

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT DAN PERILAKU
PEMBAYARAN NON TUNAI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA : PENDEKATAN MODEL
UTAUT 2**

***ANALYSIS OF THE FACTORS OF INTEREST AND BEHAVIOR OF NON-
CASH PAYMENT AMONG STUDENTS OF UII (ISLAMIC UNIVERSITY
OF INDONESIA): THE UTAUT 2 MODEL APPROACH***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

Sulistiani Indriyastuti

18423098

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulistiani Indriyastuti
NIM : 18423098
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Minat dan Perilaku Pembayaran Non Tunai Pada Mahasiswa UII: Pendekatan Model UTAUT 2

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

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

Yogyakarta, 14 November 2022



Sulistiani Indriyastuti

NOTA DINAS

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 905/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2022 tanggal 20 Juli 2022 M, 21 Zulhijjah 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Sulistiani Indriyastuti
NIM : 18423098
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Minat dan Perilaku Pembayaran Non Tunai Pada Mahasiswa UII: Pendekatan UTAUT 2

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Fitri Eka Aliyanti, SHI., M.A

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Sulistiani Indriyastuti

NIM : 18423098

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Minat dan Perilaku Pembayaran Non Tunai Pada Mahasiswa UII: Pendekatan UTAUT 2

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

Yogyakarta, 14 November 2022



Fitri Eka Aliyanti, SHL., M.A

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

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

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 11 Januari 2023
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor Minat dan Perilaku Pembayaran Non Tunai pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia: Pendekatan Model Utaut 2
Disusun oleh : SULISTIANI INDRİYASTUTI
Nomor Mahasiswa : 18423098

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

TIM PENGUJI:

Ketua : Muhammad Iqbal, SEI, MSI
Penguji I : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.
Penguji II : Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.
Pembimbing : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA

(Handwritten signatures of the examiners)



Yogyakarta, 20 Januari 2023

Dekan,

(Handwritten signature of Dr. Drs. Asmuni, MA)
Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam kepada kanjeng Nabi Muhammad SAW.

Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih dan rasa hormat kepada keluarga terutama bapak dan ibu yang selalu memberikan arahan, selalu mendoakan dan dorongan untuk penyelesaian skripsi ini. Untuk adikku dan sepupu yang selalu memberi dukungan saat saya berada diposisi yang kurang baik.

Kemudian saya ucapkan banyak terima kasih kepada para dosen prodi ekonomi Islam yang telah memberikan informasi ilmu selama perkuliahan, terutama Ibu Fitri Eka Aliyanti, SHI., M.A yang saat ini menjadi dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan dalam mengerjakan skripsi ini.

Serta kepada seluruh teman-teman saya di prodi ekonomi Islam, teman kostan, teman seperjuangan selama kuliah, teman *healing*, dan teman yang memberikan *support* jarak jauh. terima kasih sudah kebersamai dan selalu *support* saya selama masa kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga orangtua, keluarga, dosen, saudara, sahabat, teman selalu dalam lindungan Allah SWT. Amiin.

MOTTO

Integrasi Keilmuan

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ

يَعْلَمُ (العلق/96:1-5)

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan! Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya”.

(Al-'Alaq/96:1-5)

Niat dan Perilaku

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَإِنَّمَا لِامْرِئٍ مَّا نَوَى

“Sesungguhnya amalan itu hanyalah tergantung niatnya, dan setiap orang hanya mendapatkan apa yang diniatkannya”.

(Hadist Riwayat Bukhari No. 6195/7008, n.d.)

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT DAN PERILAKU PEMBAYARAN NON TUNAI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA : PENDEKATAN MODEL UTAUT 2

SULISTIANI INDRIYASTUTI

18423098

E-money merupakan sebuah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya tersimpan dalam sebuah media yang bersifat elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan pendekatan model *unified theory of acceptance and use behavior 2* (UTAUT 2). Faktor-faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai dengan pendekatan *unified theory of acceptance and use behavior 2* (UTAUT 2) tersebut diantaranya adalah *behavioral intention*, *use behavior*, *performance expetancy*, *effort expetancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana data yang diperoleh melalui hasil pengumpulan kuesioner *online google form* dengan jumlah 220 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square-structral equation modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expetancy*, *effort expetancy*, *hedonic motivation*, dan *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemudian *social influence* dan *facilitating condition* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Serta *facilitating condition* dan *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-money*.

Kata Kunci: *e-money*, UTAUT 2, minat dan perilaku penggunaan *e-money*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE FACTORS OF INTEREST AND BEHAVIOR OF NON-CASH PAYMENT AMONG STUDENTS OF UII (ISLAMIC UNIVERSITY OF INDONESIA): THE UTAUT 2 MODEL APPROACH

SULISTIANI INDRIYASTUTI
18423098

E-money is a means of electronic payment where the money value is stored in an electronic medium. This study aims to analyze the factors of interest and non-cash payment behavior among students of UII (Indonesian Islamic University) using the Unified Theory of Acceptance and Use Behavior 2 (UTAUT 2) model approach. The factors of interest and behavior in non-cash payments using the UTAUT 2 approach include behavioral intention, use behavior, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, and habits. This study used a quantitative method where the data were obtained through the results of collecting online Google form questionnaires with a total of 220 samples. The data analysis method used in this research was partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM). The results of this study showed that performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, and habit had a positive and significant effect on the interest in using e-money. Then, social influence and facilitating conditions had a positive but insignificant effect on the interest in using e-money. Facilitating conditions and behavioral intentions had a positive and significant effect on the behavior of using e-money.

Keywords: *e-money, UTAUT 2, interest and behavior in using e-money.*

January 24, 2023

TRANSLATOR STATEMENT

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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas

lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda, Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai

keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab-Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah

8. Penulisan kata

9. Huruf kapital

10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

1. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...ي	fathah dan ya	Ai	A dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

2. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
آ...إ...ى	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
آ...ى	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
أ...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

3. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

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

b. Ta marbutah mati

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

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

raudah al-attfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah

طَلْحَةُ

talhah

4. Syaddah

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

Contoh:

نَزَّلَ

Nazzala

الْبَيْرِ

Al-birr

5. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُلُ ar-rajulu

الْقَلَمُ al-qalamu

الشَّمْسُ asy-syamsu

الْجَلَالُ al-jalālu

6. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخُذُ ta'khuzu

شَيْءٌ syai'un

النَّوْءُ an-nau'u

إِنَّ inna

7. Penulisan Kata

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

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

8. Huruf Kapital

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

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-

rahīm

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

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Allaāhu gafūrun rahīm

بِاللَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-
amru jamī`an

9. Tajwid

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya terlebih nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Minat Dan Perilaku Pembayaran Non Tunai Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia : Pendekatan Model UTAUT 2”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW serta keluarganya dan para sahabatnya yang telah memberikan pedoman hidup yakni Al-Qur’an dan Sunnah untuk bekal keselamatan umat di dunia.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Indonesia. Selanjutnya penulis sungguh sangat sadar bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan pertolongan dari berbagai pihak baik materiil maupun non materiil, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, ungkapan terima kasih yang sangat tulus penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
3. Bapak Dr. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec selaku Wakil Dekan I Bidang Sumber Daya, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Dekan II Bidang Keagamaan, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Rheyza Virgiawan, L.C, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.
7. Ibu Fitri Eka Aliyanti, SHI., M.A selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam sekaligus selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Anom Garbo, SEI., M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membantu masalah selama perkuliahan dengan penuh rasa ikhlas dan sabar.
9. Bapak dan Ibu dosen program studi ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan ini.
10. Kedua orang tua tercinta Bapak Marsono dan Ibu Banem Setyowati yang telah mendo'akan, memberikan semangat dan dukungan dalam kondisi apapun.
11. Terima kasih Amira Rahma Fadhillah, Putri Mei Nur hasanah, dan Dara Aulia Pratiwi selaku Adik dan sepupu tercinta yang selalu memberikan dorongan semangat.
12. Terimakasih teruntuk tim Barakallah Hildanty Aura Meivita dan Annisa Cikal Fitri yang selalu setia membersamai, memberikan semangat, dan menjadi *support system* sampai terselesaikannya skripsi ini.
13. Terimakasih teruntuk mbak Latifatul Ma'rifah, mbak Luthfiana Kariim, dan Mar'ati Mahiroh yang selalu memberikan *support* ketika sambat, memberikan arahan, dan mengajak *healing*.
14. Terimakasih teruntuk Dina Sylvi Try Santika dan Ataniya teman sepondok selama masih mahasiswa baru sampai lulus selalu menemani, menjadi tempat *sharing*, dan *support sytem* terbaik dalam keadaan suka maupun duka.

15. Teman-teman seperjuangan prodi ekonomi Islam 2018 yang selalu, berbagi informasi, memberikan dukungan dan semangat selama perkuliahan.

Semoga setiap amal kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Sebagaimana “Tidak ada manusia yang sempurna, setiap orang pasti pernah melakukan kesalahan. Namun, setiap kesalahan tentu harus disadari dan diperbaiki” maka penulis pun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga, dibutuhkannya kritik dan saran agar dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Dan harapannya semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu tambahan dan manfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis, Amiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 23 November 2022

Penulis



Sulistiani Indriyastuti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxv
DAFTAR GAMBAR	xxvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
A. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Hasil penelitian-penelitian terdahulu	9
B. Kajian Teori	26
1. E-Money (Uang Elektronik).....	26
2. UTAUT 2 (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>).....	29
a. Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	32
b. Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	33
c. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	34
d. Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>).....	34
e. Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>).....	35
f. Nilai Harga (<i>Price Value</i>).....	36

g.	Kebiasaan (<i>Habit</i>).....	36
h.	Niat Untuk Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	37
i.	Perilaku Pengguna (<i>Use Behavior</i>)	38
C.	Kerangka Konseptual	38
D.	Hipotesis Penelitian.....	39
1.	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	39
2.	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	40
3.	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	41
4.	Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>).....	43
5.	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>).....	44
6.	Nilai Harga (<i>Price Value</i>).....	45
7.	Kebiasaan (<i>Habit</i>).....	45
8.	Niat untuk Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	48
A.	Desain Penelitian.....	48
B.	Lokasi Penelitian.....	49
C.	Waktu Pelaksanaan Penelitian	49
D.	Obyek Penelitian	49
E.	Populasi dan Sampel	50
1.	Populasi	50
2.	Sampel	50
F.	Sumber Data.....	52
1.	Data Primer.....	53
2.	Data Sekunder	53
G.	Teknik Pengumpulan Data	53
1.	Pertanyaan Seleksi (<i>Screening Question</i>).....	53
2.	Pertanyaan inti (<i>Main Question</i>)	53
H.	Definisi Konseptual Variabel dan Defnisi Operasional Variabel.....	54
1.	Definisi Konseptual Variabel	54
2.	Definisi Operasional Variabel	55
I.	Instrumen Penelitian yang Digunakan	60
J.	Teknik Analisis Data.....	60

K.	<i>Assesment of the Measurement Model (Pengujian Model Pengukuran)</i>	61
1.	<i>Convergent Validity</i>	61
2.	<i>Discriminant Validity</i>	62
3.	<i>Reliability</i>	62
L.	<i>Assesment of the Struktural Model (Pengujian Model Struktural)</i>	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
A.	Deskripsi Data Penelitian	65
B.	Sejarah Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta	66
C.	Hasil Penelitian	66
1.	Hasil Pengumpulan Data	66
D.	Pengujian model pengukuran (<i>assessment of the measurement model</i>)	71
1.	<i>Convergent validity</i>	72
2.	<i>Discriminant Validity</i>	74
3.	Reliabilitas	77
E.	Pengujian model struktural (<i>Assesment Of The Structural Model</i>)	79
F.	Pembahasan	80
1.	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	80
2.	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	82
3.	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	83
4.	Kondisi yang memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>)	84
5.	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	85
6.	Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	86
7.	Kebiasaan (<i>Habit</i>)	87
8.	Niat untuk Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	88
G.	Teori UTAUT 2 dalam perspektif ekonomi Islam	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		95
A.	Kesimpulan	95
B.	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Transaksi uang elektronik 2017-2021	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Sampel Mahasiswa/i UII	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel UTAUT 2	55
Tabel 3. 3 Kriteria Output PLS	63
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Pengalaman Menggunakan Dompot Digital	68
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif	68
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Convergen	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji Discriminant Validity Antar Variabel	75
Tabel 4. 6 Hasil Uji Discriminant Validity Dengan Cross Loading	75
Tabel 4. 7 Nilai CA dan CR	77
Tabel 4. 8 Hasil nilai path coefficient	79
Tabel 4. 9 Nilai R-Square.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah infrastruktur uang elektronik di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian UTAUT 2.....	31
Gambar 2. 2 Model Penelitian	39
Gambar 3. 1 Panduan Penentuan Sampel Minimum PLS-SEM.....	52
Gambar 4. 1 Data responden berdasarkan aplikasi dompet digital.....	67
Gambar 4. 2 Algoritma PLS	79



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi menghasilkan banyak manfaat terhadap kelangsungan hidup manusia dimana penggunaan teknologi menawarkan keefektifan dan keefisienan pada setiap kegiatan. Teknologi mempunyai peran penting terhadap inovasi baru yang muncul pada bidang keuangan yang secara sistematis mengalihkan peran uang tunai kedalam bentuk pembayaran non tunai sebagai alat pembayaran. Terlebih saat munculnya pandemi covid-19 yang berdampak terhadap adanya peningkatan dalam penggunaan sistem pembayaran non tunai sebagai bentuk upaya pemutusan rantai penyebaran virus covid-19. Telah tercatat bahwa adanya potensi penyebaran covid-19 ketika melakukan pertukaran uang tunai sehingga menjadikan alat pembayaran non tunai sebagai keputusan yang bijak untuk diterapkan bersama (Habiibah et al., n.d.).

Negara Indonesia sedang menuju masa depan tanpa uang tunai untuk mewujudkan masyarakat pengguna instrumen non tunai atau disebut dengan *cashless society*. Pemerintah dan Bank Indonesia menggalakkan pembayaran non tunai dengan mencanangkan gerakan nasional non tunai (GNNT). Menurut bank Indonesia hal tersebut bertujuan agar menjadi negara dengan sistem pembayaran tanpa non tunai (*cashless*) dengan memunculkan kebijakan QRIS (*quick response code standard*) dalam peraturan dewan anggota gubernur No.21/18/PADG/2019 yang mengarah supaya setiap transaksi terjangkau dan efisien dalam satu wadah serta diawasi oleh bank Indonesia (BI 2019).

Untuk mewujudkan program dari pemerintah dan Bank Indonesia terhadap masyarakat tanpa uang tunai yaitu dengan memajukan tingkat inklusi keuangan, yang mana sebelumnya masyarakat dalam mengakses keuangan formal (*unbanked*) masih rendah. Melalui kebiasaan dalam

transaksi tanpa uang tunai dipastikan bisa memajukan inklusi keuangan masyarakat.

Salah satu dari perkembangan teknologi dalam bidang keuangan yaitu *e-money* yang muncul sebagai sistem pembayaran alternatif dalam mengamankan uang melalui media elektronik yang memberikan kemudahan pengguna saat bertransaksi secara mudah, efektif, aman, dan nyaman serta dapat menerima atau mengirim uang melalui aplikasi *smartphone*. Aplikasi berbasis layanan keuangan seperti *e-money* dinilai mampu berkembang di Indonesia dilihat dari meningkatnya pengguna *smartphone*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia), bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 246,16 juta orang (APJII, 2019).

Dengan jumlah tersebut, Indonesia dapat mempunyai potensi ekonomi digital dimasa mendatang. Biasanya konsumen yang dekat dengan internet adalah generasi milenial dengan jumlah penduduk sekitar 88 juta jiwa dari total keseluruhan kurang lebih sebanyak 260 juta jiwa. Generasi ini dikelompokkan pada rentang umur 20 - 40 tahun (Addury et al., 2020). Konsumen milenial ini akan terus meningkat dan jumlahnya lebih banyak di tahun 2020-2030 (Kemenpppa, 2017). Banyaknya jumlah populasi milenial juga membuka peluang terhadap banyaknya pengguna *cashless* sebagai media dalam mempermudah transaksi jual beli. Berdasarkan data Jakpat dan OJK pada tahun 2018, Gopay menempati presentase tertinggi sebesar 79,39% dibandingkan *fintech* lainnya dengan total responden sebanyak 825 orang (Wikannanda et al., 2019) . Data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat penggunaan pembayaran non tunai pada generasi milenial memberikan dampak terbentuknya fenomena *cashless society* sebagai gaya hidup generasi milenial.

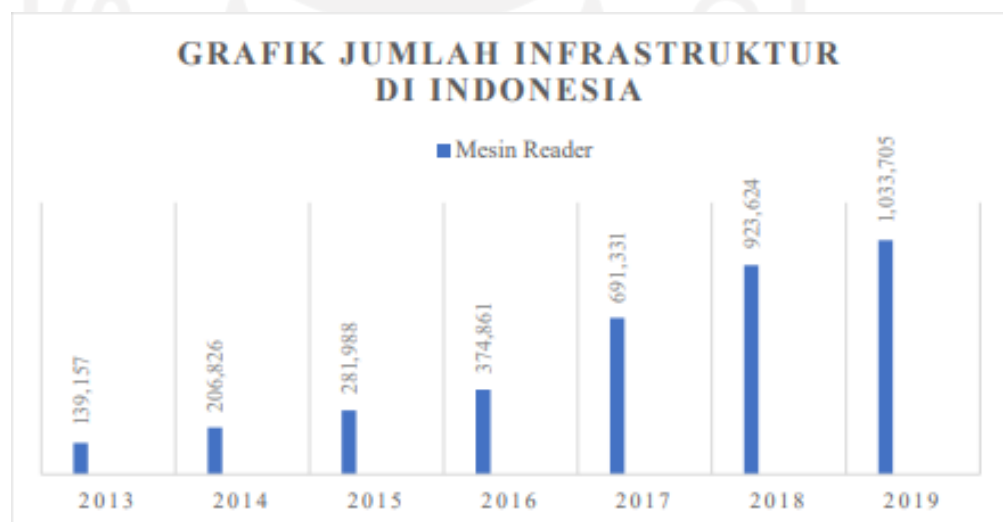
Dari hasil peningkatan tersebut, juga dapat dilihat dari table meningkatnya jumlah transaksi *e-money* (uang elektronik) pada table 1.1. Bahwasannya transaksi *e-money* (uang elektronik) di tahun 2021 mencapai

305 triliun, transaksi tersebut jauh lebih tinggi daripada tahun sebelumnya yaitu tahun 2020 sebesar Rp. 204 triliun, kemudian tahun 2019 hanya mencapai Rp. 145 triliun.

Tabel 1. 1 Transaksi uang elektronik 2017-2021

Tahun	Volume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam juta Rp)
2017	943,319,933	12,375,469
2018	2,922,698,905	47,198,616
2019	5,226,699,919	145,165,468
2020	4,625,703,561	204,909,170
2021	5,451,335,243	305,445,560

Sumber: Bank Indonesia (2021)



Gambar 1. 1 Jumlah infrastruktur uang elektronik di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia (2019)

Bertepatan dengan berkembangnya volume dan nominal transaksi melalui penggunaan uang elektronik bahwa berkembang pula jumlah mesin *reader* menjadi alat instrumen penghubung para pengguna dengan *merchant* guna melaksanakan transaksi. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat sangat antusias dan mendukung penggunaan uang elektronik dalam bertransaksi sebagai pengganti uang tunai dalam mendukung kebijakan pemerintah membangun *less cash society*.

Hasil penelitian Ipsos, bahwa generasi muda merupakan delegasi penunjang berkembangnya uang elektronik. Analisis tersebut menerangkan bahwa pengguna Indonesia yaitu generasi muda mudah menerima inovasi baru. Kemudian generasi muda juga sebagai agen pertama yang mencoba inovasi baru yaitu *e-money*. Bagi *e-money*, elemen tersebut yang akan dijadikan agen transformasi untuk perkembangan *e-money* pada tingkat berikutnya, dan terjumlah 68 persen pengguna dari pengguna *e-money* adalah generasi milenial (Ipsos, 2020).

Selanjutnya, konsumen mengadopsi teknologi baru karena keinginan untuk hiburan atau kenikmatan menggunakan teknologi atau karena pengaruh influencer sosial (Kotler & Armstrong, 2017). Demikian dengan bertransaksi secara non tunai dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian barang dengan nilai harga pecahan. Secara tidak langsung hadirnya sistem pembayaran non tunai juga mendorong agar kebutuhan masyarakat yang selalu meningkat dapat terpenuhi dengan cepat dan nyaman. Menurut Dias dalam penelitiannya bahwa kemudahan transaksi yang diberikan oleh *e-money* juga dapat mendorong penurunan biaya transaksi sehingga bisa menumbuhkan pertumbuhan ekonomi (Ayudya, 2017).

Terdapat studi penelitian yang mengembangkan sebuah model minat penggunaan pada suatu sistem salah satunya yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003) tentang UTAUT dan sudah terbukti berhasil hingga 70% dibandingkan model lainnya. Model lainnya yang dimaksud adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen and Fishbein (1977), *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), *Motivational Model* (MM) oleh Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989), *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Fishbein and Ajzen (2005), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB) oleh Taylor and Todd (1995), *Model of PC Utilization* (MPCU) oleh Thompson, Higgins,

and Howell (1991), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) oleh Rogers, Singhal, and Quinlan (2019), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) oleh Bandura (1992).

Seiring berjalannya waktu, penelitian tersebut kemudian berkembang menjadi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dengan penambahan 3 konstruk yaitu: motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan (Venkatesh et al., 2012). Namun dalam penelitian ini menghapus 3 variabel moderator yang terdapat pada UTAUT 2 yaitu *age*, *gender*, *experience*. Hal tersebut disebabkan 4 fokus dari penelitian tersebut adalah untuk mengevaluasi tingkat penerimaan *e-money* di kalangan mahasiswa tanpa melihat *age*, *gender* dan *experience*. Sehingga penelitian ini hanya menggunakan variabel *behavioral intention*, *use behavior*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.

Tinjauan literatur menunjukkan bahwa model penelitian yang menggunakan UTAUT 2 memberikan hasil yang lebih baik dan lebih komprehensif yang mewakili adopsi teknologi oleh konsumen (Putranto & Pramudiana, 2015). Model UTAUT 2 membuktikan bahwa niat untuk berperilaku dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Berikut Penelitian dari (Pertwi & Ariyanto, 2017) dengan menggunakan model UTAUT 2 yang digunakan untuk menjelaskan minat dan perilaku konsumen dalam menggunakan *mobile banking*.

Dari berbagai penelitian di atas, dapat digambarkan keadaan transaksi elektronik di Indonesia yang sudah menggunakan teori UTAUT 2 yang telah dimodifikasi. Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa UII sebagai responden sebab tingkat literasi dan iklusif keuangan mahasiswa

mempunyai kemampuan besar selaku pendorong perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah populasi, karakter, tingkat literasi maupun inklusif keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Selain itu, sistem pembayaran elektronik juga banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa dengan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelum penelitian ini dilakukan mendapati bahwa alasan mahasiswa menggunakan uang elektronik adalah lebih cepat dalam penyelesaian pembayaran, efisien, dan keuntungan seperti diskon yang diperoleh ketika digunakan di *merchant-merchant* tertentu.

Berdasar literatur penelitian diatas diketahui bahwa adopsi model UTAUT 2 menemukan hasil yang beragam dan menemui banyak perkembangan melalui perluasan variabel untuk penelitian yang signifikan dengan fenomena, karakteristik demografis, dan objek. Terlihat hasil yang tidak konsisten dari beberapa penelitian yang dilakukan menjadi kesempatan menarik untuk dipelajari lebih dalam. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu mahasiswa UII untuk mengetahui minat dan perilaku pembayaran non tunai dengan membuktikan kembali model UTAUT 2 yang bermaksud untuk mendapatkan pengetahuan mendalam terkait penerimaan teknologi keuangan berbasis teknologi *e-money* di Indonesia.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?
2. Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?
3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?

4. Apakah kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?
5. Apakah kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*?
6. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* ?
7. Apakah nilai harga (*price value*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?
8. Apakah kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?
9. Apakah kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*?
10. Apakah minat penggunaan (*behavioral intention*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
2. Mengetahui ekspektasi usaha (*effort expectancy*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
3. Mengetahui pengaruh sosial (*social influence*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
4. Mengetahui kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
5. Mengetahui kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*

6. Mengetahui motivasi hedonis (*hedonic motivation*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
7. Mengetahui nilai harga (*price value*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
8. Mengetahui kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*
9. Mengetahui kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*
10. Mengetahui minat penggunaan (*behavioral intention*) memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan lebih dalam pengembangan akademik dibidang perilaku konsumen khususnya mahasiswa UII terhadap penerimaan teknologi dan informasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pemahaman teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen khususnya mahasiswa bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi variabel pada model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technologi 2* (UTAUT 2) mempengaruhi perilaku dan minat mahasiswa UII menggunakan teknologi. Serta bisa menjadi bahan acuan dan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada pengguna *e-money* sebagai instrumen pembayaran non tunai dari segi waktu, biaya, dan tenaga. Untuk sektor bank dan non bank diharapkan agar menjadi bahan evaluasi dalam melahirkan inovasi baru terhadap produk *e-money* yang lebih baik lagi kepada pengguna. Kemudian untuk sektor pemerintah diharapkan agar menjadi bahan

evaluasi agar tercipta regulasi yang lebih baik dalam pelaksanaan transaksi non tunai di Indonesia, Untuk sektor bisnis diharapkan dapat memberikan wawasan terkait penggunaan *e-money* sebagai instrument pembayaran untuk memudahkan dalam bertransaksi serta dapat berkontribusi terhadap kebijakan pemerintah dalam mendukung perkembangan digital. Dan adanya penelitian ini memberikan informasi dan ilmu tambahan terkait keuangan, integritas, serta manfaat dalam penggunaan *e-money* menjadi sebuah pilihan alat pembayaran yang diharapkan nantinya dapat menggeserkan metode sebelumnya digunakan ketika transaksi.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah mengenai pengenalan *E-money*, serta minat dan perilaku penggunaan pembayaran non tunai pada Mahasiswa dan Model Penelitian UTAUT 2 rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan peneliti yang akan dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang penjelasan mengenai *E-money* dan uraian teori yang digunakan dalam penelitian yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* yang meliputi *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price value, Habit, Behavioral intention*, dan *Use behavior*.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang digunakan meliputi populasi dan penentuan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menjelaskan hasil dari pengolahan data yang digunakan dalam penelitian dan pembahasan yang didasarkan atas hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan sebelumnya. Keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Hasil penelitian-penelitian terdahulu

Studi empiris mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT 2) sudah banyak dilakukan dengan temuan yang beraneka macam dan mengalami perkembangan yang cukup besar melalui perluasan variabel dalam penelitian yang lebih relevan dengan fenomena, karakter demografis, dan objek. Berikut beberapa penelitian yang relevan terkait pembahasan pada penelitian ini :

Penelitian dilakukan oleh K. Gupta & N. Arora (2019) dalam *South Asian Journal of Business Studies* yang berjudul “*Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective*” dengan uji model UTAUT 2 terhadap niat perilaku untuk menerima dan menggunakan sistem pembayaran seluler di Wilayah Ibu Kota Nasional, India. Terlihat Penelitian membuktikan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan, dan kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memprediksi niat perilaku, yang pada gilirannya secara signifikan memprediksi perilaku penggunaan untuk menggunakan sistem *mobile payment*. Kedua pengaruh sosial dan motivasi hedonis adalah prediktor lemah niat perilaku.

Dalam penelitian N. Putri dan I. Suardikha (2020) pada jurnal “Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan *E-Money* di Kota Denpasar” menyatakan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga mempunyai pengaruh terhadap niat dalam penggunaan *e-money*, sedangkan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya tidak memiliki pengaruh. Dan hasil dari penelitian ini juga kemudian variabel kebiasaan dan minat penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh.

Kemudian penelitian N. Pertiwi dan D. Ariyanto (2017) terkait minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* dengan model UTAUT 2 di kota Denpasar juga menggunakan teknik *accidental sampling*. Data penelitian bersumber dari survei (kuesioner). Serta analisis data penelitian tersebut menggunakan regresi liner berganda. Diperoleh hasil bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap niat dalam penggunaan *mobile banking*. Kemudian kebiasaan dan minat penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. sedangkan ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, faktor sosial budaya, serta nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. serta kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*.

Penelitian oleh J. Charisma dan N. Asnawi (2021) yang berjudul “Memprediksi niat perilaku terhadap *e-wallet*: mengintegrasikan budaya dalam kerangka UTAUT 2” yang bertujuan memperoleh atas penerimaan serta perilaku penggunaan *e-wallet* terhadap seseorang dengan meninjau efek budaya terhadap pelanggan individu dengan menggunakan model UTAUT 2 yang diperluas oleh variabel keamanan dan variabel budaya sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa niat penggunaan *e-wallet* dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi keamanan. Selanjutnya, perilaku penggunaan dipengaruhi oleh niat dan kebiasaan. Pada variabel dimensi budaya individualisme-kolektivisme, penghindaran ketidakpastian, dan orientasi jangka pendek diketahui membentuk moderator yang signifikan.

Pada penelitian M. Giswandhani dan A. Hilmi (2020) yang berjudul “Pengaruh kemudahan transaksi non tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar” membuktikan bahwa hasil pengujian terdapat pengaruh langsung secara signifikan antara kemudahan dalam bertransaksi non tunai terlihat dari segi kejelasan, mudah dipahami sehingga tidak memerlukan waktu yang lama, mudah untuk digunakan dan dikendalikan, serta fleksibel terhadap

perilaku konsumtif masyarakat di kota makassar. Hal tersebut menyatakan bahwa pembayaran non tunai saat ini menjadi sebuah pilihan utama sebab adanya perkembangan teknologi dalam transaksi sehingga menjadikan masyarakat mudah dalam penggunaannya atau yang biasa disebut dengan istilah *cashless society*.

Selanjutnya penelitian dari F. Ramadhani, dan P. Susanto (2021) yang berjudul “*Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money*” bahwa dalam penggunaan *e-money* di kota padang sudah cukup optimal terhadap pertimbangan penggunaan *e-money* di kota padang menghasilkan angka penggunaan yang cukup tinggi. Kemudian pada variabel *habit* mempunyai pengaruh paling besar yang berasal dari kebiasaan dalam penggunaan *e-money* yang cukup rutin terlihat dari analisis demografi dan intensitas penggunaan dalam seminggu lebih dari 10 kali. Sementara itu, variabel *hedonic motivation* mempunyai pengaruh paling kecil dalam penggunaan uang elektronik di kota padang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavior intention* dan *use behavior* dalam penggunaan *e-money*. Terlihat bahwa, semakin tinggi variabel *habit* seseorang dalam penggunaan *e-ticket* maka semakin meningkatkan juga *use behavior* seseorang dimana sistem tersebut mempunyai keuntungan dimasa mendatang.

Penelitian yang dilakukan oleh R. Armansyah (2021) yang berjudul “*Herd Behavior in Using Mobile Payment with Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)*” menyatakan bahwa pada variabel *performance expectancy* dan *price value* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna aplikasi *mobile payment* di Indonesia. Kemudian, *behavioral intention* juga terbukti signifikan terhadap perilaku pengguna dan perilaku kawanan dalam upaya penyimpanan perilaku keuangan sebagai penyebab utama perilaku yang mempengaruhi pasar sehingga terbukti dapat mempengaruhi ekspektasi kinerja.

Kemudian, pada penelitian S. Chaveesuk, P. Vainitchatchavan, P. Wutthirong et al. (2019) dalam jurnal “*The Acceptance Model toward Cashless Society in Thailand*” dalam penelitiannya telah mengusulkan model penerimaan masyarakat tanpa uang tunai guna memahami faktor-faktor penentu lanjutan penggunaan teknologi pada masyarakat tanpa uang tunai dengan menggabungkan model UTAUT 2 dan kualitas layanan. Dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terciptanya struktur yang efisien dapat dieksplorasi oleh *cashless society* di Thailand. Dimana penelitian ini akan dilanjutkan dengan mengumpulkan kuesioner dari masyarakat Thailand, yang mana faktor-faktor penentu model penelitian dan pemodelan persamaan struktural akan diselidiki. Melalui model tersebut akan memberikan alat yang berguna untuk memahami dan memprediksi niat pengguna untuk menerima masyarakat tanpa uang tunai di Thailand.

Dalam penelitian Y. Maharani (2021) pada jurnal “Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi *Mobile Payment*: Pendekatan Model UTAUT 2” mengatakan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, serta nilai harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat generasi z dalam menggunakan kembali transaksi *mobile payment*. Berbanding terbalik dengan variabel kebiasaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat generasi z menggunakan kembali transaksi *mobile payment*. Hal tersebut disebabkan oleh generasi z yang merupakan generasi milenial dengan kebiasaan menggunakan *mobile payment*, dan mereka merasa percaya bahwa dengan bertransaksi melalui *mobile payment* bisa menjaga privasi atas data yang dimiliki.

Selanjutnya penelitian C. Putri, J. Handayani dan T. Agustinus (2021) terkait “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-money* pada Mahasiswa Negeri Semarang” diperoleh hasil secara parsial bahwa daya tarik promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Semarang dalam

penggunaan *e-money*. Dan secara simultan menyatakan bahwa seluruh variabel daya tarik promosi, kemudahan dalam penggunaan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Semarang dalam penggunaan *e-money*. Sehingga, semakin baik strategi promosi dengan berbagai manfaat, semakin besar pula minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money* yang memberikan kemudahan, efisien dalam bertransaksi.

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan tahun	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Kanishk Gupta Nupur Arora (K. Gupta & Arora, 2019)	<i>Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model An Indian perspective</i>	Dependent: <i>Behavioural intention, use behavior</i> Independent: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit.</i>	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan, dan kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memprediksi niat perilaku, yang pada gilirannya secara signifikan memprediksi perilaku penggunaan untuk

				menggunakan sistem <i>mobile payment</i> . Kedua pengaruh sosial dan motivasi hedonis adalah prediktor lemah niat perilaku.
2	Ni Komang Risma Dwindia Putri I, I Made Sadha Suardikha (2020)	Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Monney di Kota Denpasar	Dependent: Niat dan perilaku Independent: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan.	kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan <i>e-money</i> . Sedangkan Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya tidak memiliki pengaruh. Serta kebiasaan dan minat memiliki pengaruh terhadap

				perilaku, berbeda dengan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh.
3	N. Pertiwi, D. Ariyanto (2017)	Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar	<p>Dependen:</p> <p>Minat penggunaan dan Perilaku penggunaan</p> <p>Independen:</p> <p>Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, nilai harga, dan kondisi yang memfasilitasi.</p>	<p>ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan <i>mobile banking</i>. Kemudian kebiasaan dan minat penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>. sedangkan ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, faktor sosial budaya,</p>

				serta nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan <i>mobile banking</i> . serta kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> .
4	J. Charisma, N. Asnawi (2021)	Memprediksi niat perilaku terhadap <i>e-wallet</i> : mengintegrasikan budaya dalam kerangka UTAUT 2	Dependen: Niat perilaku Independen: <i>Performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, habit, perceived security,</i>	Niat penggunaan <i>e-wallet</i> dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi keamanan. Selanjutnya,

			<p><i>individualism-colectivism, uncertainty avoidance, short-long term orientation.</i></p>	<p>perilaku penggunaan dipengaruhi oleh niat dan kebiasaan. Pada variabel dimensi budaya individualisme-kolektivisme, penghindaran ketidakpastian, dan orientasi jangka pendek diketahui membentuk moderator yang signifikan.</p>
5	M. Giswandhani dan A. Hilmi (2020)	<p>Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar</p>	<p>Dependen: Sikap konsumtif masyarakat kota Makassar.</p> <p>Independen: Jelas dan mudah dipahami (<i>clear and understandable</i>), tidak memerlukan pemikiran</p>	<p>Melalui pengujian secara simultan maupun parsial, terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan dalam transaksi non tunai melihat pada sudut pandang</p>

			<p>panjang (<i>doesn't require a lot of mental effort</i>), mudah digunakan (<i>easy to use</i>), dapat dikendalikan (<i>controllable</i>), mudah menjadi terampil (<i>easy to become skilful</i>) dan fleksibel (<i>flexible</i>).</p>	<p>diantaranya Jelas dan mudah dipahami (<i>clear and understandable</i>), tidak memerlukan pemikiran panjang (<i>doesn't require a lot of mental effort</i>), mudah digunakan (<i>easy to use</i>), dapat dikendalikan (<i>controllable</i>), mudah menjadi terampil (<i>easy to become skilful</i>) dan fleksibel (<i>flexible</i>) terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar.</p>
6	F. Ramadhani, P. Susanto (2021)	<i>Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money</i>	Dependent: <i>Behavioural intention, use behavior</i>	Pengaruh sosial, motivasi hedonis dan kebiasaan memiliki

			<p>Independent:</p> <p><i>Social influence, Hedonic motivation, and habit</i></p>	<p>pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavior intention</i> dan <i>use behavior</i> penggunaan <i>e-money</i>, Hal ini membuktikan bahwa semakin tingginya nilai pada variabel <i>habit</i> dalam menggunakan <i>e-ticket</i>, alhasil akan meningkatkan <i>use behavior</i> seseorang bahwa sistem tersebut mempunyai manfaat besar dimasa mendatang</p>
7	R. Armansyah (2021)	<i>Herd Behavior in Using Mobile Payment with Unified Theory of Acceptance</i>	<p>Dependent:</p> <p><i>Behavioural intention, usage behavior</i></p>	<p>Variabel <i>performance expectancy</i> dan <i>price value</i> berpengaruh</p>

	<p><i>and Use of Technology (UTAUT2)</i></p>	<p>Independent: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, trust of internet, and trust of intermediary.</i></p>	<p>signifikan terhadap niat perilaku pengguna aplikasi <i>mobile payment</i> di Indonesia. Kemudian, <i>behavioral intention</i> juga terbukti signifikan terhadap perilaku pengguna dan perilaku kawan dalam upaya penyimpangan perilaku keuangan sebagai penyebab utama perilaku yang mempengaruhi pasar sehingga terbukti dapat mempengaruhi ekpektasi kinerja.</p>
--	--	---	--

8	S. Chaveesuk, P. Vainitchatchavan, P. Wutthirong et al (2019)	<i>The Acceptance Model toward Cashless Society in Thailand</i>	<p>Dependent: <i>Intention of mobile payment, user od mobile payment</i></p> <p>Independent: <i>Performance expectancy, facilitating conditions, habit, trust, and Application design</i></p>	<p>Dalam penelitiannya telah mengusulkan model penerimaan masyarakat tanpa uang tunai guna memahami faktor-faktor penentu lanjutan penggunaan teknologi pada masyarakat tanpa uang tunai dengan menggabungkan model UTAUT 2 dan kualitas layanan. Dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terciptanya struktur yang efisien dapat dieksplorasi oleh <i>cashless society</i> di</p>
---	---	---	---	---

				<p>Thailand.</p> <p>Dimana penelitian ini akan dilanjutkan dengan mengumpulkan kuesioner dari masyarakat Thailand, yang mana faktor-faktor penentu model penelitian dan pemodelan persamaan struktural akan diselidiki.</p> <p>Melalui model tersebut akan memberikan alat yang berguna untuk memahami dan memprediksi niat pengguna untuk menerima masyarakat tanpa uang tunai di Thailand.</p>
9	Yestias Maharani (2021)	Minat Generasi Z Menggunakan	Dependent:	Variabel ekspektasi

		<p>Kembali Transaksi <i>Mobile Payment</i>: Pendekatan Model UTAUT 2</p>	<p>Niat melanjutkan penggunaan mobile payment (<i>continuance intention</i>)</p> <p>Independent: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan kepercayaan.</p>	<p>kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, serta nilai harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat generasi z dalam menggunakan kembali transaksi <i>mobile payment</i>. Berbanding terbalik dengan variabel kebiasaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat generasi z menggunakan kembali transaksi <i>mobile payment</i>. Hal</p>
--	--	--	---	---

				tersebut disebabkan oleh generasi z yang merupakan generasi milenial dengan kebiasaan menggunakan <i>mobile payment</i> , dan mereka merasa percaya bahwa dengan bertransaksi melalui <i>mobile payment</i> bisa menjaga privasi atas data yang dimiliki.
10	C. Putri, J. Handayani dan T. Agustinus (2021)	Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Negeri Semarang.	<p>Dependent: Minat penggunaan <i>e-money</i>.</p> <p>Independent: Daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan.</p>	diperoleh hasil secara parsial bahwa daya tarik promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Semarang dalam penggunaan <i>e-</i>

				<p><i>money</i>. Dan secara simultan menyatakan bahwa seluruh variabel daya tarik promosi, kemudahan dalam penggunaan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Semarang dalam penggunaan <i>e-money</i>. Sehingga, semakin baik strategi promosi dengan berbagai manfaat, semakin besar pula minat mahasiswa untuk menggunakan <i>e-money</i> yang memberikan kemudahan,</p>
--	--	--	--	--

				efisien dalam bertransaksi.
--	--	--	--	-----------------------------

Keterbaruan dalam penelitian ini yaitu jumlah sampel dan memfokuskan cakupan populasi pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia, sehingga hasil yang didapatkan lebih spesifik yaitu minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Pesatnya suatu sistem teknologi saat ini, membuat penggunaan *e-money* meningkat dikalangan remaja melalui perubahan sifat dan perilaku yang berbeda dikarenakan mudahnya beradaptasi dengan cepat terhadap suatu teknologi. Sehingga peneliti melakukan analisis terkait minat dan perilaku penggunaan *e-money* dari persepsi mahasiswa dengan menguji keandalan dan memvalidasi kembali dari model UTAUT 2 dengan tidak memasukkan variabel *age, gender, dan experience* dalam model penelitian.

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi penjelasan terkait landasan teoritik dan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) sebagai dasar acuan untuk melakukan penelitian. Peneliti menggunakan pendekatan model UTAUT 2 dengan jumlah total 10 hipotesis yang terdiri dari variabel Y (Dependen) yaitu *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB), dengan variabel X (Independent) yang merupakan (*Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HT).

1. E-Money (Uang Elektronik)

a. Pengertian Uang Elektronik

Salah satu publikasi dari *Bank for International Settlement* (BIS) pada bulan Oktober ((BIS), 1996) mendeskripsikan bahwa uang elektronik adalah nilai moneter diukur dalam satuan mata uang yang

disimpan dalam bentuk elektronik pada perangkat elektronik yang dimiliki konsumen. Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang diluncurkan pada dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit yang tersimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Bank Indonesia, 2018). Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang didapat melalui penyetoran sejumlah uang terlebih dahulu kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik yang dinyatakan dalam satuan rupiah yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran.

b. Manfaat Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia (2018) terdapat beberapa manfaat dari penggunaan uang elektronik yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan dalam hal pembayaran sangat mudah, cukup dengan menempelkan kartu ataupun transaksi mobile dalam bertransaksi tanpa ribet dengan uang kembalian.
2. Dapat meminimalkan penggunaan uang kertas sehingga meminimalisir kerusakan fisik uang yang beredar, meminimalisir peredaran uang palsu dan meminimalisir resiko pencurian.
3. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan beragam transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.
4. Waktu yang diperlukan dalam menyelesaikan transaksi melalui *e-money* dapat dilakukan jauh lebih cepat dibandingkan dengan kartu debit ataupun kartu kredit, sebab tidak memerlukan proses otorisasi online, maupun tanda tangan PIN.

c. Jenis-jenis Uang Elektronik

Uang Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibedakan berdasarkan (Bank Indonesia, 2018):

1. Media penyimpanan nilai uang elektronik berupa:

- a. *Server based*, yaitu uang elektronik dengan media penyimpanan berupa server.
- b. *Chip based*, yaitu uang elektronik dengan media penyimpanan berupa chip.

2. Pencatatan data identitas pengguna berupa:

- a. *Unregistered*, yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit.
- b. *Registered*, yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya terdaftar dan tercatat pada penerbit

Kaum milenial khususnya mahasiswa terkenal dengan yang namanya anti ribet. Mereka lebih memilih membawa uang tunai seperlunya saja sehingga dompetnya terlihat tipis, karena jika membawa uang tunai berlebihan bisa menyebabkan pemborosan. Dan solusinya agar tidak terlampau konsumtif adalah dengan gaya hidup *cashless society*. Sebab, menurut mereka, dengan membawa uang tunai dalam jumlah besar itu akan lebih boros. Disisi lain juga dompet yang tebal terlihat kurang praktis, karena memakan tempat baik tas maupun saku celana. Dari survey yang dilakukan terhadap usia produktif pada bulan Mei tahun 2019 di Jakarta. Data tersebut menunjukkan bahwa hampir 80% mempunyai dompet yang tipis, dan 15% tidak mempunyai dompet bahkan saat bepergian. Karena menurut mereka, ponsel seluler dapat dijadikan sebagai media alternatif dalam bertransaksi maupun informasi yang dibutuhkan. Sistem tersebutlah yang menarik perhatian para milenial (Rif'ah, 2019). Menurut Raharjo Jati (2015) bahwa konsep *cashless society* menggambarkan keadaan ekonomi dimana semua transaksi yang dilakukan itu melalui platform digital.

Demikianlah pentingnya teknologi informasi dan internet dalam transaksi non tunai, jadi tidak perlu menggunakan uang tunai lagi dan menjadi pembeda dari biasanya dikarenakan semuanya akan berbasis digital. Menurut *payment attitudes study* bahwa masyarakat Indonesia suka bertransaksi non tunai atas manfaatnya, seperti membandingkan harga produk dalam kategori yang sama, dalam transaksi aman dan *real time*. (Giswandhani & Hilmi, 2020).

2. UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*)

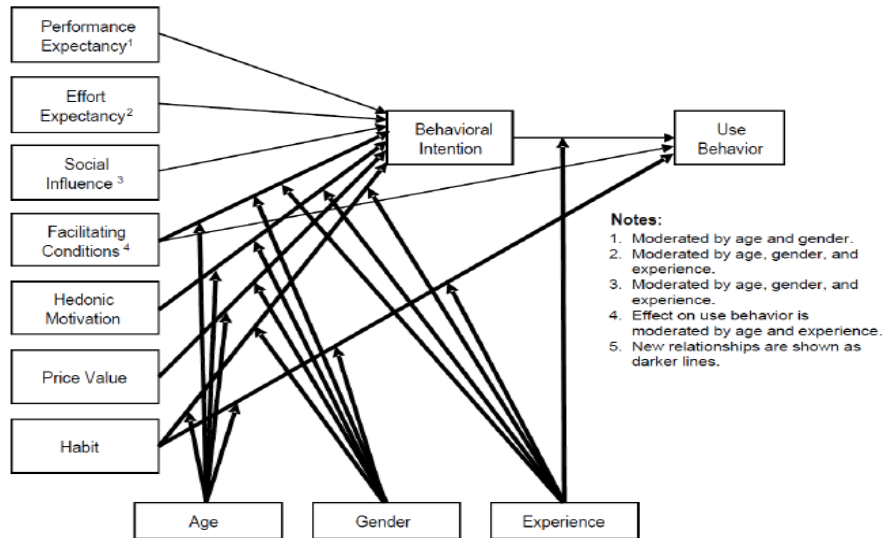
Pada tahun 2003, Venkatesh mengenalkan UTAUT dari sebuah ide metodologi penerimaan pengguna (*user acceptance*). Model UTAUT sudah teruji secara empiris terbukti lebih kuat dibandingkan dengan model lainnya (Venkatesh et al., 2003). UTAUT menurut Venkatesh (2003) adalah model yang menjelaskan lebih banyak terkait penerimaan individu dan penggunaan melalui teknologi informasi. Keunggulan dari UTAUT sendiri adalah mampu menjelaskan bagaimana perbedaan individu yang mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu dapat menjelaskan hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan dalam penggunaan, dan niat untuk menggunakan teknologi.

UTAUT adalah hasil pengembangan dari delapan teori terdahulu yang telah digunakan bermacam penelitian terkait perilaku penggunaan sistem informasi, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), kombinasi teori dari TAM dan TPB (C-TAM-TPB), *Model of Personal Computer Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Dalam model tersebut terdapat empat konstruk sebagai faktor penentu dalam penerimaan teknologi dan perilaku pengguna yaitu *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja), *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha), *Social Influence* (Pengaruh Sosial), dan *Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi) (Venkatesh et al., 2003).

Pada tahun 2013, Venkatesh dan beberapa peneliti lainnya mengembangkan model UTAUT pertama menjadi UTAUT 2. UTAUT 2 merupakan perkembangan model UTAUT sebelumnya yang berfokus pada konteks konsumen individu dimana konstruksi baru ditambahkan yaitu *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Alasan tepat model UTAUT 2 digunakan adalah karena teori atau model tersebut adalah teori atau model penerimaan teknologi terbaru yang unifikasi, sintesis, maupun rangkuman dari delapan teori atau model penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya. Berbeda dengan model UTAUT 1 yang konteksnya adalah organisasional, sedangkan UTAUT 2 mampu menjelaskan penerimaan teknologi yang konteksnya adalah *consumer use* (Venkatesh et al., 2012). Metode UTAUT 2 merupakan sintesis atau penggabungan dari bermacam elemen pada delapan model penerimaan teknologi ternama lainnya yang bertujuan mendapat satu pandangan terkait pengguna (Rahmadhani & Susanto., 2021).

Model UTAUT terdiri atas beberapa variabel yaitu variabel bebas atau independent seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*, kemudian variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas seperti *behavioral intention* dan *use behavior*, serta variabel moderator (Rahmadhani & Susanto., 2021).

Pada gambar 2 menunjukkan model UTAUT 2. Model UTAUT terdapat enam variabel yaitu *performance expectance*, *effort expectance*, *social influence*, *facilitating conditions*, *behavioral intention* dan *use behavior*, serta moderasi *age*, *gender* dan *experience*. Sedangkan model UTAUT 2 ditambahkan tiga variabel dari model UTAUT yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* yang digunakan untuk prediksi yang melatarbelakangi penggunaan teknologi.



Gambar 2. 1 Model Penelitian UTAUT 2

Sumber : (Venkatesh et al., 2012)

Dalam mengevaluasi penerimaan teknologi, perlu model penelitian yang dimodifikasi sesuai konteks penelitian agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik. Pentingnya memodifikasi dari model UTAUT ke UTAUT 2 untuk menyesuaikan kerangka penelitian agar sesuai dengan saran Venkatesh. Sehingga sesuai dengan kerangka penelitian dengan harapan memperoleh hasil yang lebih baik (Venkatesh et al., 2012).

Melihat saran dari Venkatesh, penelitian ini akan memodifikasi UTAUT 2 supaya sesuai dengan kerangka dalam penelitian tersebut. Maka, penelitian ini merupakan tiruan dan modifikasi dari penelitian Alalwan (2018) di negara Yordania terkait "*Investigating the Impact of Social Media Advertising Features on Customer Purchase Intention*". Penelitian tersebut dengan penelitian ini memiliki perbedaan yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku pembayaran non tunai mahasiswa. Pertama kali muncul model UTAUT yaitu di Amerika Serikat yang termasuk negara maju. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan untuk penggunaan UTAUT dan UTAUT 2 pada negara berkembang seperti Indonesia khususnya Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Variabel penelitian ini sejenis dengan penelitian Alalwan (2018) yaitu terdapat variabel harapan kinerja (*Performance Expectancy*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan kebiasaan (*habit*). Alasan penulis mengambil variabel harapan kinerja (*Performance Expectancy*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan kebiasaan (*habit*) adalah merujuk pada penelitian Venkatesh et al (2012) yang membuat model penelitian cocok dengan *consumer*. Caranya dengan menambahkan peran motivasi hedonis, harapan kinerja, dan kebiasaan. Sehingga penelitian dapat mengetahui faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai pada mahasiswa UII dengan pendekatan model UTAUT 2 dengan jumlah 10 hipotesis yang terdiri dari variabel Y (Dependen) yaitu *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB), dengan variabel X (Independent) yang merupakan *Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HT).

a. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Menurut penelitian Venkatesh (2003) menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja merupakan penerimaan sistem informasi yang signifikan dan sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut dapat membantunya mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Sebagai ke yakinan masyarakat terhadap teknologi dan sistem informasi terdapat ekspektasi kinerja yang dijadikan sebagai indikator dalam beberapa penelitian. Menurut Morosan, Defranco dkk bahwa ekspektasi kinerja merupakan prediksi teratas dari sebuah minat penggunaan teknologi *mobile payments*. Terdapat beberapa variabel pada konsep ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) melalui model penerimaan dan penggunaan:

1. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Merupakan fase sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa dari penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan suatu kinerja.

2. Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*)

Merupakan rancangan yang menjadi ekspektasi seseorang dalam penggunaan alat guna memperoleh hasil yang bermanfaat, sama dengan kinerja suatu pekerjaan, pembayaran, atau promosi.

3. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Merupakan fase sejauh mana manfaat inovasi yang dipersepsikan (akan lebih baik) dari penggunaan sebelumnya.

4. Ekspektasi-ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*)

Berkaitan dengan konsekuensi dari perilaku seseorang.

b. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi Usaha dapat diartikan sebagai fase kemudahan ketika seseorang menggunakan sistem (Glady & Rantung, 2020). Menurut Venkatesh (2003) adalah tingkatan kemudahan terkait penggunaan suatu sistem. Terdapat beberapa variabel dalam konsep tersebut yang berasal dari model atau teori terdahulu. Berikut variabel yang dimaksud adalah:

1. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Easy of Use*)

Menurut Davis (1989) merupakan persepsi kemudahan dalam penggunaan yang berdampak pada penggunaan sebuah teknologi informasi.

2. Kompleksitas (*Complexity*)

Persepsi ini menurut Thompson et al., (1991) merupakan tingkat inovasi yang dipersepsikan sulit untuk dimengerti dan dipakai.

3. Kemudahan Pengguna (*Easy of Use*)

Persepsi ini menurut Moore dalam penelitian Venkatesh (2003) bahwa kemudahan pengguna merupakan penerapan inovasi yang dipersepsikan sulit untuk digunakan.

c. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial menurut Venkatesh (2012) merupakan sejauh mana konsumen melihat bahwa orang lain terdekat (seperti teman atau keluarga) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Pada penelitian terdahulu ditemukan bahwa orang lain terdekat (seperti keluarga dan teman, serta komunitas virtual di media sosial) memiliki pengaruh terhadap perilaku seseorang. Pengaruh sosial juga memiliki kedudukan penting dalam mempengaruhi variabel niat perilaku melalui beberapa variabel berikut:

1. Norma Subyektif (*Subjective Norm*)

Norma Subyektif adalah seseorang yang mempersepsikan bahwa orang-orang terdekatnya percaya bahwa sebaiknya dia menggunakan suatu sistem. Norma ini terdapat dalam model TRA, TAM, TPB, dan C-TAM-TPB. Juga terdapat pada UTAUT dan UTAUT 2.

2. Faktor-faktor Sosial (*Social Factors*)

Social factors merupakan perolehan nilai terhadap lingkaran yang dipercayai, dan keterikatan antara seseorang dengan orang lain. Biasanya *social factors* ini digunakan pada model MPCU. *Social factors* juga merupakan penentu dari variabel pengaruh sosial pada UTAUT dan UTAUT 2.

3. Citra (*image*)

Image merupakan sejauh mana inovasi dipandang bisa mengembangkan *image* atau status sosial. Image juga terdapat dalam konstruk IDT.

d. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*)

Konsisi yang memfasilitasi menjelaskan kesediaan serta kehadiran sumber daya untuk menggunakan teknologi, seperti komputer dan jaringan (Venkatesh et al., 2012). Hal tersebut menyangkut tiga konsep melalui kontrol perilaku yang dirasakan yaitu:

1. Kontrol Perilaku Persepsi (*perceived behavioral control*)

Menurut Fishbein dan Ajzen (2005) bahwa Kontrol perilaku persepsi menggambarkan persepsi masalah internal ataupun eksternal mengenai efikasi diri, kondisi fasilitas yang memadai, serta dukungan dari teknologi.

2. Kondisi fasilitasi (*facilitating condition*)

Kondisi fasilitas menurut Thompson et al., (1991) yaitu dimana kondisi seseorang dimudahkan dalam melakukan suatu tindakan.

3. kesesuaian (*compatibility*)

Kesesuaian menurut Moore dan Benbasat dalam penelitian Venkatesh et al., (2003) yaitu sejauh mana inovasi dipandang konsisten melalui nilai, kebutuhan, dan pengalaman.

e. **Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)**

Motivasi Hedonis menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu Suatu Hal yang menimbulkan seorang pengguna bahagia dari penggunaan sebuah teknologi, bukan hanya sampai kinerja namun juga sampai menembus ke perasaan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi. Motivasi hedonis juga merupakan kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Berikut beberapa variabel dari model atau teori terdahulu terkait konsep penerimaan dan penggunaan suatu teknologi :

- a. Senang (*Fun*) merupakan suatu hal yang menjadikan pengguna merasa senang ketika menggunakan teknologi.
- b. Hiburan (*Entertainment*) merupakan suatu hal yang menjadikan pengguna merasa terhibur ketika menggunakan teknologi.
- c. Menarik (*Interest*) merupakan suatu hal yang menjadikan pengguna merasa tertarik ketika menggunakan teknologi.

f. Nilai Harga (*Price Value*)

Definisi dari nilai harga yaitu sebuah balasan yang dirasakan atas harga yang dibayarkan oleh konsumen saat mengonsumsi suatu layanan (Madan & Yadav, 2016). Menurut Venkatesh (2012) Nilai harga yang positif terjadi ketika manfaat dalam penggunaan suatu teknologi dianggap lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan dan nilai harga tersebut memiliki dampak positif pada niat perilaku pengguna. Berikut beberapa variabel dari model atau teori terdahulu terkait konsep penerimaan dan penggunaan suatu teknologi :

1. Kualitas (*Quality*) yaitu dimana tingkat kualitas sebuah teknologi sebanding dengan harga yang ditawarkan.
2. Harga (*Price*) yaitu dimana tingkat harga yang dibebankan terhadap penggunaan suatu teknologi sebanding dengan harga yang ditawarkan.
3. Nilai (*Value*) yaitu dimana suatu teknologi yang ditawarkan memiliki nilai yang baik.

g. Kebiasaan (*Habit*)

Menurut Limayem dalam Venkatesh (2012) bahwa kebiasaan merupakan perilaku atau kebiasaan yang dilakukan setiap hari. Durasi waktu melakukan kebiasaan memperoleh tingkat kebiasaan yang berbeda, seperti tingkat kebiasaan menggunakan teknologi dalam jangka waktu 3 bulan akan berbeda dengan yang menggunakan teknologi dalam jangka waktu kurang dari 3 bulan (Venkatesh et al., 2012). Menurut Venkatesh (2012) juga mengatakan bahwa kebiasaan dapat menentukan niat perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Jika dilihat bahwa kebiasaan konsumen sebagai faktor penentu dalam penggunaan teknologi. Semakin banyaknya pengalaman dalam menggunakan teknologi, maka konsumen terbiasa dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Berikut beberapa

variabel dari model atau teori terdahulu terkait konsep penerimaan dan penggunaan suatu teknologi :

1. Pengguna Sebelumnya (*Prior Use*) yaitu pengguna yang terbiasa pada teknologi yang digunakannya.
2. Kecanduan (*Addiction*) yaitu pengguna yang kecanduan terhadap teknologi digunakannya.
3. Perilaku Menjadi Otomatis (*Behavior to be Automatic*) yaitu munculnya suatu syarat saat pengguna akan bertransaksi, maka pengguna baru menggunakan sebuah teknologi.

h. Niat Untuk Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Behavioral Intention menurut Ajzen and Fishbein (1977) merupakan suatu keadaan atau kesempatan seseorang melalui kemungkinan seseorang dari segi satu sisi bahwa seseorang tersebut akan mengerjakan sesuatu atau beberapa tingkah laku. Sedangkan Niat untuk berperilaku menurut Venkatesh (2003) yaitu minat konsumen menggunakan produk atau jasa dengan efektif dimasa depan. Sedangkan menurut penelitian terdahulu mengatakan bahwa niat merupakan seberapa yakin seseorang dalam mengambil keputusan dengan berbagai faktor tertentu yang mempengaruhi. Niat untuk berperilaku juga terjadi dibawah kendali seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang bisa memutuskan sesuatu atas kemauannya sendiri. Asumsinya, niat kesungguhan seseorang kemungkinan akan melakukan perilaku yang sesungguhnya dan ini menjadi sebuah kepastian. Berikut beberapa variabel dari model atau teori terdahulu terkait konsep penerimaan dan penggunaan suatu teknologi :

1. Niat Pembelian Kembali (*Behavioral Intention*) yakni perilaku konsumen yang memaksimalkan laba kepada penyedia layanan.
2. Komunikasi Positif dalam hal Pemasaran (*Positive Word of Mouth Communication*) yakni suatu komunikasi pemasaran berupa positif

maupun negative, alamiah tanpa unsur politik dan sebagainya, serta paparan yang disampaikan sesuai dengan perasaan konsumen.

3. Kualitas Layanan (*Service Quality*) yakni argumen konsumen terhadap layanan jasa yang ditawarkan.

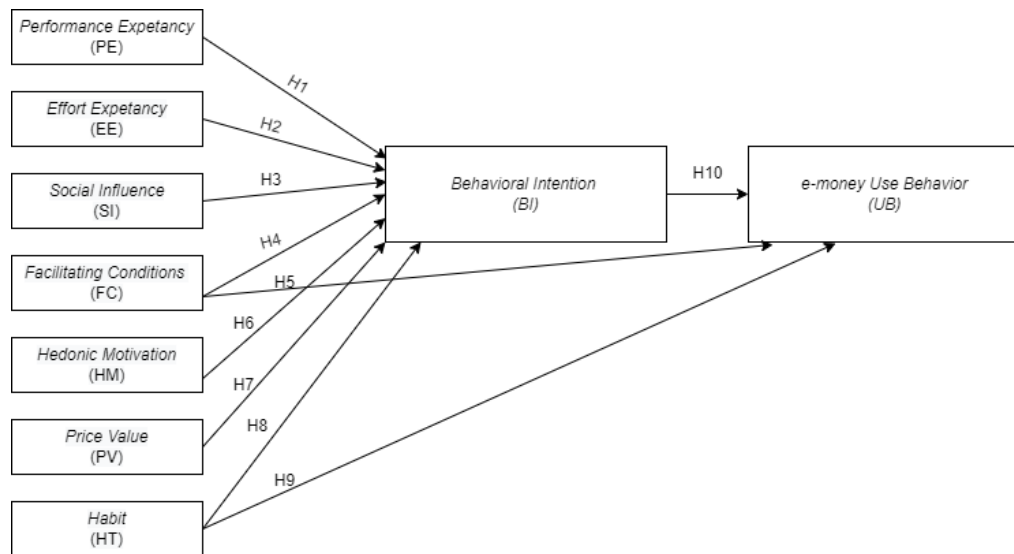
i. Perilaku Pengguna (*Use Behavior*)

Perilaku pengguna (*Use Behavior*) menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu menggambarkan seberapa sering *end user* menggunakan sistem teknologi yang didasari oleh niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Berikut beberapa variabel dari model atau teori terdahulu terkait konsep penerimaan dan penggunaan suatu teknologi :

1. Waktu Penggunaan (*Usage Time*) yakni *end users* merasa senang ketika menggunakan suatu teknologi.
2. Frekuensi Penggunaan (*Usage Frequency*) yakni seberapa sering *end users* dalam menggunakan suatu teknologi.
3. Variasi yang Digunakan (*Use Variety*) yakni beragam jenis cara yang digunakan *end users* terhadap penggunaan suatu teknologi.

C. Kerangka Konseptual

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui faktor-faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai pada mahasiswa UII dengan pendekatan model UTAUT 2 dengan jumlah 10 hipotesis yang terdiri dari variabel Y (Dependen) yaitu *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB), dengan variabel X (Independent) yang merupakan (*Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HT). Adapun kerangka konseptual ini sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Model Penelitian

Sumber: diolah peneliti, 2022

D. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (Venkatesh 2012). Berikut uraian pengembangan hipotesis pada penelitian ini:

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Menurut penelitian Venkatesh (2003) menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja merupakan penerimaan sistem informasi yang signifikan dan sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut dapat membantunya mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Sebagai keyakinan masyarakat terhadap teknologi dan sistem informasi terdapat ekspektasi kinerja yang dijadikan sebagai indikator dalam beberapa penelitian. Menurut Morosan, Defranco dkk bahwa ekspektasi kinerja merupakan prediksi teratas dari sebuah minat penggunaan teknologi *mobile payments* dan menurut penelitian dari Glady & Rantung (2020) sendiri pun bahwa ekspektasi kinerja sangat penting dalam mempengaruhi minat milenial untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran non tunai, dan menunjukkan bahwa

ekspektasi kinerja secara positif signifikan mempengaruhi minat milenial untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran non tunai (Glady & Rantung, 2020). Namun terdapat hasil penelitian yang bertentangan yaitu penelitian Putri & Suardhika, (2020) bahwa peningkatan kinerja saat menyelesaikan transaksi atau pekerjaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan e-money. Kemudian juga pada penelitian Merhi et al., (2019) bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) bukan termasuk *predictor* yang memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan mobile banking di Inggris. Menurut peneliti lainnya bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan teknologi berupa sistem pembayaran non tunai. Dari penelitian Hartawan (2019) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja adalah predikat terkuat dari tingkat kinerja pengguna teknologi. Dalam ekspektasi kinerja telah memberikan informasi kepada pengguna untuk mengetahui kinerja. Dan dari penelitian oliveira bahwa ekspektasi kinerja secara positif mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap minat pembayaran non tunai (Oliveira et al., 2014). Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat diambil hipotesis :

H1 : Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan e-money

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi Usaha dapat diartikan sebagai fase kemudahan ketika seseorang menggunakan sistem. (Glady & Rantung, 2020). jadi menurut Venkanthesh (2003) ketika suatu sistem dengan mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan seseorang tidaklah terlalu banyak dan sebaliknya jika suatu sistem tersebut sulit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang ekstra untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2003). Dan dia juga mengusulkan bahwa ekspektasi usaha tampak

terlihat pada wanita remaja yang berpengalaman dibandingkan pria. Penelitian sebelumnya pun juga mendukung pendapat tersebut bahwa ekspektasi usaha sebagai indikator pada minat individual untuk wanita (Meiranto, 2016). Peneliti lainnya berpendapat bahwa ekspektasi usaha merupakan persepsi kemudahan penggunaan yang merupakan faktor penentu minat penggunaan teknologi dimana terdapat dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* (Venkatesh et al., 2003). kemudian ekspektasi usaha memiliki hubungan signifikan terhadap minat memanfaatkan teknologi informasi selama periode pelatihan namun kemudian menjadi signifikan pada periode implementasi (Venkatesh et al., 2003).

Dalam penelitian Jorge, Begoña, dan Maria bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat dalam penggunaan teknologi *internet banking* (Glady & Rantung, 2020) . Kemudian ekspektasi usaha juga memperoleh pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku dalam penerapan *e-wallet* (Megadewandanu et al., 2016). Menurut Miltgen et al., (2013) dalam Oliviera et al., (2016) ekspektasi usaha merupakan faktor yang tepat untuk memprediksi minat penggunaan teknologi baru (Oliveiraa et al., 2016). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Ekspektasi Usaha memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Munculnya dampak dari pengaruh sosial Menurut Venkatesh (2012) bahwa pengaruh sosial adalah sejauh mana konsumen melihat bahwa orang lain terdekat (seperti teman atau keluarga) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Pada penelitian terdahulu ditemukan bahwa orang lain terdekat (seperti keluarga dan teman, serta komunitas virtual di media sosial) memiliki pengaruh terhadap perilaku

seseorang, yaitu pada perilaku individu meliputi kepatuhan, internalisasi, dan identifikasi (Venkatesh & Davis, 2000). Kemudian pengaruh sosial dipanjang sejenis dengan konstruk norma subjektif dalam TRA dan TPB, yang mana konstruk tersebut adalah faktor penting yang memengaruhi adopsi pada suatu sistem (Venkatesh et al., 2003). Variabel pada pengaruh sosial ditemukan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penerapan *e-wallet* (Madan & Yadav, 2016).

Pada penelitian AbuShanab dan Pearson menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor signifikan yang mempengaruhi minat dalam penggunaan teknologi *internet banking* (Glady & Rantung, 2020). Menurut Taylor & Todd (1995) bahwa Pengaruh sosial ditemukan sebagai faktor signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku individual untuk menggunakan sistem informasi baru.

Hasil empiris penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Yadnyana (2016), Tak & Panwar (2017), Shara & Widodo (2018), Gupta et al., (2018), serta Mulyani (2019) membuktikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem dan menurut penelitian dari Putri dan Suardikha (2020). Hasil pengujian Charisma dan Asnawi (2021) bahwa pengaruh sosial terhadap kecenderungan minat dalam menggunakan dompet digital yang berpengaruh signifikan positif sebesar 23,2% terhadap minat menggunakan dompet digital pada tingkat kepercayaan 99%. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diambil hipotesis :

H3: Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

4. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*)

Kondisi yang memfasilitasi menurut Venkatesh (2003) adalah persepsi konsumen terkait sumber daya dan dorongan untuk melakukan perilaku. Psikologi organisasi menunjukkan bahwa pekerja yang lebih tua akan menganggap penting untuk mendapatkan bantuan dan dukungan di tempat kerja. Oleh karena itu, jika dilakukan penyesuaian sesuai usia, maka kondisi promosi akan berdampak signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi (Dzulhaida & Giri, 2017). Dalam UTAUT, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial mempengaruhi niat berperilaku untuk menggunakan teknologi. Sedangkan kondisi yang memfasilitasi menjelaskan kesediaan serta kehadiran sumber daya untuk menggunakan teknologi, seperti komputer dan jaringan. Hal tersebut menyangkut tiga konsep melalui kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) (TPB), kondisi fasilitasi (*facilitating condition*) (MPCU), dan kesesuaian (*compatibility*) (IDT) (Venkatesh et al., 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Oliveira, Faria, Thomas, dan Popovič (2014) Menunjukkan bahwa kondisi fasilitas tersebut secara langsung mempengaruhi penggunaan teknologi *mobile banking*. Dan menurut Oliveira (2016) juga bahwa jika terdapat infrastruktur yang memadai dan mendukung penggunaan teknologi maka minat penggunaan teknologi akan meningkat. Di sisi lain, kondisi fasilitas juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku penggunaan sistem informasi akademik (Handayani & Sudiana, 2017). Penelitian Abdallah (2017) disimpulkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Dan menurut penelitian Putri dan Suardikha (2020) menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diambil hipotesis :

H4: Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention (BI) e-money*

H5: Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior (UB) e-money*

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Definisi dari motivasi hedonis adalah kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Di zaman modern saat ini setiap kegiatan bersamaan dengan penggunaan teknologi salah satunya dalam bertransaksi yaitu transaksi non tunai. Hal ini menyebabkan sebagian besar masyarakat sudah familiar bertransaksi non tunai di kehidupan sehari-hari termasuk generasi z. generasi z termasuk kelompok masyarakat yang menyukai teknologi terutama dalam hal transaksi non tunai dengan berbagai kemudahannya. Jika suatu teknologi tersebut membawa kesenangan bagi pengguna, dan pengguna sangat senang ketika menggunakannya maka itu dapat mempengaruhi niat perilaku pengguna.

Menurut Moorthy (2019) saat seseorang senang dalam menggunakan aplikasi pembayaran non tunai, mereka akan terus menggunakan aplikasi tersebut di kehidupan sehari-hari. Maka, dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis akan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran non tunai. Kemudian, Venkatesh (2012) menyatakan bahwa seseorang tidak hanya memperhatikan kinerja dari penggunaan suatu teknologi, namun juga terciptanya perasaan dari teknologi tersebut, sehingga motivasi hedonis merupakan faktor terkuat kedua yang mempengaruhi niat berperilaku dalam penggunaan teknologi. Berdasarkan hasil uraian tersebut, dapat diambil hipotesis :

H6: Motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Definisi dari nilai harga yaitu sebuah balasan yang dirasakan atas harga yang dibayarkan oleh konsumen saat mengkonsumsi suatu layanan (Madan & Yadav, 2016). Menurut Venkatesh (2012) Nilai harga yang positif terjadi ketika manfaat dalam penggunaan suatu teknologi dianggap lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan dan nilai harga tersebut memiliki dampak positif pada niat perilaku pengguna. Penelitian terdahulu ditemukan bahwa nilai harga memiliki pengaruh yang positif terhadap niat perilaku pengguna dalam menggunakan *e-wallet* (Chopdar & Sivakumar, 2019). Kemudian hasil penelitian oleh Tak dan Panwar (2017) bahwa nilai harga berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berperilaku. Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Tarhini et al., (2019) menjelaskan bahwa nilai harga berpengaruh secara signifikan terhadap niat pelanggan dalam mengadopsi perdagangan melalui aplikasi *mobile*. Berdasarkan hasil uraian tersebut, dapat diambil hipotesis :

H7: Nilai harga memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

7. Kebiasaan (*Habit*)

Menurut Limayem dalam Venkatesh (2012) bahwa kebiasaan merupakan perilaku atau kebiasaan yang dilakukan setiap hari. Durasi waktu melakukan kebiasaan memperoleh tingkat kebiasaan yang berbeda, seperti tingkat kebiasaan menggunakan teknologi dalam jangka waktu 3 bulan akan berbeda dengan yang menggunakan teknologi dalam jangka waktu kurang dari 3 bulan (Venkatesh et al., 2012).

Menurut Venkatesh (2012) juga mengatakan bahwa kebiasaan dapat menentukan niat perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Jika dilihat bahwa kebiasaan konsumen sebagai faktor penentu dalam penggunaan teknologi. Semakin banyaknya pengalaman dalam menggunakan teknologi, maka konsumen terbiasa dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Hasil penelitian Tak dan Panwar (Tak & Panwar, 2017) menghasilkan bahwa saat menggunakan teknologi, maka kebiasaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk berperilaku, dan kebiasaan sebagai faktor penting yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan teknologi. Berdasarkan hasil uraian tersebut, dapat diambil hipotesis :

H8: Kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* (BI) *e-money*

H9: Kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior* (UB) *e-money*

8. Niat untuk Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Behavioral Intention menurut Kotler dan Armstrong (2014) merupakan keadaan ketika konsumen bersikap loyal pada suatu produk, *brand*, dan perusahaan serta memberikan *word of mouth* (WOM) positif kepada sekitar (Kotler & Armstrong, 2001). Sedangkan niat untuk berperilaku menurut Venkatesh (2003) yaitu minat konsumen menggunakan produk atau jasa dengan efektif dimasa depan. Sedangkan menurut penelitian terdahulu mengatakan bahwa niat merupakan seberapa yakin seseorang dalam mengambil keputusan dengan berbagai faktor tertentu yang mempengaruhi. Niat untuk berperilaku juga terjadi dibawah kendali seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang bisa memutuskan sesuatu atas kemauannya sendiri. Asumsinya, niat kesungguhan seseorang kemungkinan akan melakukan perilaku yang sesungguhnya dan ini menjadi sebuah kepastian.

Dari penelitian sebelumnya membuktikan melalui bermacam penelitian bahwa niat untuk berperilaku dapat menjadi prediksi seseorang dimasa mendatang. Dan kemungkinan prediksi perilaku seseorang dari maksud memungkinkan munculnya berbagai studi mengenai perilaku berdasar minat sebagai lawan dari penelitian perilaku yang sesungguhnya (Addury et al., 2020). Menurut Marhaini (2008) mengatakan bahwa perilaku seseorang tergantung niat, kemudian niat dalam berperilaku tergantung dari sikap dan norma subyektif. Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat diambil hipotesis :

H10: Niat untuk berperilaku berpengaruh positif terhadap *use behavior (UB) e-money*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan komponen dari rancangan penelitian yang digunakan dalam menjawab pertanyaan dari suatu penelitian. Desain penelitian memudahkan peneliti dalam proses penelitian, terutama dalam hal memperoleh data yang akan digunakan untuk pengujian hipotesis. Kemudian, desain penelitian juga digunakan sebagai panduan yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam proses penelitian, sehingga peneliti bisa mencapai tujuan penelitian yang telah dirancang (Samsu, 2017).

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan jawaban melalui data angka yang kemudian diolah menggunakan alat statistik. Selain itu, metode kuantitatif juga sebagai pengukur variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Sementara itu, metode penelitian korelasi merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel (Fraenkel & Wellen, 2008). Dengan mengetahui tingkat hubungan antar variabel, maka dapat dikembangkan sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan dari Penelitian tersebut yaitu mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasar pada koefisien korelasi juga memahami antar sifat atau karakteristik orang atau entitas lainnya. Sementara itu, metode penelitian deskriptif adalah bentuk dari penelitian kuantitatif berdasar permasalahan dari fenomena pada suatu populasi saat ini. Fungsi dari metode penelitian deskriptif yaitu untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan penelitian. Secara umum, tipe dasar dari metode penelitian deskriptif adalah berkaitan dengan suatu

pendapat, peristiwa, atau aturan. Kemudian, teknik dalam pengumpulan datanya yaitu dengan metode survei atau angket (Radjab & Jam'an, 2017).

Adapun tujuan dari penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif adalah untuk menganalisis hubungan antara variabel Y (Dependen) yaitu *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB), dengan variabel X (Independent) yang merupakan *Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HT).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan sebuah tempat atau lokasi penelitian yang meliputi unsur tokoh, tempat, dan tindakan yang bisa diobservasi (Nasution, 2003). Penelitian analisis faktor-faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan pendekatan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2) yang ini dilakukan di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian berdasarkan pengambilan data dan pengolahannya yaitu dilakukan selama 1 bulan mulai dari 1 Juli 2022 sampai dengan 30 Juli 2022. Sedangkan untuk seluruh proses kegiatan skripsi dimulai pada bulan Juli 2022 hingga bulan Oktober 2022.

D. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) obyek penelitian adalah objek ilmiah guna memperoleh data dengan maksud dan manfaat tertentu terkait suatu hal menurut obyektif, valid, dan reliabel terhadap suatu hal. Pada penelitian ini berusaha menguji dan mengidentifikasikan faktor-faktor minat dan perilaku pembayaran non tunai pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan pendekatan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2). Berdasarkan riset Jakpat dan DailySocial bahwa jumlah

pengguna dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia dengan usia produktif (20-35 tahun) sebesar 63,6 juta atau 25,6 persen dari total populasi. Namun jumlah tersebut, di prediksi akan meningkat menjadi 202 juta atau 76,5 persen pengguna di tahun 2025 (Corry Anestia, 2021). Sehingga peneliti memilih objek penelitian mahasiswa dikarenakan umumnya usia produktif.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh objek penelitian yang terdiri atas jumlah yang banyak, salah satu diantaranya yaitu manusia. Objek tersebut berperan sebagai sumber data yang memiliki karakteristik khusus di dalam penelitian (Ishaq, 2016). Pada penelitian ini, populasi yang diteliti oleh penulis yaitu dari total 23.000 mahasiswa/i diambil sebanyak 220 mahasiswa/i Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sudah menggunakan produk *e-money* sebagai metode pembayaran sehari-hari. Alasan penulis menggunakan mahasiswa sebagai responden karena tingkat literasi dan inklusi keuangannya memiliki potensi besar sebagai penggerak perekonomian di Indonesia, baik dari segi jumlah populasi, karakter dan tingkat literasi serta inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2019)

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dalam jumlah skala yang lebih kecil. Selain itu, sampel merupakan bagian terpenting dalam suatu penelitian, sebab peneliti memperoleh kesimpulan dari suatu penelitian tersebut yang telah diwakili oleh jumlah populasi (Nurdin & Hartati, 2019). Sampel yang diambil dalam populasi menggunakan *purposive sampling*. *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 220 mahasiswa/i UII dari total keseluruhan 23.000 mahasiswa/i aktif Universitas Islam Indonesia

yang terdiri dari 1 program diploma (D3), 3 program sarjana terapan, 26 program sarjana 8 fakultas dan 30 jurusan studi diantaranya yaitu:

Tabel 3. 1 Sampel Mahasiswa/i UII

No	Fakultas	Jurusan
1	Ilmu Agama Islam	1. Ekonomi Islam (S1)
		2. Hukum Islam (S1)
		3. Pendidikan Agama Islam (S1)
2	Teknologi Industri	4. Teknik Kimia (S1)
		5. Teknik Industri (S1)
		6. Teknik Elektro (S1)
		7. Teknik Informatika (S1)
		8. Teknik Mesin (S1)
3	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	9. Teknik Rekayasa Tekstil (S1)
		10. Kimia (S1)
		11. Pendidikan Kimia (SI)
		12. Farmasi (S1)
		13. Statistika (S1)
4	Teknik Sipil dan Perencanaan	14. Anaisis Kimia (D3)
		15. Teknik Sipil (S1)
		16. Arsitektur (S1)
5	Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya	17. Teknik Lingkungan (S1)
		18. Psikologi (S1)
		19. Ilmu Komunikasi (S1)
		20. Pendidikan Bahasa Inggris (S1)
6	Hukum	21. Hubungan Internasional (S1)
		22. Hukum (S1)
7	Bisnis dan Ekonomika	23. Hukum Bisnis (S1)
		24. Manajemen (S1)
		25. Akuntansi (S1)
		26. Ekonomi Pembangunan (S1)
		27. Bisnis Digital (D4)
8	Kedokteran	28. Akuntansi Perpajakan (D4)
		29. Analisis Keuangan (D4)
		30. Kedokteran (S1)

Sumber: data primer, diolah 2022

Dalam PLS-SEM metode estimasi terhadap ukuran sampel minimum sudah banyak dilakukan dimana sama atau lebih besar (\geq) dari 10 kali jumlah terbanyak berdasar indikator formatif sebagai pengukur konstruk atau 10 kali berdasar jumlah terbanyak dari jalur struktur yang mengacu konstruk tertentu. Hal ini disebut dengan metode *10 time rule of thumb* maksudnya ukuran sampel harus lebih besar dari 10 kali dari

banyaknya anak panah (jalur) menuju variabel laten pada model PLS (Hair et al., 2014). menurut Cohen (1992) hal tersebut masih panduan kasar, sehingga untuk menentukan sampel minimal pada penelitian ini adalah dengan pendekatan dengan pertimbangan *statistical power* and *effect size* saat penentuan ukuran sampel minimum yang terdapat pada tabel berikut:

Jumlah maksimal arah panah menuju konstruk	Tingkat (<i>level</i>) Signifikansi											
	1%				5%				10%			
	Minimum R ²				Minimum R ²				Minimum R ²			
	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Gambar 3. 1 Panduan Penentuan Sampel Minimum PLS-SEM

Sumber: (Cohen (1992) dalam penelitian Solihin dan Ratmono (2013))

Pada penelitian ini, terdapat 8 variabel eksogen dan 2 variabel endogen sehingga model yang digunakan sudah cukup kompleks. Model dalam penelitian ini terdapat anak panah terbesar yang berjumlah 8 dari suatu konstruk. Harapan peneliti terhadap tingkat signifikan adalah sebesar 5% dan minimum R² sebesar 0,10 demikian ukuran sampel minimal yang harus terpenuhi adalah sebesar 174. Kline dalam penelitian Latan, (2012) mengatakan bahwa jumlah yang sesuai dalam estimasi SEM terhadap model yang kompleks yaitu lebih dari 200. Berdasar pertimbangan tersebut, peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 200 sampel.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Agung dan Yuesti (2019) mengemukakan terkait data primer dan sekunder yaitu :

1. Data Primer

Data primer atau data asli merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung yaitu melalui wawancara, menyebarkan kuesioner, dan pengumpulan nota.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan melalui sumber yang telah dikumpulkan orang lain seperti artiker ilmiah, website, buku-buku, ataupun literatur ilmiah lainnya. Fungsi dari data sekunder yaitu memudahkan peneliti untuk menemukan referensi ilmiah. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner (*Google Form* sebagai alat distribusi kuesioner). Kemudian data sekunder yang digunakan penulis yaitu bersumber dari literatur ilmiah (*Al-Qur'an*, jurnal ilmiah, buku-buku, *website*) sebagai referensi penulis dalam penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan kuesioner yang menurut Sugiyono (2018) adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada koresponden. Dalam pembuatan kuesioner, peneliti menelusuri artikel dari penelitian sebelumnya yang kemudian dikomunikasikan dengan praktisi yang dalam hal ini dosen pembimbing akan membuktikan apakah kuesioner tersebut dapat dimengerti atau tidak. Dalam kuesioner terdiri dari tiga bagian, yaitu:

1. Pertanyaan Seleksi (Screening Question)

Bagian ini terdapat beberapa pertanyaan yang dibagikan untuk memastikan calon responden sudah sesuai dengan kualifikasi yang diperlukan dalam sampel. Jika calon responden tidak sesuai dengan kualifikasi yang diperlukan maka tidak perlu mengisi kuesioner seterusnya.

2. Pertanyaan inti (Main Question)

Bagian ini terdapat beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian melalui metode survey dengan skala linkert. Penggunaan model skala linkert ini yaitu untuk menilai perilaku, pendapat, dan persepsi seseorang. Model skala linkert ini sering digunakan pada jenis penelitian berbentuk survei. Setiap item menggunakan skala linkert memiliki tingkatan dari yang sangat negatif ke yang sangat positif. Dalam pertanyaan di kuesioner ini menggunakan variasi skala 4 tingkat dengan menghilangkan bagian tengah pada kolom, variasi skala linkert yang dimaksud adalah meniadakan kelemahan dalam skala 5 tingkat bersumber pada 3 alasan berikut (Hadi, 1991):

- a. Bagian *undeciden* bermakna ganda, yaitu belum bisa memastikan jawaban (dari teori aslinya), atau netral, setuju tidak, tidak setuju pun tidak, ataupun ragu-ragu. Dan bagian jawaban ganda juga tidak diinginkan pada sebuah instrumen.
- b. Adanya jawaban pada bagian tengah menyebabkan jawaban ke tengah, terlebih pada seseorang yang merasa ragu pada arah kecenderungan terhadap pandangan responden, mengarah pada setuju atau tidak setuju.
- c. Apabila terdapat bagian jawaban tersebut menghapuskan banyak data pada penelitian sehingga mengurangi banyak informasi yang disaring dari para responden.

H. Definisi Konseptual Variabel dan Defnisi Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual Variabel

Menganalisis hubungan antara variabel Y (Dependen) yaitu niat perilaku untuk menggunakan *e-money* (*Behavioral Intention to use e-money*), dengan variabel X (Independent) yang merupakan (*Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit*(HT)).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi dari operasional variabel adalah suatu pedoman untuk seseorang atau objek, ataupun kegiatan yang memiliki jenis tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Berdasarkan definisi diatas bahwa operasional variabel digunakan untuk menentukan jenis, indikator, dan skala dari bermacam variabel di dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan benar sesuai dengan judul dalam penelitian. Maka terdapat tiga variabel yang akan diukur, yaitu :

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” bahwa disebut juga variabel bebas, dimana variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dilambangkan dengan huruf “Y” (perilaku). Berikut variabel independen pada penelitian ini yaitu : (*Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit*(HT).

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” bahwa disebut juga variabel terikat, dimana variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dilambangkan dengan huruf (X) Berikut variabel dependen pada penelitian ini yaitu : *Behavioral Intention to Use E-money*.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel UTAUT 2

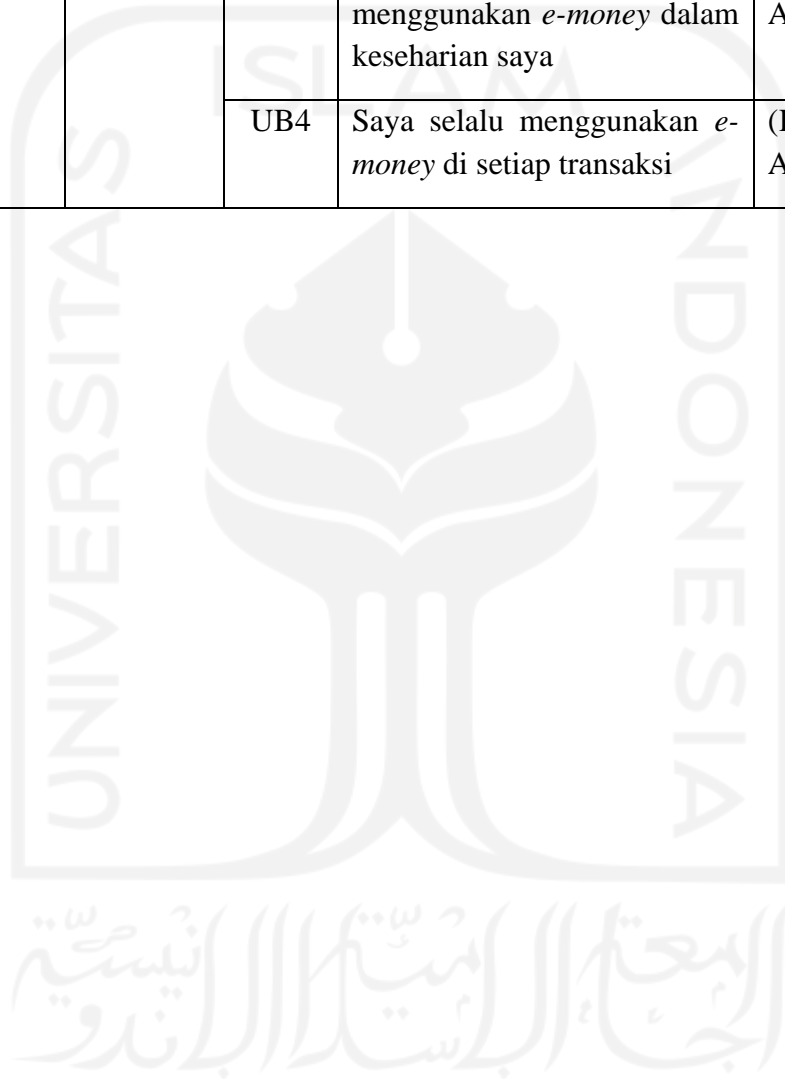
No	Variabel	Kode	Keterangan	Sumber
----	----------	------	------------	--------

1	<i>Performance Expectancy</i> (PE)	PE1	<i>E-money</i> merupakan alat yang berguna dalam transaksi	(Venkatesh et al., 2003)
		PE2	<i>E-money</i> memungkinkan saya melakukan transaksi lebih mudah	(Venkatesh et al., 2003)
		PE3	<i>E-money</i> memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat dibandingkan transaksi secara tunai	(Venkatesh et al., 2003)
		PE4	Menggunakan <i>e-money</i> meningkatkan produktivitas saya	(Venkatesh et al., 2003)
2	<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	Mudah bagi saya memahami cara menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		EE2	Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		EE3	Mudah bagi saya untuk melakukan transaksi menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		EE4	Mudah bagi saya untuk mahir dalam menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
3	<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	Orang-orang terdekat mempengaruhi saya untuk menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		SI2	Orang-orang terpenting di kehidupan saya menyarankan untuk menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		SI3	Orang-orang di sekitarsaya yang menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)

			terlihat lebih kekinian (modern)	
		SI4	Saya melakukan transaksi menggunakan <i>e-money</i> karena banyak orang yang menggunakannya juga	(Venkatesh et al., 2003)
4	<i>Facilitating Condition</i> (FC)	FC1	Saya memiliki sumber daya (smartphone/internet/aplikasi) yang diperlukan untuk menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
		FC3	<i>e-money</i> yang saya gunakan mampu bergerak dengan sistem lain seperti (<i>e-commerce/e-parking</i>)	(Venkatesh et al., 2003)
		FC4	Tersedia <i>customer service</i> yang mampu membantu saya apabila terdapat kendala dalam menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2003)
5	<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	HM1	Menggunakan <i>e-money</i> merupakan hal yang menarik bagi saya	(Venkatesh et al., 2012)
		HM2	Menggunakan <i>e-money</i> merupakan hal yang menyenangkan bagi saya	(Venkatesh et al., 2012)
		HM3	Menggunakan <i>e-money</i> merupakan hal yang menghibur saya	(Venkatesh et al., 2012)
6	<i>Price Value</i> (PV)	PV1	Biaya yang dibebankan untuk menggunakan <i>e-money</i> terjangkau sesuai dengan kemampuan saya	(Venkatesh et al., 2012)

		PV2	Biaya untuk menggunakan layanan <i>e-money</i> lebih terjangkau dibandingkan layanan sejenis lainnya	(Venkatesh et al., 2012)
		PV3	<i>E-money</i> merupakan uang elektronik terbaik untuk mata uang	(Venkatesh et al., 2012)
		PV 4	Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan <i>e-money</i> sesuai dengan manfaat yang didapatkan	(Venkatesh et al., 2012)
7	<i>Habit</i> (HT)	HT1	Menggunakan <i>e-money</i> sudah menjadi kebiasaan saya	(Venkatesh et al., 2012)
		HT2	Menggunakan <i>e-money</i> merupakan sesuatu yang dilakukan tanpa berpikir	(Venkatesh et al., 2012)
		HT3	Saya harus menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2012)
		HT4	Saya senang menggunakan <i>e-money</i> baik dimana pun atau kapan pun	(Venkatesh et al., 2012)
8	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	BI1	Saya berniat untuk tetap menggunakan <i>e-money</i> di masa yang akan datang	(Venkatesh et al., 2012)
		BI2	Saya berniat akan menggunakan <i>e-money</i> dalam keseharian saya	(Venkatesh et al., 2012)
		BI3	Mengingat bahwa <i>smartphone</i> yang saya miliki mampu mengakses internet, saya akan terus menggunakan <i>e-money</i>	(Venkatesh et al., 2012)

9	<i>Use Behavior</i> (UB)	UB1	Terkadang saya menggunakan <i>e-money</i> untuk melakukan transaksi	(K. Gupta & Arora, 2019)
		UB2	Saya sering menggunakan <i>e-money</i> dalam transaksi sehari-hari	(K. Gupta & Arora, 2019)
		UB3	Secara teratur saya menggunakan <i>e-money</i> dalam keseharian saya	(K. Gupta & Arora, 2019)
		UB4	Saya selalu menggunakan <i>e-money</i> di setiap transaksi	(K. Gupta & Arora, 2019)



I. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2015) merupakan alat yang peneliti gunakan untuk menghimpun data dalam informasi sosial maupun alam. Pada penelitian ini penulis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yaitu teknik statistika multivariate terukur yang membuat korelasi ditengah antara variabel terikat dan variabel bebas. *Analisis Partial Least Square* (PLS) juga satu metode statistika SEM yang memiliki basis desain yang digunakan untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti jumlah sampel yang tidak terlalu besar, adanya *missing values*, dan multikolinearitas, dikarenakan multikolinearitas yang tinggi dapat meningkatkan risiko penolakan hipotesis saat pengujian model regresi. PLS-SEM terdiri dari atas dua model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model evaluasi struktural (*inner model*) (Ghozali et al., 2015).

J. Teknik Analisis Data

Menurut Supriyanto dan Maharani (2013) bahwa analisis adalah sebuah tindakan saat data sudah terkumpul dari semua responden. Data yang sudah terkumpul tersebut akan diolah dengan *partial least square* (PLS) software berupa smart PLS versi 3.0. teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *partial linear square* (PLS) yang merupakan statistika multivariat melalui perbandingan variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Model *partial linear square* (PLS) menurut Abdillah dan Hartono (2015) merupakan suatu metode statistik permodelan persamaan struktural (SEM) bermotif macam yang dirancang guna menangani permasalahan pada regresi berganda kompilasi terkait data spesifik, semacam skala sampel yang kecil, terdapat nilai data yang hilang, dan multikolinearitas.

Mengenai model *partial linear square* (PLS) yang digunakan pada analisis persamaan struktural menurut versi yang digunakan bertepatan dengan uji model struktural. Pada model pengukuran diterapkan untuk uji validitas dan realibilitas, sementara model struktural diterapkan untuk uji kausalitas atau uji hipotesis melalui model prediksi (Abdillah & Hartono,

2015). Terdapat beberapa kelebihan dari model *partial linear square* (PLS) menurut Abdillah dan Hartono (2015):

1. Dapat membuat banyak model variabel dependen dan independen
2. Dapat mendorong multikolaritas antar variabel independen
3. Hasil penelitian tetap valid walaupun ada data yang hilang
4. Mmenciptakan variabel laten independen secara penuh berdasar lintas produk yang memprioritaskan variabel laten dependen sebagai kekuatan dalam prediksi.
5. Mampu diaplikasikan lewat konstruk reflektif dan formatif.
6. Mampu diaplikasikan lewat ukuran sampel yang kecil

K. *Assesment of the Measurement Model* (Pengujian Model Pengukuran)

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan validitas dan reabilitas instrumen pengumpulan data melalui penggunaan data primer secara menyeluruh. Pengujian model pengukuran disebut juga dengan uji outer model yang dasarnya menguji indikator pada variabel laten atau mmemeriksa sejauh mana indikator (item) bisa mmendeskripsikan variabel latennya. Untuk indikator yang digunakan yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, and *realibility*.

1. *Convergent Validity*

Connvergent validity merupakan tolak ukur tingkat ketepatan dari item pada variabel terkait sesuatu yang akan diukur. indikator pada validitas tersebut diukur melalui nilai *factor loading* (FL), apabila nilai FL nya lebih tinggi dari angka 0,7 maka item yang diukur dikatakan valid. *Convergent validity* bisa juga diukur melalui *Average Variance Extracted* (AVE). *Average Variance Extracted* (AVE) tersebut sebagai tolak ukur dari seberapa banyak item yang digunakan dalam mengukur variabel *converge* (berkorelasi)

melainkan dengan item yang mengukur variabel lain pada suatu model.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan menguji seberapa banyak item yang mengukur variabel berbeda dengan item yang digunakan sebagai pengukur variabel lain serta mengukur apakah item yang digunakan sebagai pengukur pada variabel secara kebetulan mengukur variabel lain yang tidak direncanakan untuk diukur. Standart yang digunakan dalam mengukur *discriminant validity* yaitu nilai dari *cross loading*. Dan nilai dari *cross loading* tersebut memperlihatkan luasnya hubungan antara tiap variabel dengan indikator dan indikator melalui struktur blok lain. Dalam penelitian Indrawati et al (2017) menurut Liu dan Li (2011) bahwa indikator yang dikatakan valid apabila indikator dari suatu struktur mempunyai nilai hubungan terhadap struktur lebih besar dibandingkan nilai hubungan dengan struktur lainnya. Dan menurut Gepen dan Straub (2005) pada penelitian Indrawati et al., (2017) memaparkan bahawa tolak ukur dari *discriminant validity* dapat diketahui melalui nilai AVE jika nilai dari akar (*square root*) dari AVE lebih besar pada tiap variabel dibandingkan hubungan antar dua variabel yang terdapat pada model hingga variabel tersebut sudah mempunyai *discriminant validity*.

3. *Reliability*

Internal consistancy reliability adalah memperhitungkan berapa besar variabel indikator yang meningkat disaat variabel laten juga meningkat. Prinsip yang sering digunakan sebagai pengukur *internal consistency* yaitu *Crobach's Alpha* (CA), bisa juga *Composite Reliability* (CR). Terdapat rekomendasi nilai CA dan CR yang dijadikan sebagai indikator yaitu 0,7 (penelitian eksploratif) dan diatas 0,8 (penelitian yang lebih baru) (Indrawati et al., 2017).

L. *Assesment of the Struktural Model (Pengujian Model Struktural)*

Pengujian model struktural disebut juga dengan pengukuran *inner model*. Pada dasarnya pengukuran tersebut yaitu uji pengaruh satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Uji tersebut dilaksanakan untuk meninjau nilai path berpengaruh secara signifikan atau tidak melalui nilai t dari nilai path nya (perolehan nilai t didapat melalui proses *boothstraping*). Nilai path juga bisa ditinjau melalui persentasi model yang dipaparkan berupa R^2 sebagai permodelan variabel laten dependen mendapat pengaruh dari variabel laten independen.

Tabel 3. 3 Kriteria Output PLS

Uji Model	Output	Kriteria
Outer model (uji indikator)	<i>Convergent validity</i>	Nilai faktor loading 0,7 atau 0,50-0,60 (untuk penelitian eksploratif) nilai <i>average variance extracted</i> (AVE) harus diatas 0,50
	<i>Discriminant validity</i>	Nilai korelasi antara <i>cross loading</i> dengan variabel laten harus lebih besar daripada korelasi variabel laten lain
	<i>Reability</i>	Nilai yang baik pada CA dan CR yaitu $\geq 0,70$ dan untuk penelitian yang lebih baru nilai CA dan CR yaitu $\geq 0,80$

	R ² untuk variabel laten endogen	Hasil R ² bisa dikatakan baik yaitu sebesar 0,67, moderat sebesar 0,33, dan lemah sebesar 0,19
Inner model (uji hipotesis)	Koefisien parameter dan t-statistik	Hubungan jalur dalam model struktural nilai estimasinya harus signifikan melalui prosedur <i>bootstrapping</i> .

Sumber: (Indrawati et al., 2017)



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Salah satu publikasi dari *Bank for International Settlement* (BIS) pada bulan Oktober ((BIS), 1996) mendeskripsikan bahwa uang elektronik adalah nilai moneter diukur dalam satuan mata uang yang disimpan dalam bentuk elektronik pada perangkat elektronik yang dimiliki konsumen. Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang diluncurkan pada dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit yang tersimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Bank Indonesia, 2018). Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang didapat melalui penyetoran sejumlah uang terlebih dahulu kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik yang dinyatakan dalam satuan rupiah yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran.

Peneliti melakukan pengujian terhadap variabel yang dipandang mempunyai pengaruh terhadap minat dan perilaku pembayaran non tunai (*e-money*) dengan pendekatan teori UTAUT 2, variabel Y (Dependen) yaitu *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB), dengan variabel X (Independent) yang merupakan *Performance Expetancy* (PE), *Effort Expetancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HT).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif melalui penyebaran kuesioner online. Kemudian, dilakukan pengujian dengan model PLS-SEM menggunakan software SMARTPLS 3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 220 mahasiswa/i UII dari total keseluruhan

23.000 mahasiswa/i aktif Universitas Islam Indonesia yang terdiri dari 8 fakultas dan 23 jurusan studi. Fakultas FIAI terdiri dari 3 jurusan (Ekonomi Islam, Pendidikan Agama Islam, Hukum Islam), Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan terdiri dari 3 jurusan (Teknik Sipil, Arsitektur, dan Teknik Lingkungan), Teknik Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya terdiri dari 4 jurusan (Psikologi, Ilmu Komunikasi, Pendidikan Bahasa Inggris, dan Hubungan Internasional), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam terdiri dari 5 jurusan (Farmasi, Pendidikan Kimia, Analisis Kimia (D3), Kimia, dan Statistika), Fakultas Teknologi Industri terdiri dari 6 jurusan (Teknik Industri, Teknik Kimia, Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Informatika, dan Rekayasa Tekstil), Fakultas Kedokteran terdiri dari 1 jurusan (Pendidikan Dokter), serta Fakultas Bisnis dan Ekonomika terdiri dari 6 jurusan (Ilmu Ekonomi, Akuntansi (D3), Manajemen, Manajemen (D3), Perbankan dan Keuangan (D3), Ekonomi Pembangunan).

B. Sejarah Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta

Universitas Islam Indonesia (UII) adalah salah satu perguruan tinggi swasta nasional tertua di Indonesia yang terletak di Yogyakarta. UII semula bernama Sekolah Tinggi Islam (STI) yang didirikan di Yogyakarta pada tanggal 8 Juli 1945 sebagai lembaga Pendidikan tinggi swasta pertama yang dibentuk setelah proklamasi kemerdekaan Indonesia, dan menjadi institusi Pendidikan tinggi swasta tertua kedua di Indonesia setelah Hoogere Theologische School (sekarang Sekolah Tinggi Filsafat Theologia Jakarta) yang didirikan tahun 1934 di Bogor.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Pengumpulan Data

Dalam Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan google foem yang disebarakan melalui jaringan media sosial dalam kurun waktu (1 sampai 26 September 2022) dengan populasi mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sudah menggunakan produk

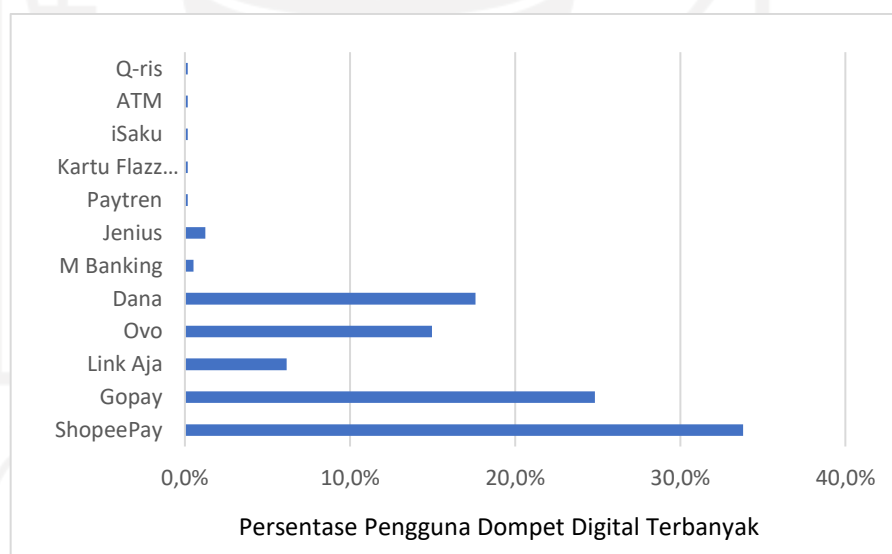
e-money sebagai metode pembayaran sehari-hari. Berdasarkan hasil pengumpulan data responden telah terkumpul sebanyak 220 mahasiswa.

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	76	35%
Perempuan	144	65%
Total	220	100%

Sumber: data primer, diolah 2022

Dari tabel 4.1 diketahui jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 220 mahasiswa/i (100%) yang terdiri dari laki-laki berjumlah 76 mahasiswa (35%) dan perempuan berjumlah 144 mahasiswi (65%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis perempuan.



Gambar 4. 1 Data responden berdasarkan aplikasi dompet digital

Sumber: data primer, diolah 2022

Berdasarkan data yang terkumpul menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah menggunakan lebih dari satu aplikasi pembayaran non tunai dimana *Shopeepay* merupakan aplikasi pembayaran non tunai yang paling banyakk digunakan oleh responden dengan persentase sebesar

33,8%, diikuti dengan *Gopay* diposisi kedua dengan persentase sebesar 24,8%, selanjutnya diposisi ketiga ada Dana dengan persentase sebesar 17,6%, kemudian Ovo sebesar 15,0%, Link Aja sebesar 6,2%, Jenius sebesar 1,2%, M Banking sebesar 0,5%, dan Paytren, Kartu Flazz BCA, iSaku, ATM, Q-ris sebesar 0,2% dengan total keseluruhan 100%.

Jika dilihat berdasarkan pengalaman, mayoritas 55% responden memiliki pengalaman menggunakan aplikasi pembayaran non tunai >2 tahun, diikuti dari 1-2 tahun sebesar 32%, dan <1 tahun sebesar 13%. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Pengalaman Menggunakan Dompot Digital

Pengalaman Menggunakan	Jumlah	Persentase (%)
<1 Tahun	29	13%
1-2 Tahun	70	32%
>2 Tahun	121	55%
Total	220	100%

Sumber: data primer, diolah 2022

Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif

No	Variabel	N	Mean	Min	Max	Std. Dev
1	<i>Performance Expectancy</i> (PE)	220	3,729	1,000	4,000	0,505
2	<i>Effort Expectancy</i> (EE)	220	3,649	2,000	4,000	0,506
3	<i>Social Influence</i> (SI)	220	3,122	1,000	4,000	0,778
4	<i>Facilitating Condition</i> (FC)	220	3,542	1,500	4,000	0,582

5	<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	220	3,523	3,666	4,000	0,613
6	<i>Price Value (PV)</i>	220	3,326	3,000	4,000	0,642
7	<i>Habit (HT)</i>	220	3,296	1,000	4,000	0,752
8	<i>Behavioral Intention (BI)</i>	220	3,467	3,666	4,000	0,638
9	<i>Use Behavior (UB)</i>	220	3,463	1,000	4,000	0,786

Sumber: data primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian pada tabel 4.3, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *Performance Expectancy (PE)* pada titik minimum 1,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *performance expectancy (PE)* terendah berjumlah 1,000 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *performance expectancy (PE)* mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,729. Dengan standar deviasi sebesar 0,505 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *performance expectancy (PE)* mahasiswa UII.
2. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *effort expectancy (EE)* pada titik minimum 2,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *effort expectancy (EE)* terendah berjumlah 2,000 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *effort expectancy (EE)* mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,649. Dengan standar deviasi sebesar 0,506 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai

standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *effort expectancy* (EE) mahasiswa UII.

3. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *social influence* (SI) pada titik minimum 1,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *social influence* (SI) terendah berjumlah 1,000 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *social influence* (SI) mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,122. Dengan standar deviasi sebesar 0,778 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *social influence* (SI) mahasiswa UII.
4. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *facilitating condition* (FC) pada titik minimum 1,500 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *facilitating condition* (FC) terendah berjumlah 1,500 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *facilitating condition* (FC) mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,542. Dengan standar deviasi sebesar 0,582 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *facilitating condition* (FC) mahasiswa UII.
5. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *hedonic motivation* (HM) pada titik minimum 3,666 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *hedonic motivation* (HM) terendah berjumlah 3,666 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *hedonic motivation* (HM) mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,523. Dengan standar deviasi sebesar 0,613 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *hedonic motivation* (HM) mahasiswa UII.
6. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *price value* (PV) pada titik minimum 3,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *price value* (PV) terendah berjumlah 3,000 dan nilai

tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *price value* (PV) mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,326. Dengan standar deviasi sebesar 0,642 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *price value* (PV) mahasiswa UII.

7. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *habit* (HT) pada titik minimum 1,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *habit* (HT) terendah berjumlah 1,000 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *habit* (HT) mahasiswa UII terletak pada penilaian sebesar 3,296. Dengan standar deviasi sebesar 0,752 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *habit* (HT) mahasiswa UII.
8. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *behavioral intention* (BI) pada titik minimum 3,666 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *behavioral intention* (BI) terendah berjumlah 3,666 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *behavioral intention* (BI) *e-money* terletak pada penilaian sebesar 3,467. Dengan standar deviasi sebesar 0,638 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *behavioral intention* (BI) *e-money*.
9. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *use behavior* (UB) pada titik minimum 1,000 dan maksimum 4,000. Hal tersebut maksudnya adalah dari 220 responden memberi nilai pada *use behavior* (UB) terendah berjumlah 1,000 dan nilai tertinggi 4,000. Nilai rata-rata dari *use behavior* (UB) *e-money* terletak pada penilaian sebesar 3,463. Dengan standar deviasi sebesar 0,786 yang maksudnya adalah bahwa data tersebut homogen sebab hasil dari nilai standar deviasi masih terletak dibawah nilai rata-rata penilaian pada *use behavior* (UB) *e-money*.

D. Pengujian model pengukuran (*assessment of the measurement model*)

Model pengukuran ini biasa disebut dengan uji outer model, prinsipnya model ini menguji indikator terhadap variabel laten yang mana mengukur seberapa jauh indikator bisa menjelaskan variabel latennya. Maka indikator yang digunakan adalah *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability*.

1. *Convergent validity*

Convergent validity memiliki tujuan untuk menguji besarnya hubungan antara indikator dengan variabel laten. Dalam PLS model validitas konvergen reflektif dinilai berdasar *loading factor* yang dapat dilihat pada tabel 4.4. Kemudian *role of thumbs* yang digunakan pada model validitas konvergen yaitu *outer loading* > 0,7 dan *average variance extracted (AVE)* > 0,5 (Chin, 1995). Pada tabel 4.4 memperoleh hasil bahwa validitas konvergen membuktikan seluruh indikator dapat menjelaskan masing-masing variabel latennya. Hal tersebut dinyatakan dengan nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai *average variance extracted (AVE)* > 0,5. Sehingga bisa dikatakan valid (kuat).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Item	Outer Loading	AVE	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	0,835	0,651	Valid
	PE2	0,867		
	PE3	0,798		
	PE4	0,719		
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	EE1	0,776	0,619	Valid
	EE2	0,782		
	EE3	0,781		

	EE4	0,808		
<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	0,820	0,602	Valid
	SI2	0,787		
	SI3	0,769		
	SI4	0,724		
<i>Facilitating Condition</i> (FC)	FC1	0,732	0,599	Valid
	FC2	0,860		
	FC3	0,743		
	FC4	0,754		
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	HM1	0,874	0,760	Valid
	HM2	0,900		
	HM3	0,840		
<i>Price Value</i> (PV)	PV1	0,801	0,602	Valid
	PV2	0,704		
	PV3	0,778		
	PV4	0,817		
<i>Habit</i> (HT)	HT1	0,838	0,704	Valid
	HT2	0,817		
	HT3	0,810		
	HT4	0,888		
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	BI1	0,792	0,729	Valid
	BI2	0,881		

	BI3	0,886		
<i>Use Behavior</i> (UB)	UB2	0,878	0,791	Valid
	UB3	0,948		
	UB4	0,840		

Sumber: data primer, diolah 2022

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan menguji seberapa banyak item yang mengukur variabel berbeda dengan item yang digunakan sebagai pengukur variabel lain serta mengukur apakah item yang digunakan sebagai pengukur pada variabel secara kebetulan mengukur variabel lain yang tidak direncanakan untuk diukur. Standart yang digunakan dalam mengukur *discriminant validity* yaitu nilai dari *cross loading*. Dan nilai dari *cross loading* tersebut memperlihatkan luasnya hubungan antara tiap variabel dengan indikator dan indikator melalui struktur blok lain. Dalam penelitian Indrawati et al (2017) menurut Liu dan Li (2011) bahwa indikator yang dikatakan valid apabila indikator dari suatu struktur mempunyai nilai hubungan terhadap struktur lebih besar dibandingkan nilai hubungan dengan struktur lainnya. Dan menurut Gepen dan Straub (2005) pada penelitian Indrawati et al., (2017) memaparkan bahawa tolak ukur dari *discriminant validity* dapat diketahui melalui nilai AVE jika nilai dari akar (*square root*) dari AVE lebih besar pada tiap variabel dibandingkan hubungan antar dua variabel yang terdapat pada model hingga variabel tersebut sudah mempunyai *discriminant validity*.

Apabila diamati nilai akar AVE kemudian dibandingkan dengan hubungan antar variabel pada model, maka penelitian ini mempunyai nilai akar AVE disetiap variabel (tabel 4.5) sehingga variabel-variabel pada penelitian ini dapat dikatakan telah memenuhi *discriminant validity*.

Pada tabel 4.5 terdapat nilai *cross loading* yang menyatakan besarnya nilai hubungan antar tiap variabel bersama item-itemnya lebih besar dibandingkan dengan nilai hubungan antar konstruk lain. Demikian memberikan pernyataan bahwa pengukuran tersebut sudah menemui *discriminant validity* yang baik.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Discriminant Validity Antar Variabel

	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PV	SI	UB
BI	0,854								
EE	0,554	0,787							
FC	0,498	0,589	0,774						
HM	0,523	0,437	0,445	0,872					
HT	0,741	0,487	0,509	0,440	0,839				
PE	0,533	0,649	0,493	0,458	0,453	0,807			
PV	0,477	0,426	0,374	0,496	0,481	0,438	0,776		
SI	0,455	0,376	0,429	0,447	0,475	0,354	0,475	0,776	
UB	0,700	0,357	0,261	0,391	0,682	0,341	0,526	0,424	0,890

Sumber: data primer, diolah 2022

Tabel 4. 6 Hasil Uji Discriminant Validity Dengan Cross Loading

Item	Cross Loading
PE1	0,835
PE2	0,867
PE3	0,798
PE4	0,719
EE1	0,776
EE2	0,782
EE3	0,781
EE4	0,808

SI1	0,820
SI2	0,787
SI3	0,769
SI4	0,724
FC1	0,732
FC2	0,860
FC3	0,743
FC4	0,754
HM1	0,874
HM2	0,900
HM3	0,840
PV1	0,801
PV2	0,704
PV3	0,778
PV4	0,817
HT1	0,838
HT2	0,817
HT3	0,810
HT4	0,888
BI1	0,792
BI2	0,881
BI3	0,886

UB2	0,878
UB3	0,948
UB4	0,840

Sumber: data primer, diolah 2022

3. Reliabilitas

Internal consistancy reliability adalah memperhitungkan berapa besar variabel indikator yang meningkat disaat variabel laten juga meningkat. Prinsip yang sering digunakan sebagai pengukur *internal consistency* yaitu *Cronbach's Alpha* (CA), bisa juga *Composite Reliability* (CR). Terdapat rekomendasi nilai CA dan CR yang dijadikan sebagai indikator yaitu 0,7 (penelitian eksploratif) dan diatas 0,8 (penelitian yang lebih baru).

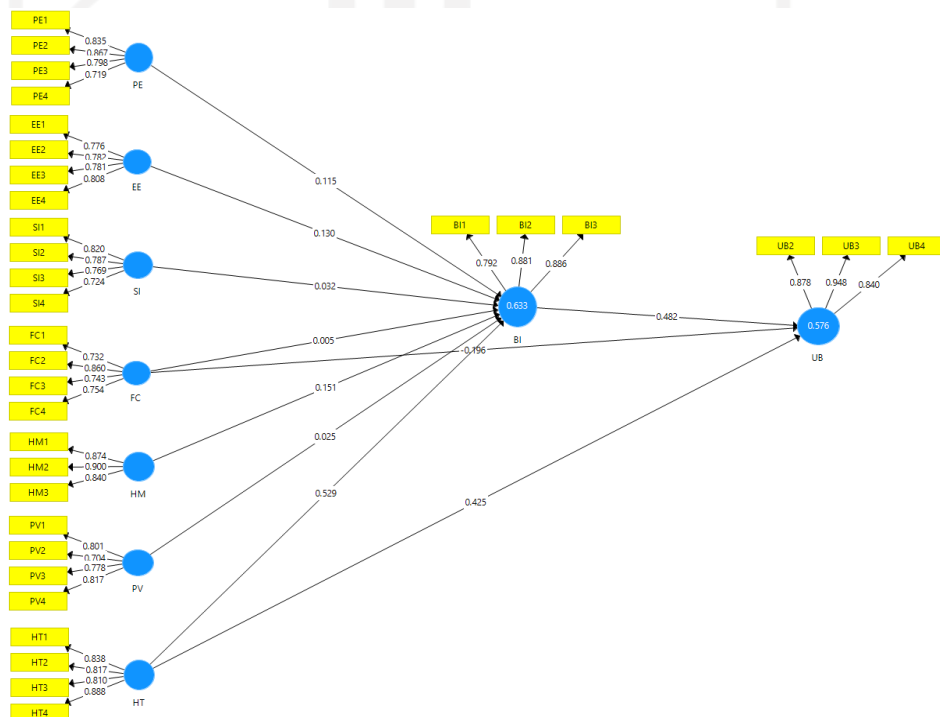
Tabel 4. 7 Nilai CA dan CR

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	0,819	0,881
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	0,797	0,867
<i>Social Influence</i> (SI)	0,780	0,858
<i>Facilitating Condition</i> (FC)	0,779	0,856
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	0,842	0,904
<i>Price Value</i> (PV)	0,781	0,858

<i>Habit (HT)</i>	0,859	0,905
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,813	0,890
<i>Use Behavior (UB)</i>	0,867	0,919

Sumber: data primer, diolah 2022

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha (CA)* dan *Composite Reliability (CR)* menunjukkan angka diatas 0,7. Hal ini menyatakan bahwa penelitian ini kuesionernya telah memenuhi standar reliabilitas. Apabila dari hasil pengujian model *convergent validity*, *discriminant validity*, and *realibility* sudah tercapai maka dapat dilakukan ke uji selanjutnya yaitu uji model struktural (*assesment of the structural model*)



Gambar 4. 2 Algoritma PLS

Sumber: data primer, diolah 2022

E. Pengujian model struktural (*Assesment Of The Structural Model*)

Pengujian model struktural disebut juga dengan pengukuran *inner model*. Pada dasarnya pengukuran tersebut yaitu uji pengaruh satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Uji tersebut dilaksanakan untuk meninjau nilai path berpengaruh secara signifikan atau tidak melalui nilai t dari nilai path nya (perolehan nilai t didapat melalui proses *bootstrapping*). Nilai path juga bisa ditinjau melalui persentasi model yang dipaparkan berupa R^2 sebagai permodelan variabel laten dependen mendapat pengaruh dari variabel laten independen.

Tabel 4. 8 Hasil nilai path coefficient

Korelasi Antar Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
PE → BI	0,115	1,924	0,027	Diterima
EE → BI	0,130	1,734	0,042	Diterima
SI → BI	0,032	0,343	0,366	Ditolak
FC → BI	0,005	0,077	0,469	Ditolak
FC → UB	-0,196	3,276	0,001	Diterima
HM → BI	0,151	2,469	0,007	Diterima
PV → BI	0,025	0,502	0,308	Ditolak
HT → BI	0,529	7,185	0,000	Diterima
HT → UB	0,425	5,045	0,000	Diterima
BI → UB	0,482	6,541	0,000	Diterima

Sumber: data primer, diolah 2022

Dari hasil uji PLS antar variabel pada tabel 4.8 , terdapat pengujian untuk melihat pengaruh pada variabel laten terhadap variabel lainnya menggunakan hipotesis satu arah (*one tailed*) dimana nilai t-pada level signifikansi 5% dengan tingkat keyakinan 95% sehingga t-tabelnya adalah

1,645. Apabila nilai t-statistiknya lebih besar dari t-tabel maka hasilnya disebut signifikan (Ghozali, 2014). Hasil pengujian diatas, terdapat tujuh hipotesis yang diterima dengan nilai t-statistik > 1.645 . Hal tersebut melalui perhitungan statistik seperti variabel *performance expectancy* (PE) dan *effort expectancy* (EE) memiliki nilai yang lebih dari 1,645 yaitu 1,924 dan 1,734 yang artinya variabel *performance expectancy* (PE) dan *effort expectancy* (EE) memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention (BI) *e-money*. Begitupun sebaliknya, terdapat tiga hipotesis yang ditolak karena memiliki nilai t-statistik < 1.645 , diantaranya variabel FC \rightarrow BI, PV \rightarrow BI, dan SI \rightarrow BI. Kemudian terdapat enam hubungan yang signifikan sehingga diterima. Dan pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa dalam penelitian tersebut memperoleh nilai R Square sebesar 63,3% pada *behavioral intention* (BI) dan 57,6% untuk *use behavior* (UB) yang termasuk dalam model moderat.

Tabel 4. 9 Nilai R-Square

Variabel-variabel	R Square	Keterangan
Behavioral Intention (BI)	0,633	Model Moderat
Use Behavior (UB)	0,576	Model Moderat

Sumber: data primer, diolah 2022

F. Pembahasan

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Pada pengujian hipotesis *performance expectancy* (PE) \rightarrow *behavioral expectancy* (BI) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,115 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar 1,924 $> 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) memiliki pengaruh terhadap

minat penggunaan *e-money* (*behavioral intention*). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja mahasiswa/i UII dalam menyelesaikan pekerjaan mempengaruhi mahasiswa/i untuk minat menggunakan *e-money*. Kemudian juga efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan mahasiswa/i mempengaruhi mahasiswa/i tersebut untuk minat menggunakan *e-money*. Dengan ini, *e-money* membuat mahasiswa/i merasa bahwa *e-money* merupakan alat transaksi yang bermanfaat dari segi apapun serta dapat meningkatkan produktivitas mereka.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Venkatesh (2003) menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja merupakan penerimaan sistem informasi yang signifikan dan sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut dapat membantunya mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Sebagai keyakinan masyarakat terhadap teknologi dan sistem informasi terdapat ekspektasi kinerja yang dijadikan sebagai indikator dalam beberapa penelitian. Hal ini memaparkan bahwa terdapat manfaat bagi pemakai teknologi. Sehingga membuktikan, semakin tingginya seseorang yakin bahwa *e-money* membantu mendapatkan keuntungan dari kinerja pekerjaannya maka semakin tingginya niat seseorang menggunakan *e-money*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Morosan, Defranco dkk bahwa ekspektasi kinerja merupakan prediksi teratas dari sebuah minat penggunaan teknologi *mobile payments* dan menurut penelitian dari Glady & Raung (2020) sendiri pun bahwa ekspektasi kinerja sangat penting dalam mempengaruhi minat milenial untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran non tunai, dan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja secara positif signifikan mempengaruhi minat milenial untuk menggunakan teknologi dalam pembayaran non tunai (Glady & Rantung, 2020). Menurut peneliti lainnya bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan teknologi berupa sistem pembayaran non tunai. Dan dari penelitian olievera bahwa ekspektasi kinerja secara positif mempengaruhi

kepercayaan konsumen terhadap minat pembayaran non tunai (Oliveira et al., 2014).

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Pada pengujian hipotesis *effort expectancy* (EE) → *behavioral expectancy* (BE) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh ekspektasi usaha (*effort Expectancy*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,130 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $1,734 > 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* (*behavioral intention*). Hal ini mengindikasikan bahwa mudahnya penggunaan sebuah teknologi mempunyai pengaruh terhadap penggunaan *e-money*. Disaat mahasiswa/i merasakan atas kemudahan ketika menggunakan sistem teknologi maka timbul kenyamanan yang menyebabkan ingin untuk menggunakannya dari dalam diri mahasiswa/i.

Venkanthesh (2003) mengatakan bahwa ketika suatu sistem dengan mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan seseorang tidaklah terlalu banyak dan sebaliknya jika suatu sistem tersebut sulit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang ekstra untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2003). Terlihat bahwa ekspektasi usaha memiliki hubungan signifikan terhadap minat memanfaatkan teknologi informasi selama periode pelatihan namun kemudian menjadi signifikan pada periode implementasi (Venkatesh et al., 2003). Penelitian Jorge, Begoña, dan Maria menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat dalam penggunaan teknologi *internet banking* (Glady & Rantung, 2020). Kemudian ekspektasi usaha juga memperoleh pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku dalam penerapan *e-wallet* (Megadewandanu et al., 2016). Menurut Miltgen et al., (2013) dalam Oliviera et al., (2016) ekspektasi usaha merupakan faktor yang tepat untuk memprediksi minat penggunaan teknologi baru (Oliveira et al., 2016). Serta sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan

oleh Alalwan et al., (2017) menunjukkan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) mempunyai pengaruh yang signifikan dalam penggunaan sistem teknologi.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pada pengujian hipotesis *social influence* (SI) → *behavioral expectancy* (BI) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh sosial (*social influence*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,032 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,343 < 1,645$ sehingga dinyatakan hasil tidak signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) tidak berpengaruh untuk membuat mahasiswa/i dalam menggunakan *e-money*. Kemudian, mahasiswa/i juga tidak membutuhkan pendapat dan rekomendasi apapun dari orang sekitarnya karena mahasiswa sudah *update* terkait teknologi terutama dalam pembayaran non tunai. Hal tersebut didukung oleh penelitian Alalwan et al., (2017) yaitu terkait adopsi *m-banking* yang mana menyatakan bahwa pelanggan kurang tertarik terhadap pandangan dan tanggapan dari mereka yang berpengaruh penting seperti keluarga dan teman, serta komunitas dalam menyampaikan niatnya untuk mengadopsi sistem teknologi.

Lingkungan sekitar yang baik akan mempengaruhi mahasiswa/i dalam memutuskan sesuatu, kenyataannya tidak mendukung dalam menggunakan *e-money*. Dari penelitian ini tidak sejalan dengan interpretasi Venkatesh (2012) bahwa pengaruh sosial merupakan sejauh mana konsumen melihat bahwa orang lain terdekat (seperti teman atau keluarga) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Pada penelitian AbuShanab dan Pearson menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor signifikan yang mempengaruhi minat dalam penggunaan teknologi *internet banking* (Glady & Rantung, 2020). Hasil empiris penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Yadnyana (2016), Tak & Panwar (2017), Shara & Widodo (2018), Gupta et al., (2018), serta

Mulyani (2019) membuktikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem dan menurut penelitian dari Putri dan Suardikha (2020). Hasil pengujian Charisma dan Asnawi (2021) bahwa pengaruh sosial terhadap kecenderungan minat dalam menggunakan dompet digital yang berpengaruh signifikan positif.

4. Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Condition*)

Pada pengujian hipotesis *facilitating condition* (FC) → *behavioral expectancy* (BI) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,005 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,077 < 1,645$ sehingga dinyatakan hasil tidak signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) tidak berpengaruh untuk membuat mahasiswa/i dalam menggunakan *e-money*. Kemudian, mahasiswa/i juga tidak akan kesulitan saat menggunakan suatu sistem teknologi dikarenakan sudah berpengalaman terlebih di masa *modern* ini yang serba teknologi semakin canggih.

Teradapat penelitian dari Psikologi organisasi menunjukkan bahwa pekerja yang lebih tua akan menganggap penting untuk mendapatkan bantuan dan dukungan di tempat kerja. Oleh karena itu, jika dilakukan penyesuaian sesuai usia, maka kondisi promosi akan berdampak signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi (Dzulhaida & Giri, 2017). Namun hasil penelitian ini didukung oleh Venkatesh et al., (2003) yang mengatakan bahwa saat ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha dihadirkan, kondisi yang memfasilitasi terhadap niat adopsi membuat tidak signifikan. Artinya, jika ekspektasi kinerja tidak dihadirkan kedalam model, maka diperlukan bahwa kondisi yang memfasilitasi akan memberikan pengaruh seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Tetapi, apabila ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha dihadirkan kedalam sebuah model maka kondisi yang

memfasilitasi membuat tidak signifikan ketika akan mempengaruhi seseorang akan menggunakan suatu sistem.

Kemudian, Pada pengujian hipotesis *facilitating condition* (FC) → *use behavior* (UB) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) terhadap perilaku pengguna *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,196 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang negatif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $3,276 > 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-money* (*use behavior*). Hipotesis tersebut diterima karena nilai *p-value* $0,001 < 0,05$ tabel. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kondisi yang memfasilitasi dari pihak pengembang teknologi akan membuat mahasiswa/i semakin yakin dalam bertransaksi karena ketika mahasiswa/i merasa kesulitan dalam bertransaksi, maka pihak pengembang teknologi yang akan bertindak untuk menyelesaikannya. Penelitian ini selaras dengan penelitian Venkatesh (2003) yang mengatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi adalah persepsi konsumen terkait sumber daya dan dorongan untuk melakukan perilaku. Dalam UTAUT, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial mempengaruhi niat berperilaku untuk menggunakan teknologi. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu bahwa kondisi yang memfasilitasi juga memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan sistem informasi akademik (Handayani & Sudiana, 2017). Penelitian Abdallah (2017) disimpulkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Dan menurut penelitian Putri dan Suardikha (2020) menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh pada perilaku penggunaan *e-money*.

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Pada pengujian hipotesis *hedonic motivation* (HM) → *behavioral expectancy* (BE) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan

pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,151 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $2,469 > 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa motivasi hedonis (*hedonic motivation*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* (*behavioral intention*). Hal ini mengindikasikan bahwa saat mahasiswa/i mendapat keuntungan dari penggunaan teknologi, maka akan timbul rasa kesenangan dari dalam diri mereka. Kesenangan yang timbul dari penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan motivasi mahasiswa/i untuk menggunakan teknologi.

Penelitian tersebut didukung oleh Moorthy (2019) saat seseorang senang dalam menggunakan aplikasi pembayaran non tunai, mereka akan terus menggunakan aplikasi tersebut di kehidupan sehari-hari. Maka, dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis akan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran non tunai. Venkatesh (2012) menyatakan bahwa seseorang tidak hanya memperhatikan kinerja dari penggunaan suatu teknologi, namun juga terciptanya perasaan dari teknologi tersebut, sehingga motivasi hedonis merupakan faktor terkuat kedua yang mempengaruhi niat berperilaku dalam penggunaan teknologi. Kemudian didukung juga oleh penelitian Putri & Suardhika, (2020) yang membuktikan bahwa *e-money* menyenangkan dan menarik bagi para penggunanya.

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Pada pengujian hipotesis *price value* (PV) → *behavioral expectancy* (BI) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,025 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,502 < 1,645$ sehingga dinyatakan hasil tidak signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa nilai harga (*price value*) tidak

berpengaruh untuk membuat mahasiswa/i dalam menggunakan *e-money*. Kemudian, mahasiswa/i juga merasa biaya yang dikeluarkan tidak sesuai harapan atau tidak senilai dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Hal ini didukung oleh penelitian Merhi et al., (2019) dan Pertiwi & Ariyanto, (2017) juga menyimpulkan bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap kecenderungan niat menggunakan sistem teknologi.

7. Kebiasaan (*Habit*)

Pada pengujian hipotesis *habit* (HT) → *behavioral expectancy* (BI) dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap minat penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,529 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar 7,185 > 1,645 sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* (*behavioral intention*). Disaat mahasiswa/i menggunakan sebuah teknologi yang baru, maka munculah keinginan untuk menggunakannya lagi jikalau hasil dari penggunaan teknologi tersebut menyenangkan mereka. Hal ini dapat membuat mahasiswa/i menjadi terbiasa dalam menggunakan sebuah teknologi dan menjadikan penggunaanya mempunyai kebiasaan dalam penggunaan teknologi tersebut.

Venkatesh (2012) dalam penelitiannya bahwa kebiasaan dapat menentukan niat perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Jika dilihat bahwa kebiasaan konsumen sebagai faktor penentu dalam penggunaan teknologi. Semakin banyaknya pengalaman dalam menggunakan teknologi, maka konsumen terbiasa dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Penelitian K. Gupta & Arora, (2019) bahwa kebiasaan merupakan variabel yang sangat berpengaruh terhadap niat menggunakan *m-payment*. Kemudian juga sejalan dengan penelitian dari Merhi et al., (2019) dan Gupta et al., (2018) bahwa kebiasaan menjadi salah satu variabel yang sangat signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kemudian, Pada pengujian hipotesis *habit (HT) → use behavior (UB)* dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,425 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $5,045 > 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa kebiasaan (*HT*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-money (use behavior)*. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Tak dan Panwar (Tak & Panwar, 2017) menghasilkan bahwa saat menggunakan teknologi, maka kebiasaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk berperilaku, dan kebiasaan sebagai faktor penting yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan teknologi. Kemudian juga penelitian Pertiwi & Ariyanto, (2017) menunjukkan bahwa kebiasaan dapat membuat seseorang merasa kecanduan, sehingga merasakan keharusan dalam penggunaan *mobile banking* ketika akan bertransaksi, sesuai dengan hasil penelitian Putri & Suardhika, (2020) menunjukkan hasil yang sama terhadap penggunaan *e-money*.

8. Niat untuk Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Pada pengujian hipotesis *behavioral intention (BI) → use behavior (UB)* dihasilkan bahwa nilai *path coefficient* menunjukkan pengaruh niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) terhadap perilaku penggunaan *e-money* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,482 nilai tersebut maksudnya pada variabel terdapat pengaruh yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $6,541 > 1,645$ sehingga menyatakan hasil yang signifikan. Pada hasil tersebut mengatakan bahwa niat untuk berperilaku (*BI*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*) *e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa muncul niat mahasiswa/i dalam penggunaan sistem transaksi *e-money* kemudian mendorong mereka dalam menggunakan *e-money* tersebut. Di zaman

teknologi saat ini yang semakin berkembang, semakin memudahkan mereka dalam bertransaksi.

Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Venkatesh (2003) terkait niat untuk berperilaku merupakan minat konsumen menggunakan produk atau jasa dengan efektif dimasa depan. Sedangkan menurut penelitian terdahulu mengatakan bahwa niat merupakan seberapa yakin seseorang dalam mengambil keputusan dengan berbagai faktor tertentu yang mempengaruhi. Niat untuk berperilaku juga terjadi dibawah kendali seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang bisa memutuskan sesuatu atas kemauannya sendiri. Asumsinya, niat kesungguhan seseorang kemungkinan akan melakukan perilaku yang sesungguhnya dan ini menjadi sebuah kepastian. Hal ini disebut juga bahwa kecenderungan niat mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku penggunaan. Agar dapat membuktikan konsumen terus menggunakan dompet digital dimasa mendatang, sehingga pentingnya untuk mempertahankan minat seseorang agar selalu menggunakan dompet digital ketika bertransaksi sehari-hari. Minat seseorang dalam penggunaan dompet digital selalu terjaga ketika variabel-variabel yang mempengaruhi seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan bisa terpenuhi.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh K. Gupta & Arora terkait adopsi *m-payment* bahwa niat perilaku positif menuju perilaku penggunaan positif terhadap sesuatu. Kemudian juga penelitian dari Farah et al., (2018) bahwa niat adopsi konsumen secara signifikan menyebabkan perilaku pengguna aktual. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terkait adopsi *m-banking* (Pertiwi & Ariyanto, 2017), *e-money* (N. K. R. D. Putri & Suardikha, 2020), dan *social commerce* (Sheikh et al., 2017).

G. Teori UTAUT 2 dalam perspektif ekonomi Islam

Pertama, ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) yang menurut Venkatesh (2003) merupakan penerimaan sistem informasi yang signifikan dan

sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan sistem tersebut dapat membantunya mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Dalam ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terdapat indikator-indikator didalamnya yaitu Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*), Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*), Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*, Ekspektasi-ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*). Dalam ekonomi Islam, persepsi kegunaan dan motivasi ekstrinsik merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen, manfaat yang dinikmati sebagai rasa terselamatkan dari kesulitan dengan menggunakan sebuah barang atau jasa tertentu sehingga mendapatkan apa yang diinginkan, hal tersebut merupakan prinsip ekonomi Islam yang ada pada zaman prasejarah (Wigati, 2011). Dalam Q.S. Hud [11]: 15 Allah telah mengatur tatanan kehidupan di dunia agar memudahkan manusia dalam mencari keuntungan dalam setiap pekerjaan yang berbunyi :

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا وَزِينَتَهَا نُوفِّ إِلَيْهِمْ أَعْمَالَهُمْ فِيهَا وَهُمْ فِيهَا لَا يُبْحَسُونَ

Artinya: “Siapa yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, pasti Kami berikan kepada mereka (balasan) perbuatan mereka di dalamnya dengan sempurna dan mereka di dunia tidak akan dirugikan.” Q.S. Hud [11]: 15

Kedua, ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dapat diartikan sebagai fase kemudahan ketika seseorang menggunakan sistem. (Glady & Rantung, 2020). Peneliti lainnya berpendapat bahwa ekspektasi usaha merupakan persepsi kemudahan penggunaan yang merupakan faktor penentu minat penggunaan teknologi dimana terdapat dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* (Venkatesh et al., 2003). Dalam kaca mata Islam, kemudahan merupakan salah satu prinsip penting, kemudahan adalah sebuah anugerah yang berasal dari Allah SWT. Supaya manusia bersemangat selama melaksanakan ibadah terutama ketika kesulitan. Hal tersebut sesuai dalam firman Allah yaitu Q.S. Al-Baqarah [2]: 185 yang berbunyi :

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu serta pembeda (antara yang hak dan yang batil). Oleh karena itu, siapa di antara kamu hadir (di tempat tinggalnya atau bukan musafir) pada bulan itu, berpuasalah. Siapa yang sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya) sebanyak hari (yang ditinggalkannya) pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.” Q.S. Al-Baqarah [2]: 185

Ketiga, pengaruh sosial (*social influence*) Menurut Venkatesh (2012) merupakan sejauh mana konsumen melihat bahwa orang lain terdekat (seperti teman atau keluarga) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Dalam pandangan Islam, pengaruh sosial (*social influence*) merupakan unsur yang terdapat didalam kehidupan bermasyarakat. Sebagai makhluk sosial, sudah semestinya manusia saling mempengaruhi dalam hal apapun sebagaimana seseorang mengajak melakukan hal kebaikan atau bekerja yang menghasilkan manfaat, Allah telah menjelaskan didalam Q.S. Az-Zukhruf [43]: 32 yang berbunyi :

أَمْ يَفْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَّعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamiilah yang menentukan kehidupan mereka dalam kehidupan dunia dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.” Q.S. Az-Zukhruf [43]: 32

Keempat, kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) yang menurut Venkatesh (2003) adalah persepsi konsumen terkait sumber daya dan

dorongan untuk melakukan perilaku. Disisi lain pengetahuan terkait teknologi yang ingin digunakan juga sangat penting. Menurut pandangan Islam, pengetahuan bersumber dari kata Ilmu atau *'ilm* yang mana kedepannya akan semakin berkembang sehingga suatu pengetahuan dapat dipahami dengan mendalam. Dalam Islam, manusia diberikan kebebasan untuk membuat sebuah inovasi dalam bermuamalah supaya memudahkan manusia ketika berkegiatan dengan maksud tujuan yang baik serta sesuai syariat Islam (Mursalin et al., 2020). Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Anbiya' [21]: 80 yang berbunyi :

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya: “Kami mengajarkan pula kepada Daud cara membuat baju besi untukmu guna melindungimu dari serangan musuhmu (dalam peperangan). Maka, apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?” Q.S. Al-Anbiya' [21]: 80

Kelima, motivasi hedonis (*hedonic motivation*) yang merupakan kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Dalam Islam bahwa tujuan konsumsi yaitu untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Pemenuhan kebutuhan guna pengabdian kepada Allah akan mendatangkannya ibadah yang bernilai pahala. Faktanya, seseorang harus mencari rezeky, mengkonsumsi yang halal, serta tidak berlebihan. Prinsip kesederhanaan juga berlaku bagi pembayaran, setiap orang tidak boleh boros dan kikir. Hal ini tercantum dalam Q.S. Al-A'raf [7]: 31.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan” Q.S. Al-A'raf [7]: 31.

Keenam, nilai harga (*price value*) yaitu sebuah balasan yang dirasakan atas harga yang dibayarkan oleh konsumen saat mengkonsumsi suatu layanan (Madan & Yadav, 2016). Dalam ekonomi Islam, terkait masalah dalam

konsumsi adalah memprediksi bahwa konsumen akan cenderung memilih barang dan jasa yang dapat memberi manfaat dan membawa kebaikan disetiap situasi secara menyeluruh serta tidak mendatangkan kerugian. Konsumen harus mendapat manfaat dari suatu tindakan konsumsi guna memenuhi kebutuhan material, namun juga mendapat berkahnya juga, begitupun sebaliknya. Hal tersebut dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah [2]: 168 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” Q.S. Al-Baqarah [2]: 168

Ketujuh, kebiasaan (*habit*) menurut Limayem dalam Venkatesh (2012) bahwa kebiasaan merupakan perilaku atau kebiasaan yang dilakukan setiap hari. Durasi waktu melakukan kebiasaan memperoleh tingkat kebiasaan yang berbeda. Menurut Islam, kebiasaan merupakan tindakan yang secara berulang-ulang dilakukan, diterima oleh banyak orang, kemudian tidak bertentangan dengan prinsip Syariah, sopan santun, dan berbudaya luhur. Telah tercantum dalam Q.S. Al-A’raf [7]: 199 yang berbunyi :

خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ

Artinya: “Jadilah pemaaf, perintahlah (orang-orang) pada yang makruf, dan berpalinglah dari orang-orang bodoh.” Q.S. Al-A’raf [7]: 199

Kedelapan, niat berperilaku (*behavioral intention*) niat untuk berperilaku menurut Venkatesh (2003) yaitu minat konsumen menggunakan produk atau jasa dengan efektif dimasa depan. Niat untuk berperilaku juga terjadi dibawah kendali seseorang. Asumsinya, niat kesungguhan seseorang kemungkinan akan melakukan perilaku yang sesungguhnya dan ini menjadi sebuah kepastian. Hal ini disebut juga bahwa kecenderungan niat mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku penggunaan. Sedangkan, perilaku pengguna (*use behavior*) menurut Venkatesh et al., (2012) yaitu menggambarkan seberapa sering *end user* menggunakan sistem teknologi yang didasari oleh niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dalam pandangan Islam, niat

merupakan hal terpenting yang perlu diperhatikan oleh seorang muslim disetiap melakukan kegiatan. Hal ini dijelaskan dalam kitab Shahih Bukhari : 6195/7008

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَهَّابِ قَالَ سَمِعْتُ يَحْيَى بْنَ سَعِيدٍ يَقُولُ أَخْبَرَنِي مُحَمَّدُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ أَنَّهُ سَمِعَ عَلْقَمَةَ بْنَ وَقَّاصٍ اللَّيْثِيَّ يَقُولُ سَمِعْتُ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَإِنَّمَا لِأَمْرٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَاجَرَتْهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوَّجُهَا فَهَاجَرَتْهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa'id telah menceritakan kepada kami Abdul Wahhab menuturkan; aku mendengar Yahya bin Sa'id mengatakan; telah mengabarkan kepadaku Muhammad bin Ibrahim bahwasanya ia mendengar 'Alqomah bin Waqqash Al Laitsi menuturkan; aku mendengar Umar bin Khattab radliallahu 'anhu menuturkan; aku mendengar Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam bersabda: "Sesungguhnya amalan itu hanyalah tergantung niatnya, dan setiap orang hanya mendapatkan apa yang diniatkannya. Barangsiapa yang (berniat) hijrah kepada Allah dan RasulNya, maka hijrahnya kepada Allah dan RasulNya. Dan barangsiapa (berniat) hijrah karena dunia yang bakal diraihnya atau wanita yang akan dinikahinya, maka hijrahnya kepada apa yang diniatkannya itu.” (Hadist Riwayat Bukhari No. 6195/7008, n.d.).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 220 sampel yang merupakan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, dan *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemudian *social influence* dan *facilitating condition* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Serta *facilitating condition* dan *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-money*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran yang diberikan untuk penelitian kedepannya yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan menambahkan variabel lain seperti variabel kepercayaan, persepsi keamanan, dan variabel lainnya, dan diharapkan dapat memperoleh jumlah sampel yang lebih besar dan lokasi penelitian yang lebih luas dari penelitian ini, seperti wilayah setiap provinsi atau universitas yang bersifat umum supaya mampu responden secara umum.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan peran serta dalam penelitian terkait kecenderungan penggunaan *e-money* dan penerimaan penggunaan teknologi, serta dapat memberikan dasar untuk penyempurnaan lebih lanjut mengenai model UTAUT 2. Kemudian, juga bisa menjadi informasi lanjut kepada mahasiswa atau masyarakat luas terkait kemudahan dalam menggunakan *e-money* serta manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

- (BIS), B. for I. S. (1996). *Implications for Central Banks of The Development of Electronic Money*. <http://www.bis.org/publ/bisp01.htm>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Andi.
- Addury, M. M., Nugroho, A. P., & Khalid, S. (2020). The Intention of Investing Sharia Stocks on Millennials : The Role of Sharia Financial Literacy. *Islamic Economics, Finance, and Banking*, 3(2), 89–104.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12928/ijiefb.v3i2.3170>
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (I. N. Suardhika (ed.)). CV. Noah Aletheia.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/karti.v1i1.47>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1007/s11614-012-0060-4>
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(June), 65–77.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>
- Alalwana, A. A., Dwivedib, 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>

- APJII. (2019). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. <https://apji.or.id/survei>
- Armansyah, R. F. (2021). Herd Behavior in Using Mobile Payment With Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut2). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 111–128. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.111-128>
- Ayudya, A. C. (2017). *Aplikasi Theory of Planned Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Moderasi pada Niat Menggunakan Uang Elektronik*.
- Bandura, A. (1992). *Social Cognitive Theory*. Behavior Model. <https://www.besci.org/models/social-cognitive-theory>
- Bank Indonesia. (2018, May 7). Peraturan Bank Indonesia. Retrieved Januari 1, 2020. *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI%02200618.aspx>
- Bank Indonesia. (2019). *Infrastruktur APMK & UE*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx#floating-2>
- Bank Indonesia. (2021). *Transaksi Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx#floating-2>
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>
- Charisma, J. A., & Asnawi, N. (2021). MEMPREDIKSI NIAT PERILAKU TERHADAP E-WALLET: MENGINTEGRASIKAN BUDAYA DALAM KERANGKA UTAUT 2. *Perbankan Syariah*, 2(1), 116–136.

- Chaveesuk, S., Vanitchatchavan, P., Wutthirong, P., Nakwari, P., Jaikua, M., & Chaiyasoonthorn, W. (2019). The acceptance model toward cashless society in Thailand. *ACM International Conference Proceeding Series*, 190–195. <https://doi.org/10.1145/3357419.3357457>
- Chin, V. T. (1995). Vietnames customs in the procreation and the care of an infant. *Vietnamese Studies*, 47.
- Chopdar, P. K., & Sivakumar, V. J. (2019). Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk. *Behaviour and Information Technology*, 38(1), 42–64. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1513563>
- Cohen, J. (1992). A Power Timer. *Psychological Bulletin* 112(1):155–59., 112(1), 59–155. <https://doi.org/10.1016/j.jorganchem.2011.01.025>
- Corry Anestia. (2021, July 13). Laporan Buku: OVO Pimpin Pangsa Pasar “Mobile Wallet” di Indonesia. *Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/laporan-buku-ovo-pimpin-pangsa-pasar-mobile-wallet-di-indonesia>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://www.jstor.org/stable/2632151>
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>

- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based behavior change interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology*, 10(1), 27–31. <https://doi.org/10.1177/1359105305048552>
- Fishbein, M., Ajzen, I., & Hill, R. J. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *American Sociological Association*, 6(2), 244–245. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Fraenkel, J. ., & Wellen, N. . (2008). *How to Design and Evaluate research in Education*. McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. BP Undip.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Glady, J. E., & Rantung, R. (2020). Analisis Determinan Niat Menggunakan E-Money Di Kalangan Millennials Dengan Pendekatan Utaut. *Klabat Journal of Management*, 1(1), 90. <https://doi.org/10.31154/kjm.v1i1.451.90-104>
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal*

of Hospitality and Tourism Technology, 9(1), 48–62.

<https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>

Gupta, K., & Arora, N. (2019). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114.

<https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>

Habibah, U., Edenela, K., Aprilia, H. A., & Ningrum, D. P. (n.d.). *Pemanfaatan Transaksi Non Tunai Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 di Kelurahan Manyaran, Semarang Barat, Kota Semarang*.

Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala nilai dengan BASICA*. Andi Offset.

Hadist riwayat Bukhari no. 6195/7008. (n.d.).

<https://www.hadits.id/hadits/bukhari/6195>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.

<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165.

<https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>

Hartawan, M. S., Studi, P., Informasi, S., Teknik, F., Krisnadwipayana, U., Jatiwaringin, J. R., & Timur, J. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Menggunakan Unified Theory Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Teknologi Informasi ESIT*, 14(03), 1–5.

Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017).

Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi (satu) (N. F. Atif (Ed.)). PT. Refika Aditama.

Ipsos. (2020). Penelitian Ipsos: Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan. Ipsos, 1–8.

Ishaq. (2016). *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi*. Alfabeta.

Kemenpppa. (2017). *Hari Kependudukan Dunia 2017: Masa Depan Demografi Indonesia Dan Keseimbangan Pertumbuhan Penduduk*.

<https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/1445/hari-kependudukan-dunia-2017-masa-depan-demografi-indonesia-dan-keseimbangan-pertumbuhan-penduduk>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9th ed). New Jersey : Prentice Hall, 2001.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson*.

Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>

Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>

Marhaini. (2008). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOMPUTER MEREK ACER (STUDI KASUS : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA). *Manajemen Bisnis*, 89–96.

Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). Exploring mobile wallet

adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. *International Conference on Science and Technology-Computer (ICST)* . <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2016.7877340>

- Meiranto, W. (2016). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak Dengan Menggunakan Model Utaut. (Studi Kasus Pada Teknologi M-Dinar Payment System). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 1(1), 50. <https://doi.org/10.30659/jai.1.1.50-60>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(July), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Moorthy, K., Chun T'ing, L., Chea Yee, K., Wen Huey, A., Joe In, L., Chyi Feng, P., & Jia Yi, T. (2019). What drives the adoption of mobile payment? A Malaysian perspective. *International Journal of Finance and Economics*, 25(3), 349–364. <https://doi.org/10.1002/ijfe.1756>
- Mulyani, A. (2019). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(2), 61–66. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.15-2.61>
- Mursalin, S., Sitorus, I. R., & Ratri, N. N. (2020). Pemberian Diskon Pada Aplikasi T-Monet Bank Bengkulu Perspektif Hukum Islam. *Al-Inta*, 6(2), 12–19.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Media Sahabat Cendekia.
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and

- ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Oliveiraa, T., Thomas, M., Baptista, G., & FilipeCamposa. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. <https://www.ojk.go.id/id>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(02), 1369–1397.
<https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Putranto, A. M., & Pramudiana, Y. (2015). *Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta*. 2(2), 1085–1094.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG. *KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 173–183. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(02), 540–555.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- raharjo jati, wasisto. (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 14(2), 102–112.

<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>

- Rahmadhani, F., & Susanto., P. (2021). Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money. *Operation Maangement and Information System Atudies*, 1(1), 41–50.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Journal of Sharia Economics*, 2.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). *Diffusion of Innovations 1*. 20. <https://doi.org/10.4324/9780203710753>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Sertan Research & Development)*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Shara, P. V., & Widodo, T. (2018). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Untuk Menganalisis Minat Pengguna Smartphone Di Kota Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(1). <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i1.49>
- Sheikh, Z., Islam, T., Rana, S., Hameed, Z., & Saeed, U. (2017). Acceptance of social commerce framework in Saudi Arabia. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1693–1708. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.08.003>
- Solihin, Mahfud, & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. UIN-Malang Press.
- Tak, P., & Panwar, S. (2017). Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: evidences from India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248–264. <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>
- Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An analysis of the factors affecting mobile commerce adoption in developing countries: Towards an integrated model. *Review of International Business and Strategy*, 29(3), 157–179. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *Source: MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS QUARTERLY*, 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. *Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>

- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.
- Wikannanda, M. A., Safitri, D., & Saipiatuddin. (2019). Pengaruh fenomena cashless society terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswa. *Edukasi IPS*, 3(2), 10–15.
- Wulandari, N. P. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2), 1270–1297.
- (BIS), B. for I. S. (1996). *Implications for Central Banks of The Development of Electronic Money*. <http://www.bis.org/publ/bisp01.htm>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Andi.
- Addury, M. M., Nugroho, A. P., & Khalid, S. (2020). The Intention of Investing Sharia Stocks on Millennials : The Role of Sharia Financial Literacy. *Islamic Economics, Finance, and Banking*, 3(2), 89–104.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12928/ijiefb.v3i2.3170>
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (I. N. Suardhika (ed.)). CV. Noah Aletheia.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/karti.v1i1.47>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1007/s11614-012-0060-4>
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(June), 65–77.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature.

Telematics and Informatics, 34(7), 1177–1190.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>

Alalwana, A. A., Dwivedib, 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>

APJII. (2019). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. <https://apji.or.id/survei>

Armansyah, R. F. (2021). Herd Behavior in Using Mobile Payment With Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut2). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 111–128. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.111-128>

Ayudya, A. C. (2017). *Aplikasi Theory of Planned Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Moderasi pada Niat Menggunakan Uang Elektronik*.

Bandura, A. (1992). *Social Cognitive Theory*. Behavior Model. <https://www.besci.org/models/social-cognitive-theory>

Bank Indonesia. (2018, May 7). Peraturan Bank Indonesia. Retrieved Januari 1, 2020. *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI%02200618.aspx>

Bank Indonesia. (2019). *Infrastruktur APMK & UE*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx#floating-2>

Bank Indonesia. (2021). *Transaksi Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx#floating-2>

Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in

households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426.
<https://doi.org/10.2307/25148690>

Charisma, J. A., & Asnawi, N. (2021). MEMPREDIKSI NIAT PERILAKU TERHADAP E-WALLET: MENGINTEGRASIKAN BUDAYA DALAM KERANGKA UTAUT 2. *Perbankan Syariah*, 2(1), 116–136.

Chaveesuk, S., Vanitchatchavan, P., Wutthirong, P., Nakwari, P., Jaikua, M., & Chaiyasoonthorn, W. (2019). The acceptance model toward cashless society in Thailand. *ACM International Conference Proceeding Series*, 190–195.
<https://doi.org/10.1145/3357419.3357457>

Chin, V. T. (1995). Vietnames customs in the procreation and the care of an infant. *Vietnamese Studies*, 47.

Chopdar, P. K., & Sivakumar, V. J. (2019). Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk. *Behaviour and Information Technology*, 38(1), 42–64.
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1513563>

Cohen, J. (1992). A Power Timer. *Psychological Bulletin* 112(1):155–59., 112(1), 59–155. <https://doi.org/10.1016/j.jorganchem.2011.01.025>

Corry Anestia. (2021, July 13). Laporan Buku: OVO Pimpin Pangsa Pasar “Mobile Wallet” di Indonesia. *Dailysocial.Id*.
<https://dailysocial.id/post/laporan-buku-ovo-pimpin-pangsa-pasar-mobile-wallet-di-indonesia>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.

<https://www.jstor.org/stable/2632151>

Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166.

<https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>

Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413.

<https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>

Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based behavior change interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology*, 10(1), 27–31. <https://doi.org/10.1177/1359105305048552>

Fishbein, M., Ajzen, I., & Hill, R. J. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *American Sociological Association*, 6(2), 244–245. <https://doi.org/10.2307/2065853>

Fraenkel, J. ., & Wellen, N. . (2008). *How to Design and Evaluate research in Education*. McGraw-Hill.

Ghozali, I. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. BP Undip.

Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA*:

Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 239–250.

- Glady, J. E., & Rantung, R. (2020). Analisis Determinan Niat Menggunakan E-Money Di Kalangan Millennials Dengan Pendekatan Utaut. *Klabat Journal of Management*, 1(1), 90. <https://doi.org/10.31154/kjm.v1i1.451.90-104>
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>
- Gupta, K., & Arora, N. (2019). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Habiibah, U., Edenela, K., Aprilia, H. A., & Ningrum, D. P. (n.d.). *Pemanfaatan Transaksi Non Tunai Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 di Kelurahan Manyaran, Semarang Barat, Kota Semarang*.
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala nilai dengan BASICA*. Andi Offset.
- Hadist riwayat Bukhari no. 6195/7008*. (n.d.). <https://www.hadits.id/hadits/bukhari/6195>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>

- Hartawan, M. S., Studi, P., Informasi, S., Teknik, F., Krisnadwipayana, U., Jatiwaringin, J. R., & Timur, J. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Menggunakan Unified Theory Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Teknologi Informasi ESIT*, 14(03), 1–5.
- Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi (satu)* (N. F. Atif (Ed.)). PT. Refika Aditama.
- Ipsos. (2020). Penelitian Ipsos: Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan. *Ipsos*, 1–8.
- Ishaq. (2016). *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi*. Alfabeta.
- Kemenpppa. (2017). *Hari Kependudukan Dunia 2017: Masa Depan Demografi Indonesia Dan Keseimbangan Pertumbuhan Penduduk*.
<https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/1445/hari-kependudukan-dunia-2017-masa-depan-demografi-indonesia-dan-keseimbangan-pertumbuhan-penduduk>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9th ed). New Jersey : Prentice Hall, 2001.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson*.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154.
<https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>

- Marhaini. (2008). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOMPUTER MEREK ACER (STUDI KASUS : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA). *Manajemen Bisnis*, 89–96.
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. *International Conference on Science and Technology-Computer (ICST)* . <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2016.7877340>
- Meiranto, W. (2016). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak Dengan Menggunakan Model Utaut. (Studi Kasus Pada Teknologi M-Dinar Payment System). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 1(1), 50. <https://doi.org/10.30659/jai.1.1.50-60>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(July), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Moorthy, K., Chun T'ing, L., Chea Yee, K., Wen Huey, A., Joe In, L., Chyi Feng, P., & Jia Yi, T. (2019). What drives the adoption of mobile payment? A Malaysian perspective. *International Journal of Finance and Economics*, 25(3), 349–364. <https://doi.org/10.1002/ijfe.1756>
- Mulyani, A. (2019). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(2), 61–66. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.15-2.61>
- Mursalin, S., Sitorus, I. R., & Ratri, N. N. (2020). Pemberian Diskon Pada Aplikasi T-Monet Bank Bengkulu Perspektif Hukum Islam. *Al-Inta*, 6(2), 12–19.

- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Media Sahabat Cendekia.
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Oliveiraa, T., Thomas, M., Baptista, G., & FilipeCamposa. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. <https://www.ojk.go.id/id>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(02), 1369–1397. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Putranto, A. M., & Pramudiana, Y. (2015). *Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta*. 2(2), 1085–1094.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG. *KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 173–183. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota

- Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(02), 540–555.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- raharjo jati, wasisto. (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 14(2), 102–112. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>
- Rahmadhani, F., & Susanto., P. (2021). Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money. *Operation Management and Information System Studies*, 1(1), 41–50.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Journal of Sharia Economics*, 2.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). *Diffusion of Innovations 1*. 20. <https://doi.org/10.4324/9780203710753>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Shara, P. V., & Widodo, T. (2018). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Untuk Menganalisis Minat Pengguna Smartphone Di Kota Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(1). <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i1.49>
- Sheikh, Z., Islam, T., Rana, S., Hameed, Z., & Saeed, U. (2017). Acceptance of social commerce framework in Saudi Arabia. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1693–1708. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.08.003>
- Solihin, Mahfud, & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

ALFABETA.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV.

Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV.

Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Supriyanto, Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. UIN-Malang Press.

Tak, P., & Panwar, S. (2017). Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: evidences from India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248–264. <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>

Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An analysis of the factors affecting mobile commerce adoption in developing countries: Towards an integrated model. *Review of International Business and Strategy*, 29(3), 157–179. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>

Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>

Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *Source: MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.

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

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS QUARTERLY*, 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. *Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.
- Wikannanda, M. A., Safitri, D., & Saipiatuddin. (2019). Pengaruh fenomena cashless society terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswa. *Edukasi IPS*, 3(2), 10–15.
- Wulandari, N. P. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2), 1270–1297.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wa Rahmatullahi wa Barakaatuhu

Perkenalkan nama saya Sulistiani Indriyastuti mahasiswa studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian mengenai intensi penggunaan e-money (uang elektronik) pada mahasiswa untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan. Saya mengharapkan kerja sama dan kesediaan saudara untuk menjadi salah satu responden dalam penelitian ini.

Adapun responden penelitian yang dibutuhkan memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif program sarjana atau diploma Universitas Islam Indonesia
2. Menggunakan produk e-money (Ovo, Gopay, Link Aja, Dana dll.

Untuk informasi bagi saudara, kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) bagian dan akan memakan waktu kurang lebih 10-12 menit untuk pengisiannya. Mohon untuk membaca petunjuk pengisian dengan seksama sebelum mengisi kuisisioner agar tidak terjadi kesalahan.

Dalam pengisian kuisisioner ini tidak ada jawaban yang salah ataupun benar. Oleh karena itu, pastikan saudara/i memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan yang paling sesuai dengan keadaan diri saudara/i. Semua informasi dan jawaban yang saudara berikan dalam kuisisioner ini akan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian yang berlaku dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas bantuan dan perhatian saudara/i, saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti

Sulistiani Indriyastuti

Wassalamu'alaikum wa Rahmatullahi wa Barakatuhu

A. Profil responden

Data Responden	>>	⋮
Deskripsi (opsional)		
1. Nama Lengkap *		
Teks jawaban singkat		
2. Jenis Kelamin *		
<input type="radio"/> Laki-laki		
<input type="radio"/> Perempuan		
Usia saat ini *		
<input type="radio"/> 17 tahun - 23 tahun		
<input type="radio"/> 24 tahun - 35 tahun		
Fakultas *		
Teks jawaban singkat		
Jurusan *		
Teks jawaban singkat		
Tahun angkatan kuliah *		
Teks jawaban singkat		
No Handphone (guna keperluan pengiriman pulsa atau saldo e-money bagi yang beruntung)		
Teks jawaban singkat		

الجمهورية الإسلامية اندونيسية

B. Screening questions

Bagian 3 dari 13

Screening question

Deskripsi (opsional)

1. Jumlah uang saku per bulan *

Kurang dari Rp 500.000

Rp 500.000 - Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000

Lebih dari Rp 2.000.000

2. Produk e-money yang digunakan saat ini *

Gopay

Ovo

ShopeePay

Dana

Genius

Link Aja

Paytren

ISaku

Lainnya...

3. Pengalaman menggunakan e-money *

< 1 tahun

1 - 2 tahun

> 2 tahun

C. Tanggapan responden

Tanggapan responden

Petunjuk : semua pernyataan membutuhkan jawaban berupa pandangan dan opini yang diukur dengan skala :

1. Sangat tidak setuju

2. Tidak setuju

3. Setuju

4. Sangat setuju

Saudara/i cukup memilih salah satu jawaban pada setiap kolom yang tersedia pada jawaban yang dianggap paling sesuai persepal saudara/i

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 4 dari 13

Performance Expectancy (PE)

Deskripsi (opsional)

1. E-money merupakan alat yang berguna dalam transaksi *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

2. E-money memungkinkan saya melakukan transaksi lebih mudah *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

3. E-money memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat dibandingkan transaksi secara tunai *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

4. Menggunakan e-money meningkatkan produktivitas saya

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

Bagian 5 dari 13

Effort Expectancy (EE)

Deskripsi (opsional)

1. Mudah bagi saya memahami cara menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

2. Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

3. Mudah bagi saya untuk melakukan transaksi menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

4. Mudah bagi saya untuk mahir dalam menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

Bagian 6 dari 13

Social Influence (SI) ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

1. Orang-orang terdekat mempengaruhi saya untuk menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

2. Orang-orang terpenting di kehidupan saya menyarankan untuk menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

3. Orang-orang di sekitar yang menggunakan e-money terlihat lebih kekinian (modern) *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

4. Saya melakukan transaksi menggunakan e-money karena banyak yang menggunakannya juga *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

Bagian 7 dari 13

Facilitating Condition (FC) ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

1. Saya memiliki sumber daya (smartphone/internet/aplikasi) yang diperlukan untuk menggunakan e-money *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan e-money *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

3. E-money yang saya gunakan mampu bergerak dengan sistem lain seperti (e-commerce/e-parking) *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

4. Tersedia customer service yang mampu membantu saya apabila terdapat kendala dalam menggunakan e-money *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Bagian 8 dari 13

Hedonic Motivation (HM) ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

1. Menggunakan e-money merupakan hal yang menarik bagi saya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

2. Menggunakan e-money merupakan hal yang menyenangkan bagi saya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

3. Menggunakan e-money merupakan hal yang menghibur saya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Bagian 9 dari 13

Price Value (PV) X ⋮

Deskripsi (opsional)

1. Biaya yang dibebankan untuk menggunakan e-money terjangkau sesuai dengan kemampuan saya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

2. Biaya untuk menggunakan layanan e-money lebih terjangkau dibandingkan jenis layanan lainnya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

3. E-money merupakan uang elektronik terbaik untuk mata uang *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

4. Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan e-money sesuai dengan manfaat yang didapatkan *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Bagian 10 dari 13

Habit (HT) X ⋮

Deskripsi (opsional)

1. Menggunakan e-money sudah menjadi kebiasaan saya *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

2. Menggunakan e-money merupakan sesuatu yang dilakukan tanpa berfikir *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

3. Saya harus menggunakan e-money *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

4. Saya senang menggunakan e-money baik dimana pun atau kapan pun *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Bagian 11 dari 13

Behavioral Intention (BI)

Deskripsi (opsional)

1. Saya berniat untuk tetap menggunakan e-money di masa yang akan datang *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

2. Saya berniat akan menggunakan e-money dalam keseharian saya *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

3. Mengingat bahwa smartphone yang saya miliki mampu mengakses internet, sehingga saya akan terus menggunakan e-money *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

Bagian 12 dari 13

Use Behavior (UB)

Deskripsi (opsional)

1. Terkadang saya menggunakan e-money untuk melakukan transaksi *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

2. Saya sering menggunakan e-money dalam bertransaksi sehari-hari *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

3. Secara teratur saya menggunakan e-money dalam keseharian saya *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

4. Saya selalu menggunakan e-money di setiap transaksi *

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 Sangat setuju

Bagian 13 dari 13

Thanks for Your Participations

Jezakumullahu Kholron Katsiron

Lemme take your advice

Teks jawaban singkat

.....

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3			
4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2		
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	1	1		
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2			
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3		
4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1		
4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3		
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3			
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2		
4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3		
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	2	1	4	3	2	3	1	1	1	1		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3		
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3		

4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	
3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	
4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	2	2	4	1	2	2		
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	2	4	2	2	4	2	2	2	
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3	2	4	2	2	2	
3	3	4	1	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	4	1	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	
4	3	2	2	3	3	3	3	1	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	

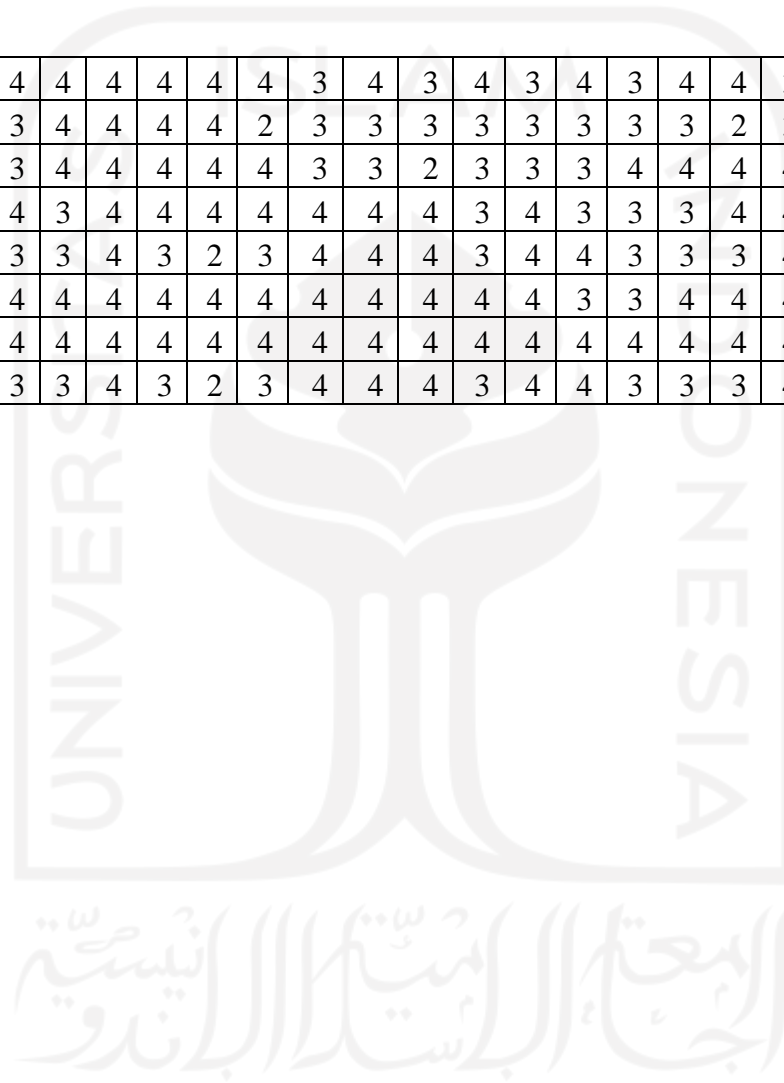
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	4	3	3	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3		
4	4	4	3	3	4	3	4	1	1	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	4	3	2	1	1	1	1	1		
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3		
4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	1	2	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1		
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2		
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2		
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2		
4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	2	1	1	1	1		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3		
4	4	4	2	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2		
4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3		
4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2		
4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4		
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4

4	4	2	2	4	2	3	3	1	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	1	3	3	4	4	1	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	
4	4	2	2	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2		
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	1	1	1	
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	
4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	2	
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	1	1	
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	

4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	1	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	
3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	2	4	2	2	4	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3

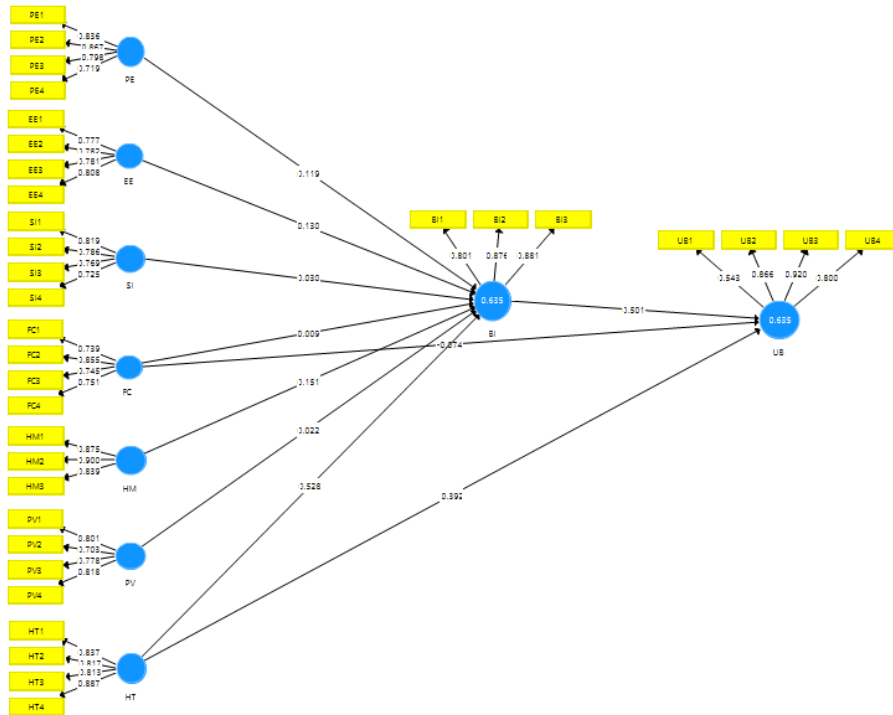
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	1	4	3	3	3	3	3	1	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4

4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	

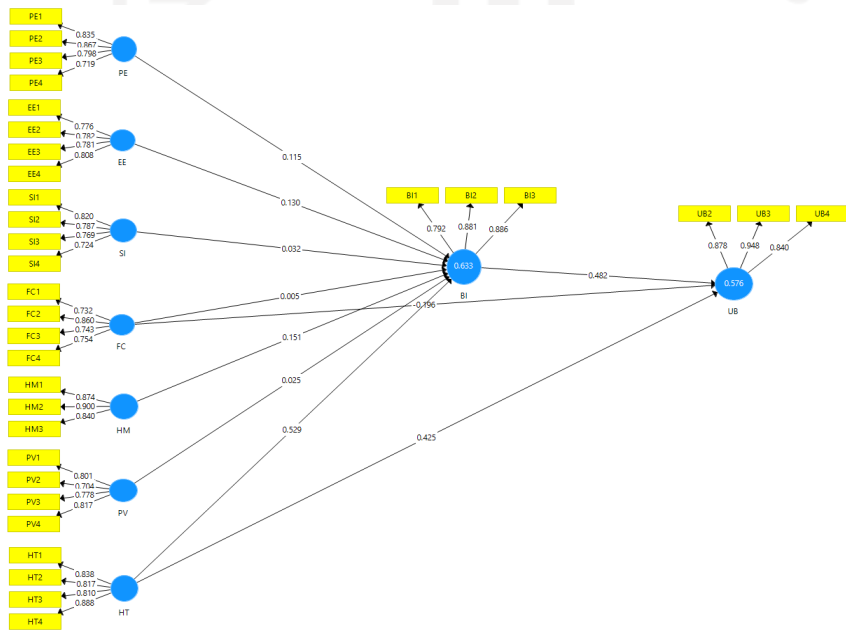


Lampiran 3 Hasil output PLS

Algoritma PLS (sebelum indicator UB 1 dihilangkan karena tidak valid)



Algoritma PLS (sesudah indicator UB 1 dihilangkan karena tidak valid)



Lampiran 4 Outer Loading

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Bonningerstadt: [Lack to navigation](#)

Outer Loadings

	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PV	SI	UB
BI1	0,792								
BI2	0,881								
BI3	0,886								
EE1		0,776							
EE2		0,782							
EE3		0,781							
EE4		0,808							
FC1			0,732						
FC2			0,860						
FC3			0,743						
FC4			0,754						
HM1				0,874					
HM2				0,900					
HM3				0,840					
HT1					0,838				
HT2					0,817				
HT3					0,810				
HT4					0,888				
PE1						0,835			
PE2						0,867			
PE3						0,798			
PE4						0,719			
PV1							0,801		
PV2							0,704		
PV3							0,778		
PV4							0,817		
SI1								0,820	
SI2								0,787	
SI3								0,769	
SI4								0,724	
UB2									0,878
UB3									0,948
UB4									0,840

Lampiran 5 Construct Reliability and Validity

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
BI	0,813	0,821	0,890	0,729
EE	0,797	0,806	0,867	0,619
FC	0,779	0,823	0,856	0,599
HM	0,842	0,846	0,905	0,760
HT	0,859	0,864	0,905	0,704
PE	0,819	0,818	0,881	0,651
PV	0,781	0,795	0,858	0,602
SI	0,780	0,792	0,858	0,602
UB	0,867	0,877	0,919	0,791

Lampiran 6 Bootstrapping (Path coefficient)

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: [back to navigation](#)

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BI -> UB	0,482	0,488	0,074	6,541	0,000
EE -> BI	0,130	0,141	0,075	1,734	0,042
FC -> BI	0,005	0,010	0,063	0,077	0,469
FC -> UB	-0,196	-0,198	0,060	3,276	0,001
HM -> BI	0,151	0,152	0,061	2,469	0,007
HT -> BI	0,529	0,525	0,074	7,185	0,000
HT -> UB	0,425	0,425	0,084	5,045	0,000
PE -> BI	0,115	0,114	0,060	1,924	0,027
PV -> BI	0,025	0,022	0,051	0,502	0,308
SI -> BI	0,032	0,031	0,094	0,343	0,366

Lampiran 7 R-Square (R^2)

SmartPLS Report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: [back to navigation](#)

R Square

	R Square	R Square Adjusted
BI	0,633	0,621
UB	0,576	0,571

RIWAYAT HIDUP PENYUSUN

Sulistiani Indriyastuti adalah nama lengkap menyusun yang dilahirkan pada 25 November 1999 di Sialang Baru, Siak-Riau. Penyusun berdomisili di Yogyakarta, dengan alamat lengkap Jl. Kaliurang km 14,5 Ds. Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Yogyakarta. Penyusun dapat dihubungi melalui 082287070902 atau melalui sosial media seperti email sulisthiani@gmail.com, Instagram di @sulistiani_ii, atau pada LinkedIn dengan nama akun Sulistiani Indriyastuti.

Penyusun menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN 006 Sialang Baru dari tahun 2006 - 2012. Melanjutkan pendidikan di MTS Hidayatullah Sialang Baru 2012 - 2014, Kemudian Pendidikan MA A-Hikmah Purwoasri-Kediri 2015 – 2018. Pada jenjang selanjutnya, penyusun melanjutkan studi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Untuk melatih kepemimpinan, semasa MTS menjadi bagian dari OSIS yaitu sebagai seksi keamanan. Semasa kuliah, penyusun aktif mengikuti UKM Laboratorium Mahasiswa (LabMa) yang fokus pada bidang penelitian dan pengabdian masyarakat serta *public relation*. Selain itu, penyusun juga anggota *direct promotion service* (DPS) tim Marketing and Communication FIAI UII. Selain aktif dalam organisasi, penyusun juga pernah berpartisipasi dalam *national social project*, kemudian mengikuti kompetisi Program Pembinaan (PHP2D) yang diselenggarakan oleh Kemendikbud, dan meraih oral presentation dalam ajang 1st *International Conference on Education Management and Sharia Economic*.