru yang muncul terutama pada pembayaran ritel. *E-Money* memiliki dua jenis yang dikeluarkan oleh bank, antara lain *e-Money* dalam bentuk chip dengan penggunaan kartu sebagai transaksi, serta *e-Money* dalam bentuk digital yaitu pemanfaatan menggunakan aplikasi digital seperti OVO, Shopeepay, GO-Pay, Qris, Livin dan lainnya (Bank Indonesia, 2018).

E-Money dirilis pada tahun 2007 serta memiliki macam-macam keunggulan yang pada akhirnya dapat menjadi alternatif lain pengganti peran uang tunai dan bahkan di zaman ini *e-Money* lebih banyak digunakan terutama pada kalangan anak

muda. Transaksi yang menggunakan *e-Money* ini dianggap lebih tepat karena melalui proses komputerisasi serta mesin sebagai perangkat serta riwayat penggunaannya dapat dilacak. Masyarakat yang menggunakan *e-Money* tidak memerlukan syarat persetujuan dalam bentuk pin maupun tanda tangan seperti layaknya kartu debit atau kartu kredit. Bank Indonesia bertugas sebagai pengawas dalam bentuk pemastian transaksi yang dilakukan secara non tunai dapat terlaksana secara efisien, terpercaya serta aman. Sehingga penggunaan alat transaksi non tunai yang telah mengalami perkembangan ini mendapat atensi yang serius dari Bank Indonesia yang beban penggunaan uang tunai tersebut diharapkan dapat berkurang sehingga dapat menambah efisiensi perekonomian masyarakat. Uang elektronik merupakan alat pembayaran secara elektronik yang berasal dari perbankan dengan dilakukannya pengiriman sejumlah uang secara langsung maupun tidak langsung. Penggunaan *e-Money* sangat praktis untuk melakukan suatu transaksi pembayaran tanpa mengurangi nilai mata uang (Utami & Kusumawati, 2017).

Pengguna *e-Money* yang semakin berkembang tentunya harus diimbangi oleh para pengusaha untuk menyediakan layanan pembayaran menggunakan *e-Money* dari para konsumen, termasuk juga pengusaha pada kelompok UMKM. Tugas yang diemban oleh UMKM adalah membangun perekonomian nasional. UMKM mempunyai peran untuk menyalurkan hasil pembangunan dan juga mempunyai peran dalam pertumbuhan ekonomi dan perekrutan tenaga kerja, sehingga inovasi dalam transaksi menggunakan teknologi akan sangat memengaruhi kegiatan bisnisnya. Di zaman yang canggih ini para UMKM juga harus mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi, dikarenakan *customer* tidak

hanya menggunakan uang tunai untuk transaksi tetapi menggunakan *e-Money* pula. Perkembangan teknologi *e-Money* memudahkan transaksi retail baik bagi konsumen maupun pedagang.

Penelitian tentang minat penggunaan teknologi dengan menggunakan metode UTAUT2 sebelumnya telah dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) ;Macedo (2017) ; dan Alalwan et al., (2017) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari ambisi kinerja dengan keinginan untuk memakai serta menerima perkembangan suatu teknologi. Sedangkan hal ini bertolak belakang penelitian Sheikh et al., (2017), penelitian tersebut menjelaskan ekspektasi dari kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap dalam menggunakan atau menerima suatu teknologi. Penelitian Venkatesh et al., (2012); Macedo (2017); dan Alalwan et al., (2017) menjelaskan ambisius dalam berusaha atau *effort expectancy* mempunyai pengaruh yang positif pada minat dalam menggunakan atau menerima suatu teknologi. Sedangkan dalam penelitian Sheikh et al., (2017) dimana ekspektasi untuk berusaha tidak memiliki pengaruh pada keinginan penerimaan serta menggunakan teknologi. Pada penelitian Venkatesh et al., (2012) ;Macedo (2017) ;dan Alalwan et al., (2017) menjelaskan tentang adanya pengaruh positif dari pengaruh sosial pada minat penggunaan ataupun penerimaan teknologi. Sedangkan dalam penelitian Sheikh et al., (2017); Piarna et al., (2020) menjelaskan mengenai tidak adanya pengaruh dari sosial terhadap dalam menggunakan atau menerima suatu teknologi. Pada penelitian Sheikh et al., (2017) menjelaskan tentang kondisi dalam fasilitas mempunyai pengaruh terhadap minat serta perilaku dalam menggunakan teknologi. Sedangkan dalam penelitian Venkatesh et al., (2012); Macedo (2017); dan Alalwan

et al., (2017) menjelaskan tidak adanya pengaruh dari kondisi dalam memfasilitasi. Pada penelitian Macedo (2017); dan Sheikh et al., (2017) menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang positif dari *hedonic motivation* pada dalam menggunakan atau menerima suatu teknologi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Piarna et al., (2020) berbeda dengan penjelasan dari Macedo dan Sheikh yakni tidak adanya pengaruh terhadap penerimaan teknologi. Pada penelitian Venkatesh et al., (2012) ;Macedo (2017); dan Alalwan et al., (2017) memberikan penjelasan mengenai pengaruh positif yang dimiliki dari kebiasaan dengan minat penggunaan atau menerima suatu teknologi.

Memperhatikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang lebih memfokuskan kepada konsumen pengguna *e-Money*, dan perkembangan pengguna *e-Money* yang bertambah dengan pesat, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *e-Money* dari sisi pengusaha kelompok UMKM. Sehingga berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk mengambil judul penelitian **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENERIMA PEMBAYARAN MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA UMKM DI YOGYAKARTA.”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh dari ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap minat yang dimiliki dalam penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh dari Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap minat yang dimiliki dalam penerimaan *e-Money* pada UMKM

di Yogyakarta?

3. Apakah terdapat pengaruh dari Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap minat yang dimiliki oleh penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh dari Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) terhadap minat yang dimiliki oleh penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh dari Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) terhadap minat yang dimiliki dari penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta?
6. Apakah terdapat pengaruh dari Kebiasaan berpengaruh terhadap minat yang dimiliki dari penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Membuktikan pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
2. Membuktikan pengaruh Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
3. Membuktikan pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
4. Membuktikan pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
5. Membuktikan pengaruh Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.

6. Membuktikan pengaruh Kebiasaan (*Habit*) terhadap minat penerimaan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat dengan cara menambah wawasan yang dimiliki penyelenggara sebagai bentuk landasan dalam menemukan temuan baru atau kreativitas serta dapat melakukan perbaikan maupun pengembangan inovasi yang sudah ada, sehingga UMKM dapat menggunakan *e-Money* sebagai alat pembayaran secara elektronik yang terpercaya agar Indonesia dapat mengikuti alur perkembangan teknologi sehingga tidak mengalami ketertinggalan dengan negara maju lainnya. Manfaat yang diberikan secara teoritis dalam penelitian ini adalah dapat menambahkan suatu riset mengenai pemakaian teknologi dalam pelayanan dibidang ekonomi, sehingga perlakuan tersebut berguna dalam pembangunan ekonomi yang ada di Indonesia dengan harapan negara maju menjadi contoh penerapan teknologi

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini perlu memperhatikan sistematika dalam penulisan yang sesuai dengan ketentuan yang terdiri dari lima bab, antara lain:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, penulis menjabarkan latar belakang suatu masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika dari penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kajian pustaka, teori dijelaskan oleh penulis dengan membahas

secara teliti dan ringkas dengan berisikan konsep dasar, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran secara teoritis serta hipotesis dari penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian, penjabaran mengenai metode yang diaplikasikan dalam penelitian berupa populasi, sampel yang digunakan, variabel penelitian, definisi operasional, jenis serta asal data yang didapatkan, metode dalam mengumpulkan data, dan metode dalam menganalisis suatu data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis data dan pembahasan memberikan penjelasan mengenai proses analisis suatu data yang didapatkan kemudian hasil tersebut akan dikaitkan dengan teori.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran, penulis memberikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan secara ringkas serta memberikan saran kepada pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM didefinisikan sebagai kegiatan dalam bidang ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat dalam skala kecil dengan syarat yang telah dipenuhi. UMKM telah lama dipercayai sebagai sektor bisnis yang strategis, karena peran yang realistis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki peran sejak tahun 1997 sebagai bentuk penyelamatan perekonomian nasional serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga angka pengangguran dan kemiskinan menurun. Hampir semua orang berasumsi bahwa UMKM hanya memanfaatkan pihak yang berkepentingan saja, pada kenyataannya UMKM memiliki peran yang penting guna menurunkan frekuensi menganggur dalam bekerja. Hal ini juga memberikan berbagai manfaat seperti potensi sumber daya alam disuatu daerah yang belum diolah secara maksimal dan dijadikan sebuah pendapatan.

Karakteristik UMKM yakni bentuk keadaan faktual yang menempel pada kegiatan dan perilaku yang berasal dari usaha untuk menjalankan kegiatan usaha oleh pelaku usaha. Karakteristik tersebut termasuk kedalam ciri yang membedakan antara pelaku usaha yang dapat disesuaikan melalui skala usaha yang dimilikinya. Terdapat tiga jenis UMKM menurut penjabaran dari bank dunia, yakni usaha mikro yaitu yang memiliki tenaga sejumlah 10 orang, usaha kecil yaitu yang memiliki

tenaga sejumlah 30 orang, dan usaha menengah yaitu yang memiliki tenaga sejumlah 300 orang.

Terdapat empat kelompok berdasarkan perspektif bisnis UMKM yakni UMKM adalah kawasan non-formal seperti pedagang yang menawarkan dagangannya di trotoar atau pinggir jalan, UMKM Mikro adalah UMKM yang mempunyai keahlian dalam meningkatkan kreatifitas orang yang ada di UMKM, namun jiwa dalam berwirausahaan dalam pengembangan masih kurang, dan Usaha Kecil Dinamis yakni kelompok UMKM yang memiliki usaha yang sudah kompeten dan siap bertransformasi serta berkembang menjadi bisnis yang besar. Di Indonesia, UMKM telah diatur dalam UU nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) pada pasal 1 ayat 1 yang menyatakan bahwa perusahaan yang tergolong kedalam UMKM merupakan perusahaan dalam skala kecil yang dimiliki serta dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah karyawan dan pendapatan tertentu.

2.1.2 E-Money (Uang Elektronik)

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu penerbitannya pada bulan Oktober (1996) mengartikan bahwa nilai moneter dapat diukur menggunakan satuan mata uang melalui proses penyimpanan secara elektronik melalui *smartphone* konsumen disebut dengan uang elektronik. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2018 Mengenai Uang Elektronik, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran yang melalui proses penerbitan dengan didasarkan pada nilai uang penyetoran dan penyimpanan melalui media elektronik berupa chip maupun server dengan nilai uang tersebut bukan

termasuk dana simpanan yang tertuang dalam UU perbankan (Bank Indonesia, 2018). Alat pembayaran secara elektronik digunakan dalam suatu transaksi pembayaran dalam bentuk rupiah yang didapatkan dengan cara penyetoran dahulu sejumlah uang kepada penerbit.

Menurut (Bank Indonesia, 2018) penggunaan mata uang elektronik memiliki beberapa keuntungan antara lain, pembayaran dilaksanakan dengan efektif dan mudah dengan cara menempelkan kartu atau transaksi menggunakan mobile sehingga tidak memerlukan pengembalian uang atas pembayaran yang telah dilakukan, mengurangi penggunaan uang kertas, terjadinya kerusakan pada uang secara fisik, adanya pengedaran uang palsu, serta mengurangi kejahatan untuk mencuri, menghemat tempat yang tidak memerlukan penyimpanan uang tunai, serta melakukan transaksi secara mudah dan cepat, kecepatan dalam proses pembayaran sehingga sangat efisien dibandingkan dalam penggunaan kartu debit maupun kartu kredit tanpa adanya verifikasi secara online maupun penandatanganan PIN.

