

**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan  
Terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan *e-Payment*  
Flip.Id**



SKRIPSI

Oleh:

Anis Salwa

17312546

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada yang bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 16 September 2022

Penulis,



Anis Salwa

## HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap  
Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan *e-Payment* Flip.Id

### SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Anis Salwa

No. Mahasiswa: 17312546

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal 16 September 2022

Dosen Pembimbing



(Dra. Ataina Hudayati, Akt., M.Si. PhD., C.A)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan e-Payment Flipid**

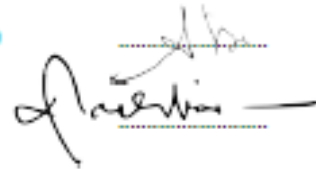
Disusun oleh : ANIS SALWA

Nomor Mahasiswa : 17312546

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Rabu, 16 November 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Atalna Hidayati, Dra., M.St., Ak., CA., Ph.D

Penguji : Arief Bachtiar, Drs., MSA., Ak., SAS.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.P., M.St., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan serta kelancaran sehingga atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Faktor Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Keamanan Dalam Menggunakan e-Payment Flip.id" dengan baik. Semua ini tak lepas dari support orang-orang disekitar penulis yang selalu memberi motivasi dan dorongan agar skripsi ini terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk mencapai drajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis ingin mengucapkan syukur terimakasih kepada Allah SWT, diri sendiri, kedua orang tua penulis yaitu Ibu Yeyen Nur'Aeni Habibah dan Bapak Ahmad Mustofa yang sangat penulis cintai dan telah banyak mensupport dengan memberikan doa setiap hari yang tiada henti-hentinya. Terimakasih banyak atas segala dukungan materiil dan moril sehingga penulis dapat menimba ilmu di perguruan tinggi tercinta Universitas Islam Indonesia.

Penulis ingin berterimakasih kepada pembimbing skripsi yaitu Ibu Dra. Ataina Hidayati, Akt., M.Si. PhD., C.A. yang telah sabar memberikan bimbingan, ilmu dan arahan selama penyusunan skripsi yang sangat berarti bagi penulis. Begitu pun kepada seluruh dosen Akuntansi pada Universitas Islam Indonesia penulis ucapkan terimakasih atas segala ilmu dan pelajaran hidup yang telah diberikan.

Penulis juga ingin mempersembahkan kepada seseorang spesial yaitu Nicko Septya Harison yang selalu menemani proses penyusunan skripsi serta memberikan dukungan yang lebih sehingga penulis memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis mempersembahkan kepada sahabat-sahabat seperjuangan semasa kuliah penulis yaitu Septi Dyah Anggraeni, Prila Eki Rolanisa Delaide, Marbela Prastika, Dewinta Adeliya Maharani, Sania Fikri Ananda, Fella Rosa Krismananda dan Ikmala Zakiyya. Terimakasih atas segala dukungan, masukan, dan telah menjadi tempat berbagi cerita pribadi tentang segala keluh kesah kehidupan.

Penulis tidak lupa juga untuk berterima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu menyelesaikan kegiatan perkuliahan dengan banyak proses naik turun yang telah dialami. Terimakasih kepada diri sendiri yang mampu bertahan hingga saat ini dengan segala kesulitan disertai dengan kekurangan dan kelebihan yang dimiliki.

Serta persembahan yang terakhir penulis ingin berterimakasih kepada seluruh responden yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat memahami bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis banyak mengucapkan terimakasih. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-

Nya bagi Bapak, Ibu, dan Saudara/I yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 16 September 2022

Penulis,



(Anis Salwa)



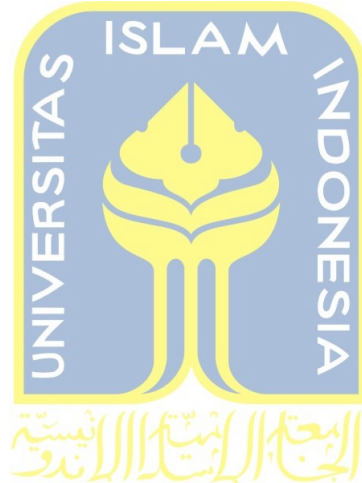
## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	2
HALAMAN PENGESAHAN .....	3
ABSTRAK .....	ix
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	6
1.5 Sistematika Pembahasan .....	6
BAB II .....	8
KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Theory of Planned Behavior.....	8
2.1.2 Technology Acceptance Model.....	9
2.1.3 Digital Payment .....	10
2.1.4 e-Payment .....	11
2.1.5 Flip.id .....	14
2.1.6 Minat .....	16
2.1.7 Kemudahan .....	16
2.1.8 Persepsi Keamanan .....	17
2.1.9 Manfaat.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Hipotesis Penelitian.....	23
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa dalam Menggunakan <i>e-Payment</i> Flip.id.....	23
2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan <i>e-Payment</i> Flip.id.....	24