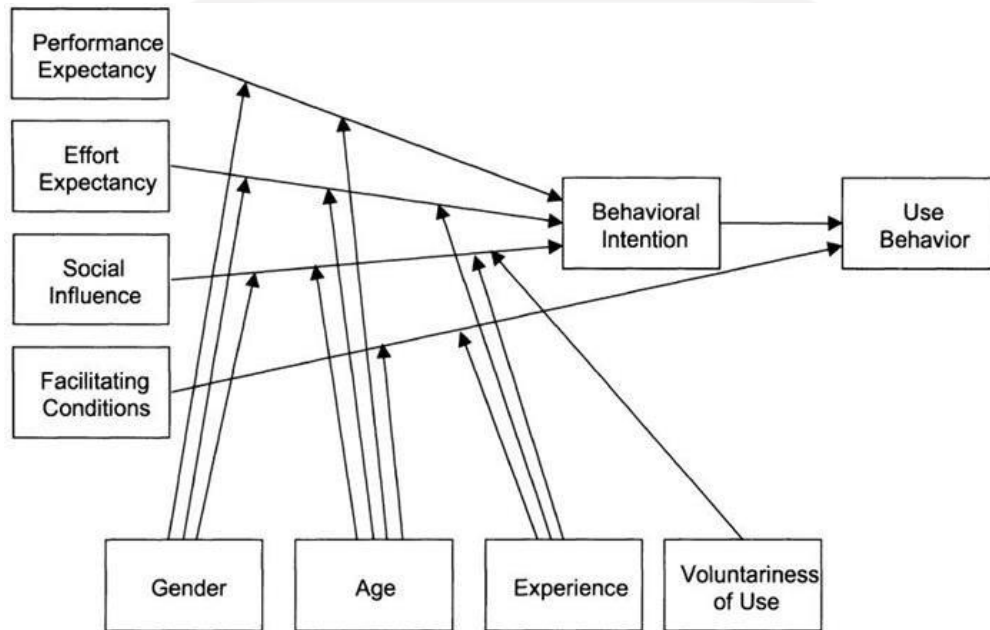
Menurut ayat (1) pada (Bank Indonesia, 2018) menjelaskan jenis uang elektronik menurut media dalam menyimpan nominal uang secara elektronik yakni, berbasis server yaitu bentuk setoran melalui server dan berbasis chip yaitu bentuk penyimpanan melalui chip. Menurut pencatatan data identitas pengguna berupa, *Unregistered* merupakan tidak adanya identitas pengguna yang terdaftar dalam penerbitan uang elektronik dan *Registered*, merupakan adanya identitas pengguna yang terdaftar dalam penerbitan uang elektronik.

2.1.3 UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

Penerimaan serta penggunaan suatu teknologi telah dijelaskan dalam teori yang bernama *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT2 digunakan untuk penjelasan faktor yang berpengaruh pada penerimaan serta penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh karyawan (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Model UTAUT disarankan sesuai dengan gabungan dari pengembangan delapan model berbeda yakni teori sosiologi serta psikologis. Hal ini dimanfaatkan sebagai sumber referensi terkait menerima dan menggunakan suatu teknologi.

UTAUT2 merupakan perluasan dari model UTAUT yang memperkenalkan adanya 3 struktur baru antara lain motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Motivasi hedonis untuk menggunakan teknologi didasarkan pada seberapa banyak kesenangan maupun kepuasan yang dihasilkan dari penggunaannya. Nilai harga sebuah teknologi merujuk pada biaya individu untuk menggunakannya atau membelinya. Kebiasaan dalam konteks konsumen merujuk pada otomatisitas untuk memudahkan orang dalam menggunakan teknologi. Menurut Venkatesh et al., (2012) menjelaskan mengenai motivasi hedonis merupakan faktor utama suatu perlakuan konsumen serta topik dalam menggunakan teknologi. Nilai harga merupakan pertimbangan utama ketika konsumen akan menggunakan alat atau layanan teknologi baru dikarenakan juga harus menanggung biaya. Sedangkan faktor dari sebuah kebiasaan merupakan faktor yang digunakan dalam menganalisa penggunaan teknologi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Namun, rutinitas konsumen dapat dilihat sebagai faktor

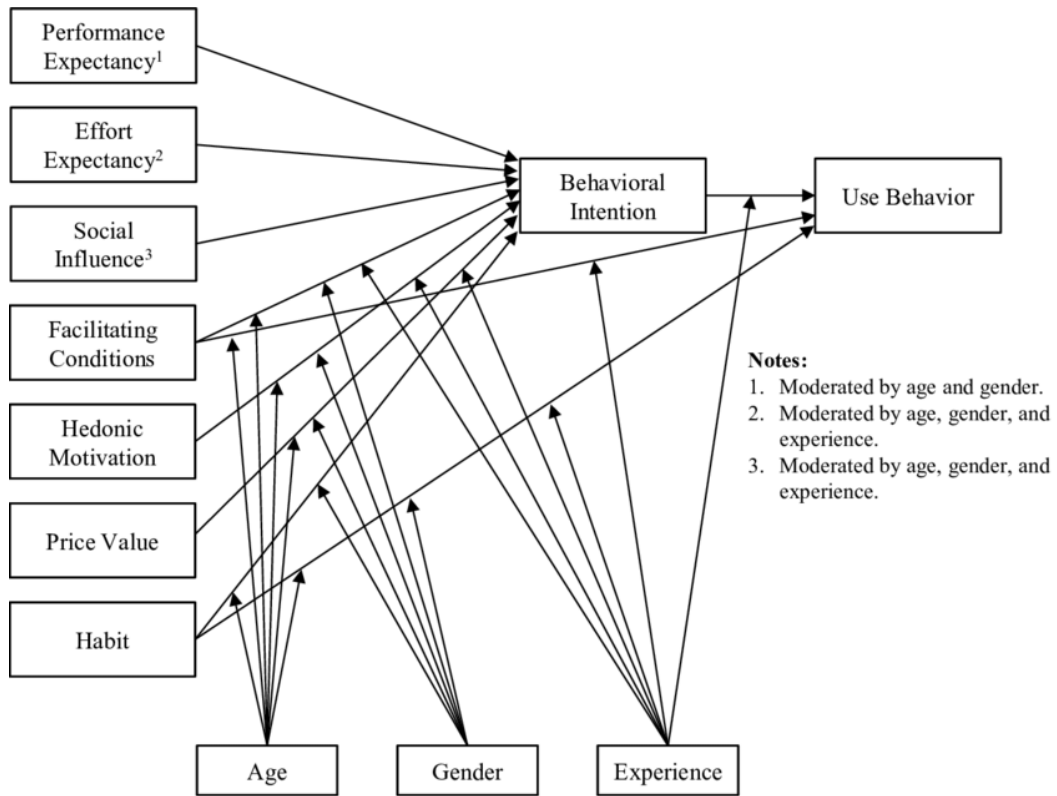
penting yang memberikan perubahan dalam penggunaan teknologi (Limayem, Hirt, & Cheung, 2007). Pendapat dari mereka yakni perilaku masa lalu merupakan faktor yang menentukan bagaimana seseorang akan menggunakan sebuah teknologi.



Framework UTAUT (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003)

UTAUT adalah salah satu teori yang digunakan untuk menilai perilaku yang berkaitan dengan teknologi, sehingga teori ini telah banyak digunakan. Oleh karena itu, terdapat perkembangan dan perluasan yang didapatkan karena melihat dari evaluasi penelitian sebelumnya. Perkembangan dan perluasan model ini dikarenakan setiap peneliti mempunyai teknologi, populasi, sampel dan budaya yang berbeda-beda sehingga dimunculkan konstruk baru. Maka dari itu, pada tahun 2012 Venkatesh dkk menyempurnakan model teori UTAUT yang mengalami perubahan nama menjadi UTAUT2, dengan tujuan untuk memberikan kerangka

model yang lebih spesifik lagi untuk menjelaskan hal yang berkaitan dengan teknologi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012).



UTAUT2 Model Source: (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012)

Para pengusaha yang termasuk dalam UMKM di zaman yang sudah canggih ini untuk mengikuti perkembangan yang ada maka harus berinovasi dengan menerima pembayaran dalam bentuk *e-Money* dikarenakan customer sudah tidak hanya menggunakan pembayaran dengan uang tunai saja melainkan juga sudah banyak customer yang menggunakan *e-Money* sebagai sarana utama. Sehingga para pengusaha yang merupakan UMKM harus memikirkan dan mempertimbangkan hal tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya mengenai transaksi secara elektronik dibutuhkan oleh peneliti sebagai referensi dalam mengembangkan teori yang ada dengan hasil yang didapatkan oleh peneliti.

Penelitian Venkatesh et al., (2012) yang melakukan penelitian mengenai *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai pembelajaran dalam menerima serta menggunakan teknologi dari sudut pandang konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peranan penting dari motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan dalam memengaruhi penggunaan teknologi serta penyesuaian topik penerimaan konsumen serta penggunaan teknologi berdasarkan UTAUT2.

Penelitian Macedo (2017) meneliti hal yang berkaitan tentang tingkah laku dalam menggunakan teknologi di kalangan orang tua dapat mengaplikasikan model teori dari UTAUT2. Responden yang digunakan sejumlah 278 dengan usia rata-rata 67 tahun. Penelitian ini mendapatkan hasil adanya pengaruh sosial, motivasi hedonis, ekspektasi kinerja serta kebiasaan mempunyai pengaruh terhadap perilaku dalam penggunaan, namun tidak ada pengaruh dari kondisi yang memfasilitasi.

Penelitian Sheikh et al., (2017) meneliti tentang faktor yang dapat mempengaruhi minat serta pengaplikasian belanja secara online melalui media sosial yang berada di negara Arab. Responden yang digunakan sebanyak 310 dengan status mahasiswa Arab Saudi. Penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh dari ekspektasi kinerja, kebiasaan, konstruksi perdagangan sosial, motivasi hedonis,

serta penghematan harga dan hubungan yang positif terhadap niat bertingkah laku. Namun tidak ada pengaruh dari ekspektasi usaha.

Penelitian Alalwan et al., (2017) yang menjelaskan tentang faktor yang dapat berpengaruh pada pengaplikasian *mobile banking* oleh pelanggan Bank Yordania dengan menggunakan model UTAUT2 dan kepercayaan. Data dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner sejumlah responden yakni 342. Pada hasil penelitian menghasilkan bahwa adanya pengaruh yang positif secara signifikan (Alalwan, Dwivedi, & Rana, 2017).

Penelitian Piarna et al., (2020) telah menjabarkan hasil penelitian mengenai minat dari generasi muda untuk melakukan kegiatan belanja secara online melalui teknologi. Penggunaan model UTAUT2 dengan 150 orang sebagai responden dalam usia 18 sampai 35 tahun. Hasil yang didapatkan adalah adanya pengaruh dari pengaruh sosial serta kebiasaan dengan pembentukan sifat dalam melakukan kegiatan belanja secara online. Namun tidak adanya pengaruh dari ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi usaha, nilai harga, motivasi hedonis, dan persepsi risiko. Penelitian yang menjelaskan adanya pengaruh yang positif secara signifikan dari kualitas, sistem serta layanan, persepsi manfaat serta kepercayaan terhadap perlakuan dalam menggunakan *e-Money* (Utami, 2017).

Penelitian Rahmatika & Fajar (2019) menjelaskan terkait faktor yang memengaruhi minat penggunaan *e-Money*. Variabel dependen dari hal yang diteliti ini yakni minat dan variabel independen dari penelitian tersebut adalah faktor yang mempengaruhi minat. Penelitian ini memberikan hasil bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif pada minat memakai *e-Money*, hal tersebut sesuai dengan

riset (Lee, 2008) dan (Ma'ruf, 2016) yang berpendapat bahwa perilaku pemakaian teknologi memiliki pengaruh yang positif pada minat memakai teknologi (Jogiyanto, 2007).

Penelitian Gunawan et al., (2019) yang meneliti tentang *assessment of the readiness of micro, small and medium enterprise in using e-money using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Method*. Penelitian ini menghasilkan bahwa pemilik UMKM menggunakan *e-Money* sebagai bentuk transaksi pada bisnis yang dijalani guna memberikan manfaat serta mendapatkan laba dalam kinerja. Semakin mudah menggunakan sistem *e-Money* akan semakin sering menggunakan *e-Money* untuk bertransaksi. Pemilik UMKM percaya bahwa bahwa *e-money* mudah digunakan dan jika ada kendala akan mendapatkan bantuan dari penyedia layanan *e-Money* tersebut.

Penelitian terkait pengaruh pandangan terhadap kemudahan dan pandangan terhadap manfaat menggunakan *e-Money* (Aritonang & Arisman, 2017). Variabel dependen dari penelitian tersebut adalah pengaruh dan variabel independen dari hal yang diteliti tersebut adalah pandangan terhadap kemudahan dan pandangan terhadap manfaat. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pandangan terhadap kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-Money* dan pandangan terhadap manfaat yang memiliki pengaruh positif terhadap minat pemakaian *e-Money*.

Penelitian Hasiara & Hasim (2019) yang meneliti tentang faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-Money*. Variabel dependen dari hal yang diteliti tersebut adalah minat dan variabel

independen dari hal yang diteliti tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersamaan terhadap minat dalam menggunakan *e-Money*.

Penelitian Saputri (2021) yang meneliti tentang *readiness of SMEs on digital payment for business sustainability*. Penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis ketersediaan dan kesanggupan dari UMKM dalam pemakaian *digital payment* guna penunjang usaha sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini menghasilkan bahwa pemakaian *e-Money* dianggap efektif dan efisien untuk menunjang aktivitas operasional suatu usaha, serta keamanan, kerahasiaan, manfaat kegunaan, kemudahan pengguna, kesenangan, kepercayaan dan risiko menjadi faktor yang memiliki pengaruh terhadap seseorang yang mengadopsi teknologi.

Penelitian Fithri Meuthia et al., (2020) yang meneliti tentang penjabaran terkait factor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat UMKM terkait penggunaan uang elektronik di Kota Padang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Kota Padang dalam menggunakan uang elektronik sebagai alat untuk melakukan transaksi pembayaran dengan model penelitian modifikasi UTAUT serta teknik analisa yang digunakan yakni regresi berganda dengan menggunakan SPSS. Penelitian ini menunjukkan bahwa *variable performance expectancy, effort expectancy, social expectancy* dan *power of distance* memiliki pengaruh yang signifikan atas *variable behavioral intention* sedangkan variabel *facilitating condition* dan *long time orientation* merupakan variabel yang paling lemah atas

variable behavioral intention.

Penelitian Meileny & Wijaksana (2020) yang meneliti tentang akibat dari pandangan terhadap persepsi dan pandangan terhadap kemudahan pemakaian fitur layanan dan kepercayaan atas minat pemakaian *e-Money* di Jawa Tengah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui akibat dari manfaat *perceived*, kemudahan penggunaan *perceived*, fitur layanan, dan kepercayaan atas minat menggunakan *e-Money*. Penelitian ini menghasilkan bahwa akibat dari pandangan terhadap persepsi manfaat, pandangan terhadap kemudahan pemakaian fitur layanan, dan kepercayaan berakibat positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-Money* di Jawa Tengah.

Penelitian Rodiah & Melati (2020) yang meneliti tentang pengaruh mudahnya pemakaian, kegunaan, risiko dan kepercayaan atas minat pemakaian *e-Wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pandangan terhadap mudahnya pemakaian, kegunaan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat pemakaian *e-Wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pandangan terhadap kemudahan, kegunaan, kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan atas minat pemakaian *e-Wallet* sedangkan pandangan terhadap risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-Wallet*.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Performance Expectancy yakni sebuah derajat kepercayaan seseorang atas sebuah sistem, yang dapat menghasilkan manfaat dan kegunaan dalam pekerjaannya (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Ekspektasi kinerja menciptakan situasi seseorang merasa pekerjaannya jauh lebih mudah dikarenakan penggunaan suatu sistem tersebut. Penggunaan *e-Money* berguna serta memudahkan customer untuk melakukan pembayaran, karena tidak harus menggunakan uang tunai. Bagi pemilik UMKM, penggunaan *e-Money* akan memudahkan operasional usaha karena tidak harus menyediakan kembalian, lebih aman karena non tunai. Penerimaan *e-Money* yang memudahkan customer juga diharapkan akan meningkatkan transaksi penjualan sehingga pelaku UMKM akan memiliki minat untuk melakukan penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money*. Dalam teori UTAUT *performance expectancy* ini diteorikan sebagai pendorong perilaku dikarenakan dapat memudahkan pekerjaan yang dilakukan serta membuat waktu menjadi lebih efisien.

Gagasan ini didukung atas penelitian yang dilakukan oleh Macedo (2017) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh atas minat pemakaian, sedangkan hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sheikh et al., (2017) yang mengatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh atas minat dan perilaku penerimaan serta penggunaan teknologi.

Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H1: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan yang berkaitan dengan pemakaian teknologi oleh pelanggan (Venkatesh et al., 2012). Dalam memilih suatu teknologi yang baru akan dipakai, pelanggan pasti akan mempertimbangkan kekurangan dari penggunaan teknologi baru tersebut. Menurut penelitian Alalwan et al., (2017) di Jordan, diketahui bahwa *effort expectancy* berpengaruh secara signifikan dapat memberikan pengaruh dalam minat memakai teknologi. Minat pelanggan dalam menggunakan teknologi tersebut akan semakin tinggi jika kemudahan yang dirasakan semakin besar. Sesuai penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) bahwa ekspektasi usaha atau kemudahan pemakaian berpengaruh positif terhadap minat pemakaian suatu teknologi. Faktor yang diinginkan pengguna salah satunya adalah tingkat kemudahan, karena tingkat kemudahan ini akan menjadikan suatu transaksi lebih efektif dan efisien. Dengan adanya penerimaan teknologi baru yang lebih memberikan kemudahan tentunya pengusaha atau pelaku UMKM akan memiliki minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam teori UTAUT *effort expectancy* ini diteorikan sebagai pendorong untuk menerima penggunaan e-Money dikarenakan kemudahan yang dirasakan.

Pendapat ini mendapat dukungan dari hasil yang diteliti oleh Macedo (2017) yang mengatakan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh atas minat

penggunaan, sedangkan hal ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sheikh et al., (2017) yang mengatakan bahwa ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh atas minat dan tingkah laku pemakaian teknologi.

Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H2: Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Berpengaruh Positif terhadap Minat Menerima *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

2.3.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Pengaruh sosial merupakan titik lihat dari seseorang melihat individu lain dengan membawa argument untuk menggunakan sesuatu yang diyakini Venkatesh et al., (2012). Pengaruh sosial adalah proses saat orang lain mencoba memengaruhi kepercayaan, persepsi, dan tingkah laku seseorang. Dalam pengaplikasian teknologi baru ini, pengguna harus mempunyai keyakinan yang kuat dalam keberlanjutan teknologi. Lingkungan tempat tinggal dan lingkungan tempat bekerja mempunyai pengaruh pesat terhadap minat dalam memakai teknologi tertentu. Dengan pengaruh sosial yang tinggi dan memiliki pengaruh yang baik tentunya akan membuat pelaku UMKM memiliki minat untuk menerima pembayaran menggunakan *e-Money*. Dimasa yang canggih ini, tentunya akan lebih menarik minat pelaku UMKM untuk menerima pembayaran menggunakan *e-Money* karena di lingkungan sosial terutama para customer sudah banyak yang memakai *e-Money* sebagai salah satu perangkat untuk bertransaksi. Selain itu pelaku UMKM mendapatkan tekanan dari lingkungan sekitar, karena jika tidak mengikuti

perkembangan zaman yang ada akan menyebabkan ketertinggalan dan membuat bisnis menjadi tidak berkembang dengan baik. Dalam teori UTAUT *social influence* merupakan pendorong bagaimana seseorang yang memiliki pengetahuan atau yang sedang menggunakan atau menerima pembayaran dengan *e-Money* pula agar dapat memengaruhi orang-orang disekitarnya untuk menerima pembayaran menggunakan *e-Money*.

Venkatesh et al., (2012) telah melakukan penelitian mengenai pengaruh dari lingkungan sosial. Pengaruh sosial yang tinggi dari suatu lingkungan dapat memberikan individu dalam melakukan hal baru dalam kondisi sadar maupun terpaksa. UTAUT2 dijelaskan adanya pengaruh dari sosial yang berdampak positif dalam penerimaan dan penggunaan teknologi baru. Adanya tekanan dari orang yang diyakini dalam tatanan kehidupan yang tinggi, akan meningkatkan minat dalam melakukan pembayaran dengan uang elektronik.

Pendapat ini mendapat dukungan dari Macedo (2017) dimana menjelaskan adanya pengaruh dari pengaruh sosial terhadap perilaku penggunaan, namun tidak sejalan dengan penelitian Sheikh et al., (2017) menyebutkan tidak adanya pengaruh dari minat dan tingkah laku dalam pemakaian suatu teknologi. Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H3: Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Berpengaruh Positif Terhadap Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

2.3.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Penggunaan infrastruktur merupakan salah satu dari fasilitas yang ada saat ini (Venkatesh, 2020). Infrastruktur yang dimaksudkan yakni infrastruktur utama untuk memproses informasi dalam mengembangkan perangkat. Kondisi yang memfasilitasi memberikan gambaran keadaan pada organisasi yang melakukan pengembangan dalam fasilitas agar menciptakan rasa nyaman saat menggunakan fitur pelayanan. Ketika memilih untuk menggunakan suatu teknologi, maka *facilitating condition* menjadi salah satu faktor yang dinilai cukup penting dan memiliki pengaruh. Penyediaan fasilitas yang dapat mendukung teknologi tersebut merupakan salah satu *facilitating condition*. Menurut penelitian Alalwan et al., (2017) memberikan bukti *facilitating condition* memiliki pengaruh pada pemakaian suatu teknologi. Hal yang diteliti oleh Venkatesh et al., (2012) yang juga mengatakan bahwa fasilitas pendukung memiliki pengaruh positif terhadap pemakaian suatu teknologi. UTAUT2 memberikan penjelasan mengenai kondisi yang dapat memfasilitasi dapat berpengaruh secara signifikan dan positif dalam pemakaian suatu teknologi.

Penyedia layanan *e-Money* tentunya sangat memperhatikan fasilitas yang disediakan agar pembayaran dengan *e-Money* dapat berjalan dengan lancar. Sebagai contoh misalnya bank menyediakan alat penerima pembayaran berupa edc untuk dipinjamkan kepada pengusaha, sehingga memudahkan menerima pembayaran dari konsumen. Sehingga dengan disediakannya fasilitas yang mendukung untuk melakukan transaksi pembayaran menggunakan *e-Money*

tentunya akan membuat minat pelaku UMKM untuk menerima teknologi baru tersebut. Dalam teori UTAUT *facilitating condition* merupakan pendorong menggunakan teknologi *e-Money* yang dilihat dari faktor lingkungan seperti ketersediaan dan kenyamanan untuk menggunakan teknologi *e-Money*.

Pendapat ini memiliki dukungan dengan hasil penelitian Sheikh et al., (2017) menyatakan adanya pengaruh dari kondisi yang memfasilitasi pada minat serta tingkah laku dalam menggunakan teknologi, namun berlawanan dengan suatu penelitian lainnya yakni dari Macedo (2017) yang mengatakan tidak adanya pengaruh dari kondisi yang memfasilitasi. Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H4: Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

2.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Motivasi hedonis memiliki arti kepuasan yang diperoleh dari pemakaian suatu teknologi serta adanya pembuktian peran dalam melakukan menerima serta menggunakan suatu teknologi (Venkatesh, 2012). Motivasi hedonis memberikan penjelasan situasi saat individu mengalami kecenderungan senang dalam menggunakan sistem teknologi yang baru serta memakainya kembali apabila individu tersebut merasakan kepuasan. UTAUT2 memberikan penjelasan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh signifikan yang positif atas pemakaian teknologi. Semakin seseorang mempunyai keinginan dalam meningkatkan

kepuasan diri sendiri yakni kegiatan melakukan pembayaran dan menerima pembayaran dari *customer* dengan menggunakan teknologi yang ada, maka membuat pengusaha atau pelaku UMKM menjadi agresif untuk menyediakan layanan agar memudahkan customer untuk melakukan pembelian produk yang sesuai dengan keinginan tanpa memikirkan manfaat bagi diri sendiri. Dalam teori UTAUT *hedonic motivation* merupakan pendorong sejauh mana penggunaan *e-Money* merangsang perasaan senang, puas, dan kepuasan pengguna akan memberikan tambahan emosional.

Penelitian yang sejalan adalah penelitian yang telah dilakukan Sheikh et al., (2017) dan Macedo (2017) penjelasan mengenai adanya pengaruh dari motivasi hedonis namun berbeda dengan pendapat tersebut yakni dari Piarna et al., (2020) menyebutkan tidak adanya pengaruh dari motivasi hedonis atas minat penggunaan teknologi. Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H5: Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

2.3.6 Pengaruh Kebiasaan (*Habit*) Terhadap Minat Penerimaan *E-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Kebiasaan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang memiliki kecenderungan untuk melaksanakan tindakan yang otomatis dengan belajar secara rutin (Limayem, 2007). Kebiasaan dapat digambarkan dengan kondisi individu dalam bertingkah laku secara intern maupun tertentu karena adanya unsur terbiasa. Disaat seseorang memiliki kebiasaan pada teknologi yang baru akan sulit untuk

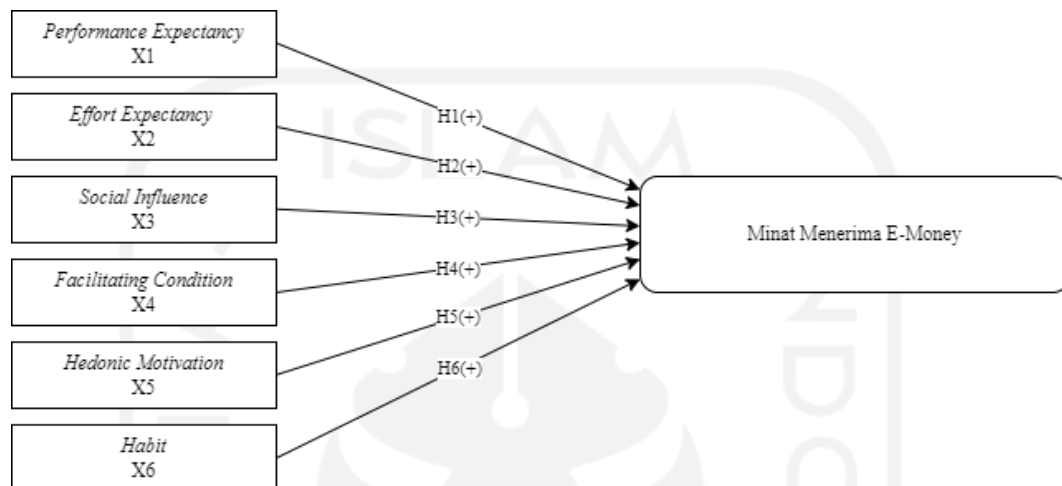
dalam penggunaannya. UTAUT2 memberikan sebuah penjelasan mengenai adanya pengaruh yang positif secara signifikan dari kebiasaan terhadap pemakaian teknologi. Kebiasaan seseorang seperti melakukan pembayaran sebagai customer dengan menggunakan fasilitas teknologi *e-Money* dan begitupun pengusaha atau pemilik UMKM menerima pembayaran dengan teknologi *e-Money*, jika hal itu tidak dilibatkan dalam aktivitas kehidupannya maka akan dirasa ada sesuatu yang kurang. Sehingga kebiasaan berpengaruh positif, dikarenakan kebiasaan yang ada jika dilakukan terus menerus akan menyebabkan minat melakukan penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money* semakin meningkat. Dalam teori UTAUT *habit* merupakan pendorong kebiasaan terbentuk yang apabila pengguna melakukan penerimaan menggunakan *e-Money* dalam transaksi berulang kali sehingga semakin lama penerima akan lebih memiliki niat untuk menyelesaikan transaksi dengan menggunakan *e-Money* daripada tunai.

Pendapat ini memiliki dukungan dari penelitian (Sheikh, 2017); (Macedo, 2017); dan (Piarna, 2020) yang mengatakan tentang kebiasaan memiliki pengaruh terhadap minat dan tingkah laku dalam penggunaan teknologi. Dari penjabaran diatas, penulis menarik hipotesis dari penelitian adalah:

H6: Kebiasaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penerimaan E-Money pada UMKM di Yogyakarta

2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian menggambarkan kerangka pemikiran dibawah ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Populasi

Suatu hal yang menjadi acuan dari sekelompok orang, suatu kejadian, atau hal yang menurut peneliti menarik disebut dengan populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Seluruh UMKM yang berada di wilayah Yogyakarta merupakan populasi yang dipakai dalam penelitian. Berdasarkan web bappeda.jogjapro.go.id (2022) data keseluruhan jumlah UMKM di Yogyakarta dengan *update* terakhir 28 April 2022 terdapat sejumlah 338.342 UMKM.

3.1.2 Sampel

Komponen yang berasal dari populasi merupakan sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Pengambilan suatu sampel menggunakan metode *convenience sampling* disebabkan sampel yang akan dipakai didapatkan dari siapa saja yang ditemui atau secara kebetulan berada didekat peneliti, karena pengusaha atau pelaku UMKM dapat ditemukan dimana saja, yang masih berada dalam lingkup wilayah Yogyakarta.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini sumber data yang digunakan yakni sumber data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner secara online yang berisikan pertanyaan yang berhubungan penelitian. Data yang telah didapatkan akan diolah serta dianalisis sehingga didapatkan hasil

yang sesuai dengan tujuan awal peneliti.

Kuesioner pada penelitian yang dilakukan menggunakan skala Likert yakni penggunaan empat skor yang akan diberikan masing-masing skor terendah 1 dan tertinggi adalah 4. Pilihan jawaban dari sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Interval yang digunakan dalam menentukan batasan nilai adalah:

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Sehingga batasan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,75 : Sangat Tidak Setuju
- 1,76 – 2,51 : Tidak Setuju
- 2,52 – 3,27 : Setuju
- 3,28 – 4,03 : Sangat Setuju

Tabel 3.1

Kategori Nilai Skala Likert

Skala	Skor	Nilai	Pilihan
1.	1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Setuju
2.	2	1,76 – 2,51	Tidak Setuju
3.	3	2,52 – 3,27	Setuju
4.	4	3,28 – 4,03	Sangat Setuju

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Sampel

Pada dasarnya variabel penelitian adalah apa yang peneliti tentukan untuk mendapatkan informasi dan menarik kesimpulan (Riadi, 2020). Variabel dalam penelitian yang dilakukan ini dibagi menjadi 2 yaitu:

3.3.1 Variabel Independen

3.3.1.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Kinerja yang diharapkan atau ekspektasi kinerja dapat diartikan sebagai saat orang meyakini bahwa memakai sebuah sistem akan menolongnya untuk mencapai suatu keuntungan atau manfaat dalam melakukan aktivitas pekerjaannya (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Untuk mengukur variabelnya digunakan 4 skala likert dengan pertanyaan sebanyak empat didapatkan dari riset (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.2

Indikator Variabel Ekspektasi Kerja

No	Ekspektasi Kinerja
1.	Saya sadar melakukan penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> sangat berguna bagi bisnis saya.
2.	Melakukan penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> dalam peningkatan kesempatan saya guna penyelesaian berbagai kegiatan dengan baik dan cepat.
3.	Melakukan penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> dalam menolong saya guna penyelesaian berbagai kegiatan dengan baik dan cepat.
4.	Melakukan penerimaan pembayaran dengan penggunaan <i>e-Money</i> akan mempermudah transaksi dengan cepat dan akurat.

Sumber: (Venkatesh, 2012)

3.3.1.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Kemudahan penggunaan atau juga disebut ekspektasi usaha dapat diartikan seberapa jauh keringan atas pemakaian sebuah sistem (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Keringanan yang dimaksudkan yakni saat orang dalam menggunakan suatu sistem atau menjalankan aktivitasnya. Untuk mengukur variabelnya digunakan 4 skala likert dengan pertanyaan sebanyak 4 yang didapatkan dari riset (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.3
Indikator Variabel Ekspektasi Usaha

No	Ekspektasi Usaha
1.	Saya merasa mudah mengamati metode penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> .
2.	Saya merasa mudah mengerti dan jelas pada sistem penerimaan pembayaran dengan penggunaan <i>e-Money</i>
3.	Saya berpikir tentang peralatan yang mendukung penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> mudah digunakan.
4.	Saya sangat mahir untuk menggunakan sistem untuk penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> .

Sumber: (Venkatesh, 2012).

3.3.1.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Seberapa jauh pandangan orang untuk memiliki keyakinan individu harus memakai sistem atau teknologi baru tersebut disebut dari pengaruh yang terjadi di sosial (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Pengukuran variabel tersebut digunakan 4 skala likert dengan pertanyaan sebanyak 3 didapatkan dari riset (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.4
Indikator Variabel Pengaruh Sosial

No	Pengaruh Sosial
1.	Individu yang memiliki pengaruh memberikan saran dalam melakukan penerimaan pembayaran dengan penggunaan <i>e-Money</i> .
2.	Individu yang dihormati memberikan saran kepada saya dalam menerima pembayaran dengan penggunaan <i>e-Money</i> .
3.	Individu yang memiliki pendapat tentang UMKM yang menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> mempunyai nilai yang signifikan daripada dengan yang tidak menerima pembayaran dengan <i>e-Money</i> .

Sumber: (Venkatesh, 2012).

3.3.1.4. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*)

Fasilitas pendukung didefinisikan saat individu memiliki keyakinan akan ada alat pengatur atau teknis yang digunakan untuk menunjang pemakaian suatu sistem atau teknologi yang baru (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003). Alat tersebut dimaksudkan yakni penunjang pokok dari berkembangnya teknologi seperti

pengembangan perangkat lunak dan yang lainnya. Untuk mengukur variabelnya digunakan 4 skala likert, dengan pertanyaan sebanyak empat yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.5

Indikator Variabel Kondisi yang Memfasilitasi

No	Keadaan yang memfasilitasi
1.	Saya mempunyai sarana pendukung dalam melakukan penerimaan pembayaran melalui <i>e-Money</i> .
2.	Saya mempunyai informasi untuk melakukan penerimaan pembayaran melalui <i>e-Money</i> .
3.	Saya mempunyai teknologi serta melakukan pencocokan melalui <i>e-Money</i> .
4.	Saya dapat pertolongan dari individu lain saat saya menghadapi kendala untuk menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> .

Sumber: (Venkatesh, 2012).

3.3.1.5 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Kepuasan yang diperoleh dari suatu pemakaian teknologi, serta mempunyai bukti bahwa berperan dalam penentuan penerimaan dan pemakaian suatu teknologi baru merupakan motivasi hedonis (Venkatesh, 2012). Untuk mengukur variabelnya digunakan 4 skala likert, dengan pertanyaan sebanyak tiga yang didapatkan dari riset (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.6

Indikator Variabel Motivasi Hedonis

No	Motivasi Hedonis
1.	Saya merasa melakukan penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> itu menyenangkan.
2.	Saya merasa terhibur saat melakukan penerimaan pembayaran melalui <i>e-Money</i>
3.	Saya sadar menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> dapat meningkatkan nilai puas

Sumber: (Venkatesh, 2012).

3.3.1.6 Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan dapat diartikan saat orang cenderung melakukan tingkah laku secara otomatis karena sudah sehari-hari dilakukan (Limayem, 2007). Untuk mengukur variabelnya digunakan 4 skala likert, dengan pertanyaan sebanyak tiga yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh, 2012).

Tabel 3.7

Indikator Variabel Kebiasaan

No	Kebiasaan
1.	Saya menerima pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> merupakan kebiasaan
2.	Saya mengharus untuk melakukan penerimaan pembayaran melalui <i>e-Money</i> .

3.	Menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> merupakan suatu keharusan bagi saya.
----	---------------------------------------------------------------------------------

Sumber: (Venkatesh, 2012).

3.3.2 Variabel Dependen

3.3.2.1 Minat UMKM Menerima Pembayaran melalui E-Money

Penggunaan minat UMKM dalam metode pembayaran melalui *e-Money* sebagai variabel dependennya. Minat perilaku yakni suatu keinginan atau minat orang untuk melaksanakan suatu tingkah laku. Apabila memiliki sebuah keinginan dalam melakukan sesuatu maka individu akan menjalankan perilaku tersebut Gunawan et al., (2019). Minat untuk menerima pembayaran memakai *e-Money* merupakan suatu hal yang diinginkan dan kecenderungan tingkah laku untuk menerima pembayaran dengan memakai layanan dan fitur yang disiapkan oleh *e-Money* sehingga transaksi yang dilakukan tidak hanya menggunakan uang tunai. Pengukuran variabel pada minat UMKM menerima pembayaran melalui *e-Money* menggunakan 4 skala likert dengan 5 pertanyaan yaitu, 3 pertanyaan yang diadopsi dari riset Venkatesh et al., (2012) serta 2 pertanyaan berasal dari riset Sheikh et al., (2017).

Tabel 3.8

Indikator Variabel Minat UMKM melakukan Penerimaan Pembayaran menggunakan E-Money

No	Minat UMKM Menerima Pembayaran menggunakan <i>E-Money</i>
1.	Saya akan selalu merasa nyaman menerima pembayaran dari <i>customer</i>

	menggunakan <i>e-Money</i> dengan berbagai kalangan usia.
2.	Saya percaya dengan adanya pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> dari <i>customer</i> baik laki-laki maupun perempuan akan memberikan banyak manfaat.
3.	Dengan pengalaman yang ada, menerima pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> lebih meyakinkan bagi saya.
4.	Saya akan selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada agar bisnis saya tetap berjalan dan semakin maju.
5.	Saya akan selalu melakukan penerimaan pembayaran menggunakan <i>e-Money</i> pada era mendatang nantinya.

Sumber: (Venkatesh, 2012) dan (Sheikh, 2017).

3.4 Metode Analisis Data

Aplikasi software komputer digunakan dalam analisis suatu data dengan bantuan aplikasi yang bernama SPSS dalam versi 26. Hal ini disebabkan menggunakan variabel independen >1.

3.4.1 Uji Instrument

3.4.1.1 Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan dalam pengukuran data yang didapatkan setelah dilakukan penyelidikan data dari instrumen yang valid. Data dinyatakan valid dengan korelasi antara indikator dan variabel < 0.05 , maka instrument tersebut divalidasi dan sebaliknya (Ghozali, 2016).

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat kepercayaan dan reliabel dari pertanyaan yang diajukan pada kuesioner. Apabila nilai dari Cronbach Alpha $> 0,7$ maka dapat dikatakan pertanyaan reliabel untuk digunakan (Ghozali, 2016).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1 Uji Normalitas

Penentuan variabel menyebar secara normal dapat dilakukan pengujian normalitas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan proyeksi probabilitas normal. Uji normalitas dilihat dari variabel menyebar di grafik dan sumbu diagonal. Data pengambilan keputusan deteksi normalitas yaitu data menyebar di dekat garis diagonal serta mengikuti grafik yang ada. Penelitian ini menggunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov Test. Apabila nilai sig $> 0,05$, dikatakan pendistribusian secara normal dan sebaliknya. (Ghozali, 2016).

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Penentuan kesamaan antar variabel penelitian dapat dilakukan pengujian multikolinieritas. Dalam pendeteksian tidak terdapat multikolinearitas digunakan dengan toleransi dan nilai VIF (Ajija, 2011). Dengan melihat nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) maka pengujian ini dapat diketahui. Apabila nilai tolerance mendekati 1 dan VIF tidak > 10 maka dapat disebutkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut (Ghozali, 2016).

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Penentuan ketidaksamaan dari variabel penelitian melalui model regresi residual dapat melakukan pengujian heteroskedastisitas. Jika pola distribusi data residual adalah acak, maka tidak terdapat unsur heteroskedastisitas yang signifikan. Uji Park digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Uji Park menyarankan regresi nilai absolut dari residual dari variabel independen. Jika nilai signifikansi melebihi selang kepercayaan 5% (0.05), maka hasil probabilitas disebut signifikan (Ghozali, 2016).

3.4.3 Pengujian Hipotesis

3.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui adanya pengaruh dari variabel independen secara simultan terhadap dependen. (Ghozali, 2011). Model persamaan regresi linier berganda terlihat seperti ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Y : Minat Menerima E-Money

X_1 : Ekspektasi Kinerja

X_2 : Kemudahan Penggunaan

X_3 : Pengaruh Lingkungan Sosial

X_4 : Kondisi yang Memfasilitasi

β : Koefisien Regresi

ε : Error

3.4.4 Uji F

Mengetahui model model yang dipakai dalam memberikan gambaran terhadap adanya hubungan antar variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat dilakukan pengujian F (Ghozali, 2011). Pengujian berdasarkan tabel yang dihasilkan dari output SPSS ANOVA (*Analysis of Variance*) guna mengatasi hipotesis, yakni:

Ho = model ini tidak bisa dipakai guna memberikan gambaran hubungan antar variabel

Ha = model ini bisa dipakai guna memberikan gambaran hubungan antar variabel

Dengan kriteria:

- a. Ho ditolak dan Ha diterima, apabila nilai signifikan (P-Value) < 0,05
- b. Ho diterima dan Ha ditolak, apabila nilai signifikan (P-Value) > 0,05

3.4.5 Uji Determinasi

Besaran kontribusi suatu variabel penelitian dapat dilakukan pengujian determinasi yang diambil dari suatu prediksi persamaan regresi yang telah terbentuk. R-square digunakan sebagai koefisien determinasi, sedangkan adjusted r-square dilakukan setelah penyesuaian dari jumlah variabel untuk pengurangan terjadinya kebiasaan (Ghozali, 2011).

3.4.6 Uji T-Test

Memperlihatkan pengaruh dari variabel independen guna menjelaskan suatu variabel dependen dapat dilakukan uji t-Test. Nilai sig dalam pengambilan keputusan yakni 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila didapatkan hasil sig < 0,05 akan terjadi pengaruh yang signifikan, namun sebaliknya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

Penelitian dilakukan dengan sampel UMKM yang berada di Yogyakarta. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan secara online melalui sosial media. Data UMKM yang berada di Yogyakarta didapatkan melalui grup UMKM Yogyakarta serta melalui website Sibakul Jogja. Kuesioner dibagikan secara online melalui *g-form* dimulai pada tanggal 23-03-2021 pukul 14.00 WIB dan berakhir pada 05-04-2022 pada pukul 18.30 WIB. Total responden yang mengisi kuesioner, berjumlah 114 data dan seluruh data dipandang sudah memenuhi syarat atau kriteria.

Tabel 4.1

Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang terkumpul	114	100%
Kuesioner yang dapat diolah	114	100%

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik dari responden digolongkan berdasarkan umur, jenis kelamin, jenis usaha, dan lokasi usaha.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	62	54.4%
2	Laki-Laki	52	45.6%
Total		114	100%

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Tabel diatas menjelaskan persentase terbesar sebanyak 54,5% dalam kategori perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20	16	14%
2	21 - 23	71	62.3%
3	23 – 35	16	14%
4	>35	11	9.6%
Total		114	100%

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Penjabaran dari tabel diatas adalah sebanyak 62,3% meraih persentase tertinggi di kalangan usia dengan rentang usia 21 sampai 23 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1	Bisnis Makanan	47	37.9%
2	Bisnis Konveksi	15	12.1%
3	Bisnis Pertanian	6	4.8%
4	Bisnis Finansial	1	0.8%
5	Bisnis Jasa	16	12.9%
6	Bisnis Produksi Bahan Mentah	1	0.8%
7	Bisnis Manufaktur	4	3.2%
8	Bisnis Konstruksi	2	1.6%
9	Bisnis Transportasi	2	1.6%
10	Bisnis Komunikasi	3	2.4%
11	Bisnis Perdagangan Besar/Kecil	19	15.4%
12	Lainnya	8	6.5%
Total		124	100%

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Penjabaran tersebut menjelaskan sejumlah 47 orang telah mendominasi pemilik usaha dibidang makanan dengan persentase 37.5%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

No	Lokasi Usaha	Jumlah	Persentase
1	Kota Yogyakarta	46	37.7%
2	Kabupaten Bantul	35	28.7%
3	Kabupaten Sleman	30	24.6%
4	Kabupaten Gunung Kidul	6	4.9%
5	Kabupaten Kulon Progo	5	4.1%
Total		122	100%

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Tabel tersebut menjelaskan pelaku UMKM dalam penelitian ini berlokasi di Kota Yogyakarta telah mendominasi dengan persentase 37.7% atau sebanyak 46 responden dari 114 responden. Jumlah lokasi usaha ini memiliki perbedaan dengan jumlah responden yang mengisi dikarenakan ada beberapa responden yang mempunyai lokasi usaha lebih dari satu yakni memiliki cabang yang masih berada di wilayah Yogyakarta sehingga untuk lokasi ini berjumlah 122.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Memberikan gambaran suatu variabel yang diteliti dapat digunakan analisis statistik deskriptif. Dalam analisis ini memerlukan nilai interval yang melalui perhitungan berikut:

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Batasan yang didapatkan antara lain:

1,00 – 1,75 : Sangat Tidak Setuju

1,76 – 2,51 : Tidak Setuju

2,52 – 3,27 : Setuju

3,28 – 4,03 : Sangat Setuju

Tabel 4.6

Hasil Statistik Deskriptif

Keterangan	n	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Dev.
<i>Performance Expectancy</i>	114	4	16	3,539	0,624
<i>Effort Expectancy</i>	114	4	16	3,421	0,684
<i>Social Influence</i>	114	3	12	3,219	0,762
<i>Facilitating Condition</i>	114	4	16	3,364	0,691
<i>Hedonic Motivation</i>	114	3	12	3,298	0,729
<i>Habit</i>	114	3	12	2,892	0,906
Minat Menerima E-Money	114	5	20	3,437	0,652

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Berdasarkan pemaparan tabel diatas, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Variabel *performance expectancy* menghasilkan bahwa nilai minimal 1 serta nilai maksimal 4 dengan mean= 3,539. Rata-rata hasil jawaban responden adalah sangat setuju.
2. Variabel *effort expectancy* menghasilkan bahwa nilai terendah adalah 1

dan nilai tertinggi 4 dengan mean= 3,421. Rata-rata hasil jawaban responden adalah sangat setuju

3. Variabel *social influence* menghasilkan bahwa nilai 1 sebagai nilai yang rendah dan nilai 4 sebagai nilai tinggi dengan mean= 3,219. Rata-rata hasil jawaban responden adalah setuju.
4. Variabel *facilitating condition* menghasilkan bahwa penilaian rendah dengan angka 1 dan penilaian tinggi dengan angka 4, dengan mean= 3,364. Rata-rata hasil jawaban responden adalah sangat setuju.
5. Variabel *hedonic motivation* menghasilkan bahwa nilai terendah adalah 1 dan nilai tertinggi 4 dengan mean= 3,298. Rata-rata hasil jawaban responden adalah sangat setuju.
6. Variabel *habit* menghasilkan bahwa nilai rendah yakni 1 dan nilai tinggi yakni 4 dengan mean= 2,892. Rata-rata hasil jawaban responden adalah setuju.
7. Variabel minat menerima *e-Money* menghasilkan bahwa nilai paling bawah yaitu 1 dan nilai paling atas yaitu 4 dengan mean= 3,437. Rata-rata hasil jawaban responden adalah sangat setuju.

4.4 Hasil Uji Instrumen

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Pengukuran derajat validitas suatu instrumen dilakukan uji validitas, yang mana hasil tersebut dijelaskan melalui tabel dibawah:

Tabel 4.7**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Persons' Correlations	Sig.	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	X1.1	0,848	0,000	Valid
	X1.2	0,807	0,000	Valid
	X1.3	0,841	0,000	Valid
	X1.4	0,767	0,000	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	X2.1	0,848	0,000	Valid
	X2.2	0,864	0,000	Valid
	X2.3	0,816	0,000	Valid
	X2.4	0,819	0,000	Valid
<i>Social Influence</i> (X3)	X3.1	0,785	0,000	Valid
	X3.2	0,860	0,000	Valid
	X3.3	0,734	0,000	Valid
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	X4.1	0,779	0,000	Valid
	X4.2	0,769	0,000	Valid
	X4.3	0,843	0,000	Valid
	X4.4	0,534	0,000	Valid
<i>Hedonic Motivation</i> (X5)	X5.1	0,807	0,000	Valid
	X5.2	0,872	0,000	Valid
	X5.3	0,877	0,000	Valid

<i>Habit</i> (X6)	X6.1	0,796	0,000	Valid
	X6.2	0,890	0,000	Valid
	X6.3	0,890	0,000	Valid
Minat Menerima E-Money (Y)	Y1	0,779	0,000	Valid
	Y2	0,822	0,000	Valid
	Y3	0,759	0,000	Valid
	Y4	0,667	0,000	Valid
	Y5	0,740	0,000	Valid

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Nilai $R_{tabel} = 0,1824$ dengan jumlah $n = 114$, apabila nilai *Pearson's Correlations* memiliki nilai $> R_{tabel}$ maka dapat disebutkan bahwa indikator tersebut dianggap valid. Berdasarkan tabel 4.7 diatas disimpulkan bahwa setiap indikator dalam variabel penelitian dinyatakan valid dan layak untuk diaplikasikan dalam pengambilan data penelitian.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas memiliki tujuan agar dapat tahu keandalan variabel yang digunakan sebagai instrumen penelitian dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$ (Ghozali, 2016).

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,833	Reliabel

<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,853	Reliabel
<i>Social Influence (X3)</i>	0,703	Reliabel
<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0,714	Reliabel
<i>Hedonic Motivation (X5)</i>	0,810	Reliabel
<i>Habit (X6)</i>	0,823	Reliabel
Minat Menerima E-Money (Y)	0,809	Reliabel

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Tabel diatas menjelaskan indikator dalam variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan dalam kondisi layak pakai.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Penentuan variabel menyebar secara normal dapat dilakukan pengujian normalitas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan proyeksi probabilitas normal. Uji normalitas dilihat dari variabel menyebar di grafik dan sumbu diagonal. Data pengambilan keputusan deteksi normalitas yaitu data menyebar di dekat garis diagonal serta mengikuti grafik yang ada. (Ghozali, 2016).

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,200	Terdistribusi Normal

Sumber: data primer, diolah 2022

Tabel tersebut menggambarkan adanya distribusi secara normal dengan nilai sig 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga layak digunakan sebagai data penelitian.

4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Penggunaan uji multikolinearitas dalam penelitian ini telah dijabarkan melalui tabel dibawah:

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Perhitungan		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
<i>Performance Expectancy</i>	0,455	2,198	Tidak mengalami multikolinearitas
<i>Effort Expectancy</i>	0,260	3,849	Tidak mengalami multikolinearitas
<i>Social Influence</i>	0,581	1,721	Tidak mengalami multikolinearitas
<i>Facilitating Condition</i>	0,329	3,041	Tidak mengalami multikolinearitas
<i>Hedonic Motivation</i>	0,551	1,815	Tidak mengalami multikolinearitas
<i>Habit</i>	0,580	1,724	Tidak mengalami multikolinearitas

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Hasil yang didapatkan dari pengujian adalah tidak mengalami multikolinearitas, sehingga data pantas untuk digunakan dalam penelitian dikarenakan menunjukkan nilai VIF tidak ada yang mendekati atau melebihi angka 10.

4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Penggunaan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini telah dijabarkan melalui tabel dibawah:

Tabel 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Sig.	Kesimpulan
Performance Expectancy	0,155	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Effort Expectancy	0,082	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Social Influence	0,155	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Facilitating Condition	0,767	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Hedonic Motivation	0,343	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Habit	0,225	Tidak mengalami heteroskedastisitas

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Hasil dari tabel adalah data yang digunakan layak untuk dipakai dengan nilai sig yang dihasilkan adalah $> 0,05$, dikarenakan menurut Uji Park apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji F

Uji F dalam penelitian ini telah dijabarkan melalui tabel dibawah:

Tabel 4.12

Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.
25,242	2,175	0,000

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Berdasarkan perhitungan yang telah didapat yaitu nilai $f_{\text{tabel}} = 2,175$. Berdasarkan tabel tersebut didapatkan $f_{\text{hitung}} = 25,242$ yang memiliki arti lebih besar dibandingkan f_{tabel} yang nilainya 2,175 dan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini memiliki arti H_0 ditolak sehingga variabel independen memiliki pengaruh sehingga model penelitian layak dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen yakni minat menerima pembayaran memakai *e-Money* pada UMKM.

4.6.2 Uji Determinasi

Pengujian yang dimaksudkan untuk melihat besaran dari kontribusi suatu variabel dependen yang dijelaskan dalam variabel independent sehingga didapatkan prediksi dengan memakai persamaan regresi yang terbentuk disebut pengujian determinasi (Ghozali, 2011). Berikut yaitu hasil perhitungan Uji Determinasi dengan memakai aplikasi SPSS:

Tabel 4.13

Hasil Uji Determinasi

Model	R	Adj. R Square
1	0,766	0,583

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Berdasarkan tabel pada 4.15 yakni hasil uji determinasi didapatkan bahwa sebesar R^2 adalah 0,583 yang menunjukkan bahwa variabel independen terdapat pengaruh terhadap dependen yaitu Minat Menerima *E-Money* (Y) nilai sebesar 0,583 atau dengan persentase sebesar 58,3% sedangkan sisanya sebesar 41,7%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang diteliti oleh peneliti.

4.6.3 Hasil Analisis Regresi Berganda

Regresi secara ganda digunakan dalam menganalisis data dengan cara membuktikan pengaruh dari sebuah variabel ekspektasi suatu kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), kondisi sosial (*social condition*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan kebiasaan (*habit*) atas minat menerima *e-Money*.

Tabel 4.14

Hasil Analisis Berganda

Variabel	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficient		Coefficient		
	β	Std. Error	β		
(Constant)	3,556	1,185		3,002	0,003
Performance Expectancy	0,321	0,109	0,271	2,943	0,004
Effort Expectancy	0,209	0,129	0,198	1,621	0,108
Social Influence	0,326	0,109	0,244	2,996	0,003
Facilitating Condition	0,107	0,129	0,090	0,828	0,409
Hedonic Motivation	0,129	0,110	0,98	1,175	0,243

Habit	0,043	0,085	0,041	0,505	0,614
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.12, maka mendapatkan hasil model regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,556 + 0,321 X_1 + 0,209 X_2 + 0,326 X_3 + 0,107 X_4 + 0,129 X_5 + 0,043 X_6$$

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

a. Hubungan *performance expectancy* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Variabel *performance expectancy* (X1) memiliki nilai koefisiensi sejumlah 0,321 atas minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa dalam setiap naiknya 1 satuan pada *performance expectancy*, sehingga akan meningkatkan sejumlah 0,321 satuan peninjauan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta dengan asumsi jika variabel independen yang lain bernilai tetap.

Disamping itu, nilai sig dari variabel *performance expectancy* = 0,004 dengan nilai alpha 5% atau 0,05. *Performance expectancy* mempunyai pengaruh secara signifikan pada minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama (H1) **didukung oleh data.**

Terbuktinya dari hasil diperoleh yakni peningkatan perasaan individu untuk memiliki keuntungan dari suatu kegiatan menerima *e-Money* atas aktivitas pekerjaannya, maka orang tersebut tanpa disadari akan

memiliki dorongan untuk melaksanakan aktivitas tersebut secara terus menerus karena banyaknya manfaat yang diperoleh. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan dapat dianggap bahwa para pelaku UMKM dalam minat menerima *e-Money* yang merupakan metode pembayaran yang diterapkan mempunyai pengaruh terhadap pekerjaannya sebagai pemilik atau pelaku UMKM di Yogyakarta. Hal ini diduga dapat terjadi karena ada suatu keterkaitan antara pemilik atau pelaku UMKM yang memiliki salah satu alat pembayaran yang dipakai yakni *e-Money*. Hadirnya *e-Money* dapat memudahkan pekerjaan ataupun transaksi yang dilakukan pelaku UMKM dengan *customer*.

Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan riset Macedo, (2017) menjelaskan adanya pengaruh dari *performance expectancy* atas minat pemakaian teknologi baru. Kondisi ini diduga karena adanya keterkaitan antara pelaku UMKM dengan alat pembayaran yang digunakan, dengan adanya berbagai alternatif pembayaran tentunya akan semakin memudahkan untuk dilakukannya transaksi.

b. Hubungan *effort expectancy* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Variabel *effort expectancy* (X2) memiliki nilai koefisiensi sejumlah 0,209 atas minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa dalam setiap naiknya 1 satuan pada *effort expectancy*, sehingga akan meningkatkan sejumlah 0,209 satuan pertimbangan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

dengan asumsi jika variabel independen yang lain bernilai tetap.

Disamping itu nilai sig dari variabel *effort expectancy* = 0,108 dengan alpha 5% atau 0,05. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Effort expectancy* atas minat menerima e-Money pada UMKM di Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua (H2) **tidak didukung oleh data.**

Tidak dapat dibuktikan tentang keefektifan dalam menggunakan durasi maupun sistem dalam jangka panjang maupun dalam berkelanjutan. Dapat disimpulkan pelaku UMKM di Yogyakarta dalam menerima *e-Money* tidak memiliki pengaruh terhadap tenaga dan waktunya dalam menggunakan sebuah sistem. Kondisi ini diduga karena pelaku UMKM pada zaman milenial ini memiliki kecenderungan untuk melakukan kebiasaan dan adaptasi secara cepat dengan menggunakan sistem teknologi terbaru seperti pada halnya menerima pembayaran menggunakan *e-Money*, sehingga pada saat menerima pembayaran selain dengan uang tunai tersebut dirasa benar-benar memudahkan tanpa ada sebuah pengorbanan waktu dikarenakan sudah menjadi hal yang biasa terhadap sistem teknologi baru yang ada.

Hasil penelitian sesuai dengan riset Sheikh et al., (2017) dan Piarna et al., (2020) mengatakan tidak adanya pengaruh dari *effort expectancy*. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM yang memiliki anggapan sudah terbiasa menggunakan teknologi terbaru, sehingga memberikan efek dalam melakukan aktivitas transaksi menerima *e-Money* menghemat waktu dalam

mempelajari caranya dan beranggapan bahwa dalam penggunaan dirasa mudah karena sudah terbiasa dengan sistem tersebut.

c. Hubungan *social influence* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Variabel *social influence* (X3) mempunyai nilai koefisiensi sejumlah 0,326 terhadap minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa setiap naiknya 1 satuan pada *social influence*, hal ini dapat mengalami peningkatan sebanyak 0,326 satuan peninjauan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta dengan asumsi jika variabel independen yang lain bernilai tetap.

Disamping itu, nilai signifikansi dalam variabel *social influence* adalah sejumlah 0,003 dengan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Hasil yang diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari pengaruh kondisi sosial pada pertimbangan dalam keinginan menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga (H3) **didukung oleh data.**

Pembuktian yang didapatkan dari hasil adalah rutinitas dari tekanan yang diberikan oleh individu yang mempunyai kepentingan di kehidupan, akan memberikan efek dalam pemberian syarat dalam melaksanakan kegiatan penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM. Keadaan tersebut sering terjadi karena zaman milenial terdapat pelaku UMKM cenderung meminta pendapat ataupun menerima saran dari orang penting ataupun orang sekitar untuk mengikuti perkembangan teknologi

yang ada, terkait dengan menggunakan alternatif pembayaran melalui *e-Money*.

Hasil diperoleh berbanding sejajar dengan riset Macedo, (2017) dan Piarna et al., (2020) menjelaskan adanya pengaruh *social influence* atas keinginan dan tindakan dalam menggunakan teknologi. Keadaan tersebut disebabkan dari individu yang melakukan menerima pembayaran menggunakan *e-Money*, yang pada masa sebelumnya jarang atau bahkan tidak pernah dilakukan, dikarenakan harus ada keseimbangan perubahan terhadap manfaat dari penggunaan *e-Money* tersebut serta harus ada bimbingan, saran, dan masukan dari orang terdekat.

d. Hubungan *facilitating condition* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis regresi yakni mendapat data pada variabel *facilitating condition* (X4) mempunyai nilai koefisiensi sejumlah 0,326 terhadap minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa dalam setiap naiknya 1 satuan pada *facilitating condition*, maka dapat mengalami peningkatan sejumlah 0,326 satuan peninjauan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta dengan asumsi apabila variabel independen yang lain bernilai tetap.

Disamping itu, nilai signifikansi dalam variabel *facilitating condition* adalah sejumlah 0,409 dengan nilai alpha 5% atau 0,05. Hal tersebut menjelaskan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh pada

peninjauan dengan menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat (H4) **tidak didukung oleh data.**

Hasil ini tidak dapat memberikan bukti bahwasannya peningkatan rasa berlimpah dengan fasilitas pendukung dalam beraktivitas menerima pembayaran memakai *e-Money*, dengan itu akan ada peningkatan minat dan perilaku penggunaan. Hasil tersebut menjelaskan pelaku UMKM di Yogyakarta saat melaksanakan penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money* cenderung dengan adanya berbagai macam fasilitas tidak mempengaruhinya, karena penggunaan satu sistem dapat melaksanakan bermacam-macam aktivitas seperti pembayaran dengan macam-macam tipe yang digunakan tanpa perlu peralatan pendukung lainnya yang terbilang lebih lengkap.

Hasil didapatkan berbanding lurus dengan riset Macedo, (2017) dengan menjelaskan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh atas minat dalam penggunaan atau penerimaan teknologi. Kondisi ini diduga dapat terjadi karena kondisi atau keadaan dengan fasilitas yang ada di zaman milenial ini dianggap sudah memudahkan atau memenuhi kebutuhan pelaku UMKM.

e. Hubungan *hedonic motivation* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Berdasarkan pada hasil analisis regresi, yakni mendapat data pada variabel *hedonic motivation* (X5) memiliki nilai koefisiensi jumlah 0,129

terhadap minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa setiap naiknya 1 satuan pada *hedonic motivation*, maka akan mengalami peningkatan sejumlah 0,129 satuan peninjauan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta dengan asumsi jika variabel independen yang lain bernilai tetap.

Nilai signifikansi dari variabel *hedonic motivation* adalah 0,243 dengan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Disimpulkan tidak ada pengaruhnya dari *hedonic motivation* terhadap peninjauan dalam minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis kelima (H5) **tidak didukung oleh data.**

Pemaparan sebuah hasil tidak bisa memberikan bukti bahwasanya seseorang yang mengharapkan untuk meningkatkan kepuasan dalam melakukan kegiatan dengan peningkatan kepuasan individu dalam melakukan kegiatan menerima pembayaran menggunakan *e-Money*, maka akan membuatnya menjadi agresif untuk selalu menerima pembayaran menggunakan *e-Money* tersebut meskipun tidak adanya manfaat yang memiliki arti baginya. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat diasumsikan bahwa para pelaku UMKM menerima pembayaran menggunakan *e-Money* berdasarkan sisi manfaatnya saja tanpa memikirkan kepuasan atau yang dianggap tidak terlalu penting lainnya, sehingga penerimaan *e-Money* dilakukan secara seperlunya.

Penelitian ini memiliki hasil yang berbanding lurus dengan

penelitian Piarna et al., (2020) dengan menjelaskan tidak adanya pengaruh dari motivasi hedonis atas minat dalam menggunakan teknologi. Hal ini dikarenakan seseorang dengan sifat hedonis akan memiliki kecenderungan ingin memperoleh kepuasan saja tanpa peduli dengan manfaat yang didapatkan dari sistem atau teknologi baru tersebut.

f. Hubungan *habit* dengan minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta

Variabel *habit* (X6) memiliki nilai koefisiensi sejumlah 0,043 atas minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta. Angka tersebut memperlihatkan bahwa setiap naiknya 1 satuan pada *habit*, dengan itu akan mengalami peningkatan sejumlah 0,043 satuan peninjauan dalam minat menerima *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta dengan asumsi jika variabel independen yang lain bernilai tetap.

Nilai signifikansi dari variabel *habit* adalah 0,614 dengan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Hasil diatas memperlihatkan bahwa tidak adanya pengaruh dari *habit* dengan pertimbangan dalam penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta, sehingga hipotesis keenam (X6) **tidak didukung oleh data.**

Tidak terjadi pembuktian atas hasil yang diperoleh dimana tingginya individu yang memiliki kebiasaan dengan penerimaan pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM, maka menjadikannya dalam penuntutan perlakuan kegiatan yang dilakukan, apabila perilaku tidak dilaksanakan, maka individu merasa kurang cukup di dalam kehidupan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian menyatakan pelaku UMKM di Yogyakarta menganggap bahwa tanpa melaksanakan penerimaan menggunakan *e-Money* yakni dengan menerima pembayaran menggunakan uang tunai pula tidak akan membuat pelaku UMKM merasa ada sesuatu yang kurang karena hal itu tidak dianggap menjadi sebuah kebiasaan yang berpengaruh. Hal ini diduga dapat terjadi karena walaupun zaman sudah canggih ini tapi masih ada banyak *customer* terutama kalangan yang sudah berumur dan kurang paham terhadap teknologi melakukan pembayaran menggunakan uang tunai, dan ada beberapa kalangan *customer* yang masih lebih menyukai melakukan transaksi menggunakan uang tunai, sehingga walaupun banyak yang terbiasa menggunakan *e-Money* jika ada yang menggunakan uang tunai tidak akan mempengaruhi manfaat dalam transaksi pada UMKM di Yogyakarta.

Penelitian ini memiliki hasil yang berbanding terbalik dari beberapa riset sebelumnya yakni Sheikh et al., (2017), Macedo, (2017), dan Piarna et al., (2020) menjelaskan adanya pengaruh dari sebuah dengan minat dan perilaku penggunaan. Sedangkan dalam penelitian ini justru sebaliknya. Hal ini diduga dapat terjadi karena masih ada penyesuaian terhadap pembayaran menggunakan teknologi baru.

Tabel 4.15

Ringkasan dari Analisis Hasil

No	Hipotesis	Hasil
H ₁	<i>Performance expectancy</i> memiliki pengaruh positif pada keinginan menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	Didukung oleh data
H ₂	<i>Effort expectancy</i> memiliki pengaruh positif pada keinginan menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	Tidak didukung oleh data
H ₃	<i>Social influence</i> memiliki pengaruh positif pada keinginan menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	Didukung oleh data
H ₄	<i>Facilitating Condition</i> memiliki pengaruh positif menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	Tidak didukung oleh data
H ₅	<i>Hedonic motivation</i> memiliki pengaruh positif pada keinginan menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta	Tidak didukung oleh data
H ₆	<i>Habit</i> memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan menerima pembayaran melalui <i>e-Money</i> pada UMKM di Yogyakarta.	Tidak didukung oleh data

Sumber: data primer, dilakukan pengolahan 2022

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil yang diperoleh, dengan itu peneliti menarik suatu kesimpulan, antara lain:

1. *Performance expectancy* adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
2. *Effort expectancy* tidak adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
3. *Social expectancy* adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
4. *Facilitating condition* tidak adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
5. *Hedonic Motivation* tidak adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.
6. *Habit* tidak adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada minat menerima pembayaran menggunakan *e-Money* pada UMKM di Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dimiliki oleh peneliti saat melakukan penelitian, yaitu sampel yang terdapat pada penelitian ini untuk penyebarannya masih kurang maksimal, tidak merata diseluruh wilayah Yogyakarta namun hasilnya mayoritas pada wilayah Kota Yogyakarta, Sleman dan Bantul. Dikarenakan hanya melalui sosial media saja untuk penyebarannya kuesioner tersebut sehingga menyebabkan wilayah Gunung Kidul dan Kulon Progo hanya beberapa responden yang dapat menjadi objek penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan variabel-variabel yang diadopsi dari teori UTAUT2, yang berarti bahwa masih ada faktor-faktor diluar dari variabel yang diteliti. Pada hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* tidak memiliki pengaruh, padahal penelitian sebelumnya banyak yang membuktikan sebaliknya.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian diatas, saran diberikan kepada pihak terkait sesuai dengan judul penelitian adalah peneliti mempunyai harapan terhadap peneliti selanjutnya agar dapat menetapkan target perwilayah agar penyebaran datanya merata serta dapat menggunakan variabel yang jarang dipakai seperti *characteristics* atau *task characteristic* dimana dimasa mendatang teknologi akan semakin dan terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, Shochrul Rohmatul, dkk. 2011. Cara Cerdas Menguasai Eviews. Jakarta: Salemba Empat.
- 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>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Aritonang, Y. A. L., dan Arisman, A. (2017). “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-money.” *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, hal 1-17.
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44(July 2018), 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- Bank Indonesia. (2018). Laporan Perekonomian Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2018, May 7). Peraturan Bank Indonesia. Retrieved Januari 1, 2020, from Bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI200618.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). Statistik Sistem Pembayaran. Retrieved Januari 10, 2020, from Bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/statistic/sistem-pembayaran/uangelektronik/contents/transaksi.aspx>
- Fithri Meuthia, R., Putra Ananto, R., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Sigit Purnomo, W. P. (2019). Assessment of the readiness of micro, small and medium enterprises in using E-money using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Hamidi, H., & Safareeyeh, M. (2019). A model to analyze the effect of mobile banking adoption on customer interaction and satisfaction: A case study of m-banking in Iran. *Telematics and Informatics*, 38, 166–181. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.008>
- Hasiara La Ode. “Buku Akuntansi Dasar Satu (Pendekatan Teori dan Praktik Serta Penjelasan Soal-Soal dan Cocok Bagi UMKM)
- Hasiara La Ode. “Manajemen Keuangan Berbasis Hasil Penelitian. Malang: Tunggal Mandiri, 2015.
- Hasiara, L. O., & Hasim, M. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Electronic Money. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*, 2(2), 142–148.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi OffsetKim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., (2007). A trust-based consumer decision making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, pp 157-167
- Jogiyanto, H. M., 2007, Pengenalan Komputer, Andi Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M., 2008, Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Erlangga.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adaption of internet banking: An integration TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 8, No. 3, pp. 130-141.
- Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan literasi keuangan digital pada pelaku UMKM melalui sosialisasi gerakan nasional non-tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 378. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How Habit Limits the Predictive Power of Intentions The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705 – 737. <https://doi.org/10.1002/fut.10029>

- Ma'ruf Ahmad. (2016). Minat Penggunaan produk e-money di kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif Tam dan Tpb). Malang
- Macedo, I. M. (2017). Predicting the acceptance and use of information and communication technology by older adults: An empirical examination of the revised UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 75, 935–948. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.013>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (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>
- Moon, N. N., Talha, I. M., & Salehin, I. (2021). An advanced intelligence system in customer online shopping behavior and satisfaction analysis. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2(August), 100051. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100051>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2018
- Peraturan Pemerintah Bank Indonesia (BI) Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik
- Piarna, R., Fathurohman, F., & Purnawan, N. N. (2020). Understanding online shopping adoption: The unified theory of acceptance and the use of technology with perceived risk in millennial consumers context. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 51. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i1.5050>
- Rahmatika, U., & Andryzal, F. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Electronic Money : Integrasi Model TAM-TPB dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal Volume VIII Nomor 2 2019*.
- Riadi, M. (2020). Pengertian dan Jenis Variabel Penelitian [Kajianpustaka.com](https://www.kajianpustaka.com). <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/pengertian-dan-jenis-variabel-penelitian.html>
- Rodiah, S., & Melati, S. I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80. file:///C:/Users/user/Documents/1293-301-6406-1-10-20201226.pdf

- Saputri, N. A. (2021). Readiness of SMEs on Digital Payment for Business Sustainability. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 140–144. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business* (7 ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Sheikh, Z., Islam, T., Rana, S., Hameed, Z., & Saeed, U. (2017). Acceptance of Social Commerce Framework in Saudi Arabia. *Telematics and Informatics*, August. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.08.003>
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha 3 Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utami, S. S., dan Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Audit dan Keuangan: BALANCE*, XIV (2).
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 424 – 478. <https://doi.org/10.1006/mvire.1994.1019>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Faktor yang Mempengaruhi Minat Menerima Pembayaran menggunakan E-Money pada UMKM di Yogyakarta

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan kewajiban menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Menerima Pembayaran menggunakan E-Money pada UMKM di Yogyakarta”, maka diperlukan data untuk melakukan penelitian sesuai dengan judul tersebut.

Identitas Peneliti:

Nama : Khoirun Nikmah

Nomor Mahasiswa : 18312184

Fakultas/Prodi : Bisnis dan Ekonomika/Akuntansi

Peneliti menyadari sepenuhnya, pengisian kuesioner ini akan sedikit membutuhkan waktu Bapak/Ibu/Sdr/i. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti memohon kiranya Bapak/Ibu/Sdr/I berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kerahasiaan Bapak/Ibu/Sdr/i sepenuhnya dijamin dan jawaban tersebut semata-mata hanya diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) ini.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i saya mengucapkan terimakasih.

Data Diri Responden

1. Nama (Boleh Inisial) :

2. Jenis Kelamin : Pria

Wanita

3. Usia : Kurang dari 20 tahun 23-35 tahun

21 – 23 tahun

Diatas 35 tahun

4. Lokasi Usaha :

5. No HP :

Petunjuk Kegiatan

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i yang sebenarnya.

Keterangan Jawaban
Sangat Setuju (SS)
Setuju (S)
Tidak Setuju (TS)
Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Pernyataan Variabel Independen

1.1. Variabel Ekspektasi Kinerja

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money sangat berguna bagi bisnis saya.				
2	Melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money meningkatkan peluang saya untuk menyelesaikan aktivitas lain yang penting..				
3	Melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money membantu saya menyelesaikan banyak aktivitas dengan lebih baik dan lebih cepat.				
4	Melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money membuat transaksi				

	pembayaran menjadi lebih cepat dan akurat.				
--	--------------------------------------------	--	--	--	--

1.2.Variabel Ekspektasi Usaha

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa mudah mempelajari cara melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				
2	Saya merasa melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money sangat jelas dan mudah dimengerti.				
3	Saya merasa peralatan yang mendukung penerimaan pembayaran menggunakan e-Money mudah digunakan.				
4	Saya merasa dengan cepat menjadi mahir dalam menggunakan sistem untuk penerimaan pembayaran menggunakan e-Money				

1.3.Variabel Pengaruh Sosial

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan untuk melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				

2	Orang-orang yang saya hormati menyarankan bahwa seharusnya saya menerima pembayaran menggunakan e-Money.				
3	Orang-orang berpendapat bahwa UMKM yang menerima pembayaran menggunakan e-Money memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan yang tidak menerima pembayaran menggunakan e-Money.				

1.4 Variabel Kondisi yang Memfasilitasi

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya memiliki fasilitas yang mendukung untuk melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				
2	Saya memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				
3	Teknologi yang saya miliki dan gunakan kompatibel dengan e-Money.				
4	Saya bisa mendapatkan bantuan orang lain Ketika saya menghadapi kendala dalam menerima pembayaran menggunakan e-Money.				

1.5 Variabel Motivasi Hedonis

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money itu menyenangkan.				
2	Saya merasa melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money sangat menghibur.				
3	Saya merasa menerima pembayaran menggunakan e-Money dapat memberikan kepuasan.				

1.6 Variabel Kebiasaan

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Menerima pembayaran menggunakan e-Money merupakan kebiasaan bagi saya.				
2	Saya harus melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				
3	Saya kecanduan melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money.				

Variabel Dependen

1. Variabel mengenai Minat UMKM Menerima Pembayaran menggunakan E-Money

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya akan selalu merasa nyaman menerima pembayaran menggunakan e-Money dari customer yang menggunakan e-Money dengan berbagai kalangan usia.				
2	Saya percaya dengan adanya pembayaran menggunakan e-Money dari customer baik laki-laki maupun perempuan akan memberikan banyak manfaat.				
3	Dengan pengalaman yang ada, menerima pembayaran menggunakan e-Money lebih meyakinkan bagi saya.				
4	Saya akan selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada agar bisnis saya tetap berjalan dan semakin maju.				
5	Saya akan selalu melakukan penerimaan pembayaran menggunakan e-Money di masa yang akan datang.				

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner

Nomor Responden	Performance Expectancy				Total X1	Effort Expectancy				Total X2	Social Influence			Total X3	Facilitating Condition				Total X4
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	3	4	10	4	3	3	3	13
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	3	4	4	15
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	3	15
5	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	3	3	3	9	2	3	2	3	10
6	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	4	4	11	4	3	4	4	15
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	3	4	11	3	3	3	4	13
9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	12	3	3	3	4	13
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
13	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
16	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	3	3	4	10	4	4	3	3	14
17	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14	1	2	4	7	3	4	3	3	13
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	3	15
19	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
20	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16
21	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
22	3	2	4	3	12	3	2	3	3	11	3	2	3	8	4	3	3	3	13
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14	4	3	3	10	4	3	3	3	13
25	3	3	3	4	13	3	4	4	2	13	4	3	3	10	4	4	3	2	13
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	8	4	3	4	4	15
27	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	4	13
28	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	3	3	3	9	4	3	4	3	14
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	3	4	14
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	11	3	4	3	4	14
33	3	4	4	3	14	4	4	4	3	15	3	3	2	8	3	2	4	4	13
34	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	2	3	3	8	3	3	3	3	12
35	3	2	1	3	9	3	2	1	2	8	4	1	1	6	2	2	3	4	11

Nomor Responden	Performance Expectancy				Total X1	Effort Expectancy				Total X2	Social Influence			Total X3	Facilitating Condition				Total X4
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
36	3	3	4	3	13	3	3	3	2	11	3	2	3	8	4	4	4	2	14
37	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	2	3	3	8	4	4	4	4	16
38	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	3	3	2	8	4	3	4	3	14
39	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	4	2	2	8	3	2	3	4	12
40	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14	4	3	4	11	2	4	2	4	12
41	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	3	3	4	13
42	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
43	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	3	4	4	15
44	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	3	4	3	10	4	4	4	3	15
45	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	4	3	3	2	12
46	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	3	2	3	8	3	3	4	4	14
47	3	3	3	4	13	3	2	2	3	10	2	2	3	7	4	3	3	2	12
48	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	4	11	4	3	4	4	15
49	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	4	12	4	3	4	4	15
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	3	3	4	14
51	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14	3	3	1	7	4	3	4	3	14
52	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	3	3	9	4	4	4	3	15
53	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	3	15
54	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	4	16
55	4	3	3	4	14	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	4	4	3	15
56	4	4	4	2	14	3	3	4	3	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12
57	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	2	3	7	3	3	3	3	12
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	3	3	2	8	3	2	2	3	10
60	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	3	4	4	14
61	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	2	2	2	6	3	3	3	3	12
62	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	4	3	3	13
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	3	4	15
64	4	3	3	4	14	3	3	4	2	12	2	2	2	6	3	2	3	4	12
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	2	10	3	4	4	4	15
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	3	4	4	15
68	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	2	3	8	2	4	4	3	13
69	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	3	2	2	7	3	3	4	3	13
70	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	4	13
71	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
72	4	3	3	2	12	2	2	2	2	8	3	3	4	10	1	1	1	3	6
73	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	2	3	4	12
74	4	4	4	4	16	3	3	4	2	12	3	3	4	10	4	3	4	4	15
75	1	3	2	2	8	1	1	1	1	4	3	3	2	8	1	1	1	3	6
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	4	3	4	14

Nomor Responden	Performance Expectancy				Total X1	Effort Expectancy				Total X2	Social Influence			Total X3	Facilitating Condition				Total X4
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	4	3	4	14
77	2	2	3	2	9	2	3	2	3	10	2	2	3	7	3	2	3	2	10
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	3	4	14
79	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14	4	3	4	11	4	3	2	3	12
80	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	4	4	3	11	3	4	3	3	13
81	3	4	3	3	13	3	4	2	4	13	4	3	4	11	3	4	3	3	13
82	2	3	2	3	10	3	3	2	3	11	2	3	2	7	2	3	2	3	10
83	3	2	2	3	10	3	4	3	4	14	3	4	3	10	4	4	3	4	15
84	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	3	3	4	10	3	3	4	3	13
85	4	3	3	4	14	3	3	4	2	12	2	3	2	7	3	2	3	4	12
86	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	11	3	3	3	4	13
87	2	3	2	3	10	2	2	2	2	8	3	2	2	7	3	2	2	2	9
88	2	2	2	2	8	2	3	2	2	9	3	2	2	7	3	2	2	2	9
89	3	4	4	3	14	3	3	3	2	11	4	4	4	12	4	3	4	4	15
90	3	2	3	2	10	3	2	3	2	10	4	3	2	9	3	2	3	3	11
91	3	4	3	3	13	4	3	4	3	14	4	3	3	10	4	3	4	3	14
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
94	2	2	2	2	8	3	2	2	2	9	2	2	2	6	3	3	3	2	11
95	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
96	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	2	1	4	7	4	4	4	1	13
97	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	16
98	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	4	10	3	3	3	4	13
99	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	3	3	3	12
100	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13	3	3	4	10	3	3	3	3	12
101	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	4	4	3	15
102	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	4	3	3	10	4	3	3	3	13
103	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	3	4	3	10	3	3	4	3	13
104	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	3	3	4	10	2	4	4	3	13
105	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14	4	3	4	11	4	4	3	3	14
106	4	4	4	4	16	3	4	2	3	12	2	2	3	7	2	3	3	3	11
107	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	3	4	11	3	3	3	4	13
108	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	3	3	4	10	4	4	4	4	16
109	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	3	2	4	9	4	4	3	4	15
110	3	3	4	3	13	2	3	4	3	12	4	2	3	9	3	2	2	3	10
111	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	2	8	3	3	3	3	12
112	3	2	4	4	13	3	3	3	2	11	3	2	2	7	3	4	3	3	13
113	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	3	3	9	4	4	3	4	15
114	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	3	3	2	8	3	4	4	3	14

Nomor Responden	Hedonic Motivation			Total X5	Habit			Total X6	Minat Menerima E-Money					Total Y
	X5.1	X5.2	X5.3		X6.1	X6.2	X6.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	4	10	2	2	4	8	3	3	3	4	3	16
2	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	3	4	3	18
5	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	2	3	3	14
6	3	4	4	11	3	2	2	7	3	4	4	4	4	19
7	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	12	3	2	2	7	4	4	4	4	3	19
9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	4	4	17
11	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	4	4	19
13	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
14	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
15	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
16	3	2	4	9	3	3	2	8	3	3	3	4	3	16
17	4	2	4	10	4	4	4	12	2	2	2	4	4	14
18	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
19	3	3	3	9	2	1	2	5	3	3	3	3	3	15
20	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	3	4	4	17
21	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
22	3	2	4	9	2	3	2	7	2	3	3	4	3	15
23	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
24	3	3	4	10	4	4	3	11	3	3	3	4	3	16
25	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	4	3	18
26	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	10	2	2	2	6	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15
29	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	12	2	2	3	7	4	4	4	4	4	20
33	4	3	3	10	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19
34	4	3	3	10	3	3	2	8	4	3	4	4	4	19
35	4	4	4	12	2	1	3	6	4	2	1	4	3	14

Nomor Responden	Hedonic Motivation			Total X5	Habit			Total X6	Minat Menerima E-Money					Total Y
	X5.1	X5.2	X5.3		X6.1	X6.2	X6.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
36	4	3	3	10	3	3	2	8	4	3	4	4	4	19
37	4	4	4	12	2	1	3	6	4	2	1	4	3	14
38	3	3	3	9	2	1	1	4	3	4	2	3	4	16
39	3	3	3	9	1	1	2	4	3	3	3	3	2	14
40	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	3	3	15
41	3	3	2	8	2	2	2	6	2	2	2	3	2	11
42	4	4	4	12	3	1	2	6	4	4	4	4	3	19
43	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	4	4	19
44	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	12	3	4	3	10	3	2	3	3	4	15
46	4	4	4	12	4	3	3	10	3	4	3	4	4	18
47	4	3	3	10	4	2	2	8	3	3	3	4	4	17
48	4	2	2	8	3	2	2	7	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	12	2	1	1	4	2	4	4	4	4	18
50	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	3	4	4	19
52	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	3	4	3	18
53	4	3	3	10	3	2	1	6	3	3	3	3	3	15
54	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	4	3	16
55	4	2	3	9	4	1	1	6	4	4	3	4	4	19
56	4	2	4	10	2	3	3	8	4	4	4	4	4	20
57	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	3	3	15
58	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	3	2	14
60	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	9	2	2	1	5	4	4	3	4	3	18
62	3	3	3	9	3	4	3	10	3	4	4	3	4	18

Nomor Responden	Hedonic Motivation				Habit				Minat Menerima E-Money					
	X5.1	X5.2	X5.3	Total X5	X6.1	X6.2	X6.3	Total X6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
61	3	2	2	7	2	2	2	6	3	3	3	2	3	14
62	3	2	2	7	3	3	2	8	3	3	4	4	2	16
63	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
64	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	4	4	16
65	4	4	3	11	3	2	2	7	3	3	3	4	3	16
66	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
67	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	3	3	17
68	3	2	2	7	2	3	3	8	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	4	4	3	17
70	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	3	3	16
71	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
72	2	2	1	5	1	1	1	3	2	3	3	3	3	14
73	3	2	2	7	3	2	2	7	3	3	3	4	3	16
74	3	3	2	8	4	2	2	8	4	4	3	4	4	19
75	1	1	1	3	1	1	1	3	2	3	2	4	2	13
76	3	2	2	7	3	2	2	7	4	4	4	4	4	20
77	2	3	2	7	2	3	2	7	3	2	3	2	2	12
78	4	3	3	10	4	2	2	8	4	4	4	4	4	20
79	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	2	4	4	18
80	3	2	2	7	4	2	2	8	4	4	3	4	4	19
81	3	3	4	10	4	3	3	10	3	4	3	3	3	16
82	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	2	3	2	12
83	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	3	4	18
84	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	3	4	4	18
85	2	2	3	7	2	3	2	7	3	2	2	3	2	12
86	4	2	2	8	3	1	1	5	3	4	3	4	4	18
87	3	2	3	8	2	3	2	7	3	2	2	2	3	12
88	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	3	2	12
89	3	2	2	7	4	2	2	8	4	4	3	4	3	18
90	2	4	3	9	3	3	3	9	3	3	4	3	4	17

Nomor Responden	Hedonic Motivation			Total X5	Habit			Total X6	Minat Menerima E-Money					Total Y
	X5.1	X5.2	X5.3		X6.1	X6.2	X6.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
91	4	3	4	11	3	4	3	10	4	4	3	4	3	18
92	4	3	3	10	4	2	2	8	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
94	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	1	4	3	12
95	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
96	2	2	4	8	3	4	3	10	4	4	4	4	4	20
97	4	3	3	10	2	2	2	6	3	4	3	4	2	16
98	4	3	4	11	3	2	2	7	3	3	3	4	4	17
99	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18
100	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	4	4	19
101	4	4	4	12	4	2	4	10	4	4	3	3	3	17
102	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	2	3	3	14
103	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	3	3	3	17
104	3	4	4	11	4	4	3	11	3	4	3	3	4	17
105	3	2	3	8	4	3	4	11	4	4	3	4	3	18
106	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	2	4	4	16
107	3	3	3	9	4	4	3	11	4	3	4	4	3	18
108	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
109	3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	4	3	4	17
110	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	2	3	3	15
111	3	3	3	9	1	2	2	5	3	3	3	4	4	17
112	3	2	3	8	3	4	2	9	2	3	3	3	4	15
113	4	4	4	12	3	3	1	7	4	3	3	4	4	18
114	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	4	4	3	17

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Performance Expectancy

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.595**	.594**	.579**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X1.2	Pearson Correlation	.595**	1	.617**	.416**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X1.3	Pearson Correlation	.594**	.617**	1	.524**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X1.4	Pearson Correlation	.579**	.416**	.524**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114
Total_X1	Pearson Correlation	.848**	.807**	.841**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

2. Effort Expectancy

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.689**	.577**	.608**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X2.2	Pearson Correlation	.689**	1	.617**	.604**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X2.3	Pearson Correlation	.577**	.617**	1	.507**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X2.4	Pearson Correlation	.608**	.604**	.507**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114
Total_X2	Pearson Correlation	.848**	.864**	.816**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.853	4

3. Social Influence

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.616**	.284**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	114	114	114	114
X3.2	Pearson Correlation	.616**	1	.433**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
X3.3	Pearson Correlation	.284**	.433**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total_X3	Pearson Correlation	.785**	.860**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	3

4. Facilitating Condition

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.500**	.631**	.145	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.124	.000
	N	114	114	114	114	114
X4.2	Pearson Correlation	.500**	1	.547**	.171	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.070	.000
	N	114	114	114	114	114
X4.3	Pearson Correlation	.631**	.547**	1	.288**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000
	N	114	114	114	114	114
X4.4	Pearson Correlation	.145	.171	.288**	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.124	.070	.002		.000
	N	114	114	114	114	114
Total_X4	Pearson Correlation	.779**	.769**	.843**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	4

5. Hedonic Motivation

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.552**	.567**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114
X5.2	Pearson Correlation	.552**	1	.651**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
X5.3	Pearson Correlation	.567**	.651**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total_X5	Pearson Correlation	.807**	.872**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	3

6. Habit

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	Total_X6
X6.1	Pearson Correlation	1	.528**	.551**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114
X6.2	Pearson Correlation	.528**	1	.739**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
X6.3	Pearson Correlation	.551**	.739**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total_X6	Pearson Correlation	.796**	.890**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	3

7. Minat Menerima *E-Money*

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.620**	.468**	.442**	.406**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.2	Pearson Correlation	.620**	1	.551**	.439**	.481**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.3	Pearson Correlation	.468**	.551**	1	.307**	.450**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.4	Pearson Correlation	.442**	.439**	.307**	1	.447**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.5	Pearson Correlation	.406**	.481**	.450**	.447**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
Total_Y	Pearson Correlation	.779**	.822**	.759**	.667**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.809	5
------	---

Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Analisis Berganda

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55163913
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.050
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.556	1.185		3.002	.003
	Total_X1	.321	.109	.271	2.943	.004
	Total_X2	.209	.129	.198	1.621	.108
	Total_X3	.326	.109	.244	2.996	.003
	Total_X4	.107	.129	.090	.828	.409
	Total_X5	.129	.110	.098	1.175	.243
	Total_X6	.043	.085	.041	.505	.614

a. Dependent Variable: Total_Y