2.3.3	Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan <i>e-Payment</i> Flip.id.....	25
2.4	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III	.....	25
METODE PENELITIAN	.....	25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.2.1	Populasi Penelitian.....	25
3.2.2	Sampel Penelitian.....	26
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	27
3.4.1	Variabel Dependen (Y).....	27
3.4.2	Variabel Independen (X).....	28
3.4.3	Pengukuran Variabel.....	31
3.5	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	32
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.4	Uji Hipotesis.....	34
3.5.4.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
3.5.4.2	Analisis Regresi Berganda.....	34
BAB IV	.....	37
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	37
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	38
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	38
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang Elektronik Dalam Sebulan.....	39
4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	40
4.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	43



4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	44
4.4.3 Uji heteroskedastisitas .....	45
4.5 Hasil uji Hipotesis .....	45
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi .....	46
4.5.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	48
BAB V .....	52
SIMPULAN DAN SARAN .....	52
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN .....	60



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pertanyaan Kuesioner Variabel Minat.....	27
Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Kemudahan .....	29
Tabel 3. 3 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Manfaat .....	30
Tabel 3. 4 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Keamanan.....	31
Tabel 3. 5 Skor Skala Likert.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	39
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang Elektronik Dalam Sebulan.....	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F .....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik T .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian .....	60
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	69
Lampiran 3 Hasil Analisis Data .....	98



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini yaitu menggunakan teknik insidental sampling dengan kriteria orang tua mahasiswa yang masih aktif dalam berkuliah di daerah Yogyakarta mulai dari angkatan 2017 hingga angkatan 2021. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 118 yaitu dengan menyebarkan kepada orang tua mahasiswa yang masih aktif berkuliah di Yogyakarta dan analisis statistik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan program komputer dengan aplikasi *Software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.

**Kata Kunci:** Minat penggunaan e-Payment, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan.

*This study aims to analyze the factors that influence student parents' interest in the perception of convenience, perceived benefits and perceived security in using Flip.id e-Payment. The sampling technique of this research is using incidental sampling technique with the criteria of parents of students who are still active in studying in the Yogyakarta area starting from class 2017 to class 2021. The data collection method used is by distributing questionnaires with a total of 118 respondents, namely by distributing to parents of students who are still actively studying in Yogyakarta and the statistical analysis carried out in this study was using a computer program with the Statistical Package for Social Science (SPSS) software application version 22. The results of this study indicate that the perception of easy of use, perception of usefulness, perception of security has a positive and significant influence on the parents' interest in using Flip.id e-Payment.*

**Keywords:** Interest in using e-Payment, perception of easy of use, perception of usefulness, perception of security

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Fintech merupakan singkatan dari financial technology. National Digital Research Center (NDRC) mendefinisikan fintech sebagai istilah yang dapat digunakan untuk menyebut inovasi dalam bidang jasa keuangan atau finansial. Inovasi yang dimaksud adalah inovasi finansial yang diberikan sentuhan teknologi modern. Sederhananya, fintech adalah jenis perusahaan di bidang jasa keuangan yang digabungkan dengan teknologi. Bisa juga diartikan sebagai segmen di dunia startup yang membantu untuk memaksimalkan penggunaan teknologi untuk mempertajam, mengubah, dan mempercepat berbagai aspek pelayanan keuangan, mulai dari metode pembayaran, transfer dana, pinjaman, pengumpulan dana, sampai dengan pengelolaan aset. Maka tidak heran jika kemudian financial technology menjadi kebutuhan yang bisa mengubah gaya hidup seseorang, khususnya mereka yang familiar atau bergelut di bidang keuangan dan teknologi.

Metode keuangan mikro berdasarkan organisasi koperasi difokuskan pada pengurangan kemiskinan. Cara yang digunakan untuk menjaga misi sosial dan keberlanjutan keuangan koperasi adalah dengan mengintegrasikan kinerja bisnis dari berbagai faktor pendukung untuk mengurangi kemungkinan berbagai masalah keuangan (Dasuki, 2016). Teknologi informasi di Indonesia memiliki perkembangan pesat dari waktu ke waktu. Faktor yang mempengaruhi perkembangan teknologi informasi antara lain adalah perluasan jangkauan internet, peningkatan *bandwidth* internet, penggunaan internet dan teknologi komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, perkembangan *smartphone*, adanya kemunculan berbagai media sosial dan e-commerce, dan peningkatan pemahaman secara aktif dalam penggunaan internet.

Bersamaan dengan era revolusi industri yang sudah berkembang ini, pada dunia bisnis juga mengalami perkembangan seperti adanya proses transaksi yang mengikuti perkembangan ilmu financial technology. Penemuan sebuah teknologi berupa internet dalam dunia bisnis akan mempercepat dan mempersingkat proses transaksi jika dilakukan secara online dengan menggunakan jaringan internet. Terlebih jaringan internet kini sudah tersebar luas ke seluruh dunia.

Transaksi bisnis menggunakan media internet dapat disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Dalam proses dibidang *e-commerce* terdapat dua bagian yang bisa disebut sharing, yaitu bisnis kepada antar pelaku bisnis (*business to business e-commerce*) dan bisnis ke konsumen (*business-to-consumer electronic commerce*). Saat ini bagian yang mendominasi pasar dengan nilai transaksi yang tinggi yaitu *e-commerce business-to-business*, namun tingkat bisnis consumer *e-commerce*-nya juga memiliki pangsa pasar yang potensial. *E-commerce* sendiri memiliki berbagai macam perangkat salah satunya yang disebut dengan metode pembayaran online melalui *e-Payment*.

Beberapa keunggulan yang dimiliki *e-Payment* yaitu kecepatan proses transaksi hingga pembelian dengan harga lebih murah. Selain itu, pembayaran elektronik mendukung *green technology* sehingga konsumsi kertas dapat dikurangi. Ada banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan transaksi pembayaran elektronik, antara lain: ada pandangan kepercayaan, risiko, manfaat yang didapat serta pendapatan. Kepercayaan merupakan dasar utama dalam melakukan transaksi bisnis online kepercayaan dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam berbagai transaksi bagi masing-masing orang sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Pada beberapa perusahaan jasa keuangan yang di gabung dengan teknologi ini masih terdapat kekurangan yakni banyaknya pengeluaran biaya admin pada setiap transaksi yang dilakukan kepada bank lain. Oleh karena itu, Flip.id menyediakan layanan transfer beda bank secara gratis yang bisa diakses melalui aplikasi pada smartphone dan melalui situs mobile browser. Lebih dari jutaan transaksi beda bank yang sudah dilayani oleh Flip.id dengan total nilai triliunan rupiah perbulan.

Flip.id adalah aplikasi yang menyediakan layanan pembelian paket data, pulsa dan transfer antar bank tanpa dikenakan biaya admin sehingga lebih dari 1 juta pengguna tertarik untuk menggunakan aplikasi Flip.id. Pengguna aplikasi flip.id mendapatkan 3 penawaran unggulan yaitu transfer antar bank dengan bebas biaya, penerima transfer tidak harus memiliki atau melakukan pendaftaran untuk akun Flip.id, dan aplikasi ini sudah diawasi oleh Bank Indonesia. Cara penggunaan aplikasi Flip ini sangat mudah dilakukan, yaitu hanya dengan memilih jumlah transfer dimulai dari Rp. 10.000 hingga Rp. 5.000.000 per hari nya setelah itu memasukkan kode unik yang ditampilkan saat

melakukan transaksi. Manfaat kode unik ini yaitu nantinya akan masuk otomatis sebagai saldo flip pengguna setelah berhasil melakukan transaksi diatas Rp. 10.000.

Saat ini sudah ada 14 bank yang bekerja sama dalam menangani transfer beda bank gratis dari BCA, Livin by Mandiri, BRI, BNI, BNI Syariah, CIMB Niaga, CIMB Niaga Syariah, BTPN, BTPN Wow, Jenius, Permata Bank, Permata Bank Syariah, Bank Muamalat, BSI. Pada tahun 2016 Flip.id telah mendapatkan lisensi keamanan dan operasional resmi dari Bank Indonesia (BI).

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi informasi yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat (Davis, Richard Bagozzi dan Warshaw, 1989). Dalam memprediksikan faktor apa yang menyebabkan orang tua mahasiswa menggunakan aplikasi Flip.id berdasarkan model TAM tersebut. Dalam penelitian ini, ditambahkan satu variabel lagi yang diperkirakan mempengaruhi penggunaan teknologi informasi yaitu persepsi keamanan berdasarkan penelitian Andrew Gunawan (2014).

Penelitian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016), Athiyyah Anisa Putri (2020), Ari Puspita (2018), Made Wahyu Adhiputra (2015), Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2018) telah mengkaji pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan teknologi informasi. Hasil kajian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan minat penggunaan layanan uang elektronik pada masyarakat kota Semarang. Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan uang elektronik maka akan semakin meningkatkan minat dalam penggunaan uang elektronik. Hasil kajian Athiyyah Anisa Putri (2020) menemukan bahwa, pada persepsi kemudahan penggunaan terdapat pengaruh terhadap minat penggunaan Flip.id pada Majelis Taklim Hidayatul Ilmi di Surabaya. Hasil kajian Made Wahyu Adhiputra (2015) menemukan bahwa, persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi persepsi nasabah perbankan dalam penggunaan internet banking. Internet Banking yang telah diluncurkan oleh Bank memiliki layanan yang dapat memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah. Hasil kajian Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2018) menemukan bahwa, persepsi kemudahan dapat mempengaruhi pengguna terhadap niat dalam penggunaan *e-money*. Teknologi dinilai mampu dipelajari dengan mudah oleh pengguna,

jika e-money mudah digunakan maka pengguna akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Karena hasil kajian lalu tidak konsisten maka diperlukan penelitian ulang yang mengkaji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat orang tua menggunakan Flip. Id.

Penelitian Singgih Priambodo, Bulan Prabawani (2016), Athiyyah Anisa Putri (2020), Evi Yani, Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia dan Ari Puspita (2018) telah mengkaji pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan teknologi informasi. Hasil kajian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) menemukan bahwa, persepsi manfaat dapat berpengaruh terhadap penggunaan layanan uang elektronik pada masyarakat kota Semarang. Apabila terdapat manfaat pada layanan uang elektronik maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan layanan uang elektronik. Hasil kajian Athiyyah Anisa Putri (2020) menemukan bahwa, persepsi manfaat dapat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Flip.id pada Majelis Taklim Hidayatul Ilmi di Surabaya berdasarkan perspektif *hifdzul mal*. Hasil kajian Evi Yani, Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia dan Ari Puspita (2018) menemukan bahwa, persepsi kemanfaatan penggunaan internet dapat berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan internet bagi nasabah BRI KCP Unit Jagakarsa berdasarkan penggunaan *Technology Acceptance Model*. Karena hasil kajian lalu tidak konsisten maka diperlukan penelitian ulang yang mengkaji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat orang tua menggunakan Flip. Id.

Penelitian Andrew Gunawan (2014), Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2018) telah mengkaji pengaruh persepsi keamanan terhadap penggunaan teknologi informasi. Hasil kajian Andrew Gunawan (2014) menemukan bahwa, persepsi keamanan memiliki hubungan positif secara langsung yang dapat berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Central Asia untuk menggunakan Internet Banking berdasarkan penggunaan *Technology Acceptance Model*. Nilai Persepsi keamanan seseorang dapat dilihat berdasarkan minat penggunaan internet banking yang semakin tinggi. Hasil kajian Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2018) menemukan bahwa, persepsi keamanan dapat memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan *e-money*. Masyarakat akan menggunakan e-money jika keamanan informasinya dapat terjaga sehingga data tidak mudah untuk dimanipulasi. Karena hasil kajian lalu tidak konsisten maka diperlukan penelitian ulang yang mengkaji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat orang tua menggunakan Flip.id.



Judul dari penelitian ini yaitu Faktor yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa yang aktif perkuliahan di Yogyakarta terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan dalam menggunakan internet banking pada aplikasi Flip.id. Pemilihan topik ini yaitu karena saat ini masih banyak orang tua mahasiswa yang meragukan persepsi keamanan dan persepsi kemudahan transfer antar bank melalui aplikasi pihak ketiga, selain itu kurangnya informasi tentang manfaat dan keuntungan yang didapatkan apabila menggunakan aplikasi transfer antar bank pihak ketiga seperti Flip.id. Pemilihan responden orang tua mahasiswa ini mengacu pada rentang usia yang cenderung sudah lanjut usia dibandingkan dengan orang tua pelajar yang umumnya memiliki usia yang lebih muda. Orang tua mahasiswa umumnya memiliki usia yang sudah lanjut sehingga di perkirakan tidak mengetahui perkembangan teknologi yang ada. Pada penelitian ini akan melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh (Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, 2016) tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) dengan variabel independen persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko. Pada penelitian tersebut penulis menggunakan metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode convenience sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan elemen sehingga dengan mudah mendapatkan sampel yang diinginkan dengan jumlah responden sebanyak 100. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan SmartPLS 2.0 M3. Sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel independen persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id?
2. Apakah persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id?

3. Apakah persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Pada pertanyaan-pertanyaan yang ada pada rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.

### 1.4 Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat baik itu teoritis maupun praktis seperti di bawah ini:

#### 1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan mendapatkan hasil yang memberikan kontribusi bagi peningkatan dan pengembangan dalam hal informasi, wawasan serta pengetahuan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi *e-Payment Flip.id*

Dalam penelitian ini diharapkan mendapatkan hasil yang menjadikan uraian yang konkret berdasarkan variabel secara signifikan yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.

##### b. Bagi Peneliti

Pada penelitian ini didapatkan manfaat guna menelaah berbagai pertanyaan terkait minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment Flip.id*.

### 1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang akan disusun dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

## BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini mencakup urgensi topik penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian dengan berbagai sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

## BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini berisi beberapa teori yang mendasari penelitian ini, gambaran umum temuan penelitian sebelumnya, dan hipotesis penelitian yang didukung oleh teori-teori yang dijelaskan pada bagian landasan teori.

## BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang metode pengumpulan data dan metode analisis data.

## BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Pada bab ini berisi hasil uraian dalam pengolahan data yang telah diuji dan memberikan interpretasi dari hasil pengolahan data tersebut.

## BAB V: Simpulan dan Saran

Pada bab ini memberikan ringkasan dari bab 4 yaitu pada bagian analisis data yang telah dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS dan berisi saran yang diberikan oleh penulis untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Theory of Planned Behavior

Dalam mengetahui seseorang terhadap perilaku seseorang dapat mengaplikasikan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) menurut (Ajzen 1991). Dalam *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* oleh Ajzen (1991) karena masih terbatasnya kemampuan untuk menangani perilaku dalam *Theory of Reasoned Action* yang mana manusia tidak memiliki kontrol yang tepat dan tidak memiliki tujuan tertentu. Pada *Theory of Planned Behavior* diterapkan kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioural Control*) teori ini memiliki kaitannya dengan persepsi kemudahan dan kesulitan dalam berperilaku pada setiap individu. Menurut (Porter & Wooley, 2014) persepsi kemampuan oleh manusia dalam setiap berperilaku adalah sebuah persepsi dari *Perceived Behavioural Control*. Dapat disimpulkan bahwa persepsi minat dan kemampuan mempengaruhi setiap individu dalam berperilaku. Maka minat seseorang akan timbul karena sikap, dan *Perceived Behavioural Control* dalam *Theory of Planned Behaviour*.

Salah satu keunggulan TPB (*Theory of Planned Behavior*) kepada TRA (*Theory of Reasoned Action*) adalah kemampuannya untuk menganalisis situasi di mana individu tidak memiliki kendali sendiri atas perilakunya (Jogiyanto, 2007). TPB (*Theory of Planned Behavior*) juga memiliki kelebihan dibandingkan teori perilaku lainnya karena TPB (*Theory of Planned Behavior*) merupakan teori perilaku yang dapat membedakan keyakinan seseorang dalam mengendalikan sesuatu yang terjadi dari konsekuensi suatu perilaku, dengan demikian seseorang melakukan dan tidak melakukan (Ajzen, 2006).

Menurut Ajzen (2002), mengemukakan bahwa TPB (*Theory of Planned Behavior*) telah muncul sebagai salah satu dari kerangka kerja yang paling berpengaruh dan konsep yang populer pada penelitian di bidang individu. Menurut teori ini, perilaku seseorang berpedoman pada tiga jenis pertimbangan yaitu:

- a) Kepercayaan mengenai kemungkinan akibat atau tanggapan lain dari perilaku (kepercayaan perilaku).
- b) Kepercayaan mengenai harapan normatif dari orang lain (kepercayaan normatif).
- c) Kepercayaan mengenai kehadiran faktor-faktor yang mungkin lebih jauh atau menghalangi perilaku seseorang (kepercayaan pengendalian).

### 2.1.2 Technology Acceptance Model

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa aktif di daerah Yogyakarta untuk melakukan transaksi *e-payment* dengan aplikasi Flip.id menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang disusun oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Dalam memformulasikan TAM, Davis (1989) menggunakan TRA (*Theory of Reasoned Action*) sebagai grand theory-nya namun tidak mengakomodasi semua komponen dari teori TRA. Pada komponen *belief* dan *attitude* adalah komponen yang dimanfaatkan oleh Davis (1989), komponen yang tidak digunakan Davis (1989) adalah komponen *normative belief* dan *subjective norms*. Menurut Davis (1989), hal utama dalam penggunaan teknologi informasi yaitu adanya persepsi manfaat penggunaan dan persepsi kemudahan. Kedua faktor tersebut jika dikaitkan dengan TRA merupakan bagian dari *belief* (Ghaith, 2015).

*Technology Acceptance Model* merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi. Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pemakai teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Model TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan-penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi informasi oleh pemakai. *Technology Acceptance Model* (TAM) mendefinisikan dua persepsi dari pemakai teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka.

Dasar yang diberikan oleh *Technology Acceptance Model* untuk menentukan dampak faktor eksternal terhadap persepsi kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunaan. Selain dibangun di atas landasan teori yang kuat, TAM memiliki kelebihan bahwa model ini dapat menjawab pertanyaan ketika banyak sistem teknis yang gagal diimplementasikan. Adanya sistem teknologi yang gagal diimplementasikan ini

disebabkan oleh tidak adanya niat untuk menggunakan sistem tersebut pada setiap pengguna.

Reaksi dan persepsi pemakai TI akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi, yaitu salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah persepsi pemakai atas persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks penggunaan teknologi informasi. Model TAM yang sudah banyak digunakan dalam penelitian tersebut akan peneliti pakai dalam penelitian ini dengan mengambil dua konstruk persepsi, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Dengan demikian Model TAM berasumsi bahwa seseorang yang menggunakan suatu teknologi pada umumnya bertujuan untuk memuaskan pemakainya atau memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri. Dengan kata lain, kunci utama penerimaan teknologi informasi oleh penggunanya adalah evaluasi dari penggunanya sendiri terhadap kegunaan teknologi tersebut.

### **2.1.3 Digital Payment**

Pembayaran digital (*Digital Payment*) yaitu suatu alat pembayaran dengan menggunakan sarana komunikasi elektronik, seperti *sms banking*, *internet banking*, dompet elektronik dan *mobile banking*. Tindakan tersebut hanya dapat diakses melalui *smartphone*. Salah satu inovasi dalam perkembangan transaksi pembayaran dari waktu ke waktu yaitu dengan hadirnya *digital payment*.

Era digital dimulai dengan munculnya internet dibuat pada tahun 1969 oleh Tim Berners-Lee seperti yang kita kenal sekarang yang memiliki kecanggihan pada halaman dan situs yang mudah ditemukan dan dapat berbagi informasi mengenai segala hal. Pada pertengahan tahun 1990an perdagangan elektronik mulai beralih menggunakan media internet.

Pada tahun 1983 perdagangan semakin berkembang, yaitu konsep uang elektronik yang dibuat oleh David Lee Chow yang mencetuskan ide dalam makalah penelitiannya tentang uang digital. Stanford Federal Credit Union pada tahun 1994, menjadi yang pertama dalam menawarkan layanan perbankan internet. Sebagian besar layanan

keuangan pada saat itu hanya menggunakan sistem pembayaran *mikro payment*. Sistem *mobile payment* terbit pada tahun 1998 dengan transaksi nirkabel yang disebut Paypal. Terbitan berbagai industri mobile payment diantaranya yaitu Apple Pay, Alipay, dan industri pembayaran seluler lainnya. Saat ini mobile payment sudah mendominasi sistem pembayaran di berbagai negara hingga di Indonesia. Sarana mobile payment di Indonesia diantaranya yakni Flip.id, GO-PAY, OVO, T-Cash, Mandiri E-Cash, DANA, I-Saku, Sakuku, Doku, dll.

Selain itu, keuntungan yang didapatkan dalam penggunaan digital payment yakni transaksi akan terjamin lebih aman, lebih mudah dan efisien, adanya kenyamanan saat melakukan transaksi, dapat digunakan pada berbagai layanan, dan transaksi akan lebih cepat. Dapat disimpulkan berdasarkan keterangan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa sistem teknologi informasi yang dijelaskan adalah berupa *e-Payment* yang mana dalam penggunaan *e-Payment* setiap individu memiliki pandangannya masing-masing yang bertujuan bahwa *e-Payment* merupakan kegiatan transaksi yang sangat positif sehingga pengguna dapat mempercayai proses transaksi melalui jaringan internet karena keamanannya terjamin dan mudah untuk digunakan serta jika melakukan pembayaran dengan menggunakan *e-Payment* pengguna dapat lebih efisien jika dibandingkan dengan pembayaran tradisional.

#### 2.1.4 e-Payment

Definisi *Electronic Payment (e-Payment)* yaitu suatu aktivitas transaksi sebagai alat pembayaran yang sah terhadap layanan publik, pelaku bisnis, maupun pada suatu bank melalui suatu sistem teknologi internet menurut Sumanjeet pada Ming-Yen Teoh *et al.* (2013). Menurut Pei *et al* (2015) definisi *Electronic Payment (e-Payment)* adalah suatu aktivitas transfer pada orang lain melalui suatu sistem pada jaringan internet sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dari jarak jauh.

Pengaruh sikap pengguna memiliki hubungan terhadap persepsi pengguna pada *e-Payment* dan dinilai signifikan yang telah diterbitkan pada studi Abrazhevich dalam Ming-Yen Teoh *et al.* (2013). Menurut Abrazhevich dalam tujuan teknologi memiliki pengaruh terhadap persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) serta pada antar pengguna yang terkait dalam penggunaan *e-Payment*.

Dalam cara kerja sistem transaksi online menggunakan *e-Payment* yaitu pembeli dan penjual tidak saling bertatap muka yang menyebabkan faktor keamanan akan sangat mempengaruhi nilai kepercayaan konsumen terhadap penggunaan suatu sistem transaksi online. Jika dibandingkan dengan cara pembayaran tradisional, penjual dan pembeli memiliki cara kerja bertatap langsung sehingga dalam sistem keamanan penjual tidak ada kesempatan untuk melakukan penipuan terhadap konsumen yang membuat konsumen mudah untuk mempercayai proses transaksi secara tatap muka. Dalam pembayaran menggunakan *e-Payment* terdapat beberapa jenis pembayaran yang termasuk dalam kategori *e-Payment* sebagai berikut:

1. *Electronic-Cash* yaitu jenis transaksi dengan nilai uang yang terdapat dalam sistem perbankan atau penukaran mata uang elektronik sehingga dapat melakukan transaksi secara elektronik.
2. *Prepaid Card* (kartu pra-bayar) yaitu jenis transaksi dengan melakukan pembayaran di awal sehingga pengguna dapat melakukan isi ulang kartu dengan jumlah tertentu. Setelah melakukan transaksi menggunakan kartu tersebut maka nilai dari kartu yang sudah diisi ulang akan menurun sejumlah nilai barang yang sudah dibeli.
3. Kartu debit yaitu jenis transaksi dengan nilai saldo positif yang dipertahankan sehingga ketika melakukan transaksi menggunakan kartu debit maka nilai saldo yang ada di kartu tersebut dikurang berdasarkan nilai transaksi yang telah dilakukan.
4. Kartu kredit yaitu merupakan jenis transaksi sebagai alat pengganti uang tunai dengan menggunakan kartu yang telah diterbitkan oleh bank dan melakukan pembayaran tagihan di akhir. Nasabah akan lebih mudah dalam melakukan transaksi yang akan dibayar pada tanggal jatuh tempo yang telah disepakati.
5. *Electronic Check* yaitu jenis transaksi yang dilakukan secara elektronik untuk melakukan transaksi yang tertunda antara bank pembeli dan bank penjual yang dikeluarkan dalam bentuk cek elektronik.

Pelaksanaan pembayaran elektronik melibatkan empat pihak: terlibat, yaitu emiten (bank atau non-bank), konsumen, penjual dan Regulator (pemerintah), ada beberapa cara dalam pembagian hasil kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pembayaran elektronik, seperti biaya transaksi, biaya iklan, biaya pendaftaran, dan lain-lain (Agung, 2009). Adapun kondisi dalam penggunaan *e-Payment* di Indonesia meliputi:

1. Kondisi keamanan



Kejahatan internet di Indonesia kini sudah menduduki tingkat tertinggi yang mengakibatkan masyarakat memiliki anggapan bahwa kejahatan *Cyber* sangat mempengaruhi kurangnya kepercayaan dalam penggunaan *e-Payment* di Indonesia.

## 2. Kondisi Pendidikan

Indonesia memiliki intensitas dalam tingkat Pendidikan masih cukup rendah jika dibandingkan dengan negara maju lainnya. Seperti pada negara Jepang memiliki jumlah total dalam menempuh pendidikan selama 15 tahun, pada Amerika memiliki jumlah total dalam menempuh pendidikan selama 16 tahun sedangkan di Indonesia hanya menempuh pendidikan dengan total selama 11 tahun. Dari kesimpulan yang didapatkan maka sudah jelas Indonesia tertinggal dalam menempuh pendidikan.

## 3. Kondisi ekonomi

Pada tingkat pendidikan jika memiliki kesejahteraan maka akan sangat mungkin mereka dapat mengakses teknologi dengan mudah sehingga akan meningkatkan pilihan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran. Begitu juga sebaliknya jika terdapat masyarakat yang kurang mampu maka mereka tidak dapat mengakses teknologi secara mudah. Sedangkan di Indonesia masih banyak sekali masyarakat yang kurang mampu sehingga akan tertinggal dalam suatu inovasi teknologi terbaru.

## 4. Pengguna telepon seluler

Diketahui dalam data Kementerian Komunikasi dan Informatika yang telah diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penggunaan telepon seluler yang terkoneksi di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 355,62 juta sedangkan pada tahun 2022 meningkat hingga mencapai 370,1 juta. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang ada di Indonesia yaitu 275,77 juta jiwa, dapat diartikan bahwa hampir semua penduduk di Indonesia sudah memiliki telepon seluler sehingga memungkinkan untuk dapat mengakses internet dengan mudah. Selain itu, saat ini sudah banyak layanan wifi publik yang diberikan secara gratis oleh pemerintah Indonesia pada suatu tempat tertentu seperti pada taman kota, mall, dan lain-lain.

## 5. Pengguna kartu ATM debit dan Kredit

Kartu kredit yang sudah beredar di Indonesia pada tahun 2022 saat ini mencapai 16,58 juta unit. Pada tahun ini jumlah edaran kartu kredit naik 0,84% lebih banyak dari tahun sebelumnya 2021 yaitu sebesar 16,56 juta kartu kredit yang tersebar. Sedangkan

pada penggunaan kartu debit di Indonesia jauh lebih banyak dari penggunaan kartu kredit pada tahun 2022 yaitu sebesar 586,71 juta, jumlah ini menurun dari penggunaan kartu debit pada tahun 2021 yang mencapai 626,92 juta.

Dalam penggunaan transaksi online (*e-Payment*) terdapat beberapa kelemahan sebagai berikut:

- a. Dalam sistem keamanan baik itu keamanan transaksi, keamanan data pada suatu platform menjadi ketakutan terbesar dalam melakukan transaksi online, sehingga menyebabkan kecemasan pada saat melakukan pembayaran secara *online*.
- b. Adanya celah untuk *hackers* melakukan kejahatan baru melalui sistem online.
- c. Pengetahuan tentang Teknologi Informasi di Indonesia masih sangat minim, sehingga dapat mempersulit seseorang yang tidak mengerti sistem Teknologi Informasi.
- d. Terbatasnya fasilitas pada perusahaan telekomunikasi di Indonesia, serta memiliki nilai jual yang relatif tinggi.
- e. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang tidak memiliki akses terhadap internet.

### 2.1.5 Flip.id

Flip merupakan aplikasi transfer uang antar bank gratis yang berasal dari Indonesia yang berdiri melalui PT. FLIP Tech Lentera Inspirasi Pertiwi. Saat ini Flip memasuki dalam daftar Forbes Asia 30 Under 30 tahun 2021. Pada tahun 2021, Forbes menerbitkan daftar 30 anak muda di bawah 30 tahun di Asia. Dari daftar yang diterbitkan, Forbes juga memasukkan beberapa anak muda Indonesia di bawah 30 tahun yang dianggap mampu membuat terobosan, salah satunya adalah FLIP oleh Rafi Putra Arriyan yang menjabat sebagai Co-founder bersama kedua temannya Luqman Sungkar dan Ginanjar Ibnu Solihin, mereka merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer pada Universitas Indonesia. Platform transaksi online Flip.id masuk dalam kategori Finance & VC.

Dikutip dari Forbes, Flip dimulai pada tahun 2015 dengan tiga orang yang berasal dari perguruan tinggi yang sama untuk saling mentransfer dana hanya dengan biaya yang minim. Saat ini Flip berkembang menjadi aplikasi keuangan yang memungkinkan individu dan bisnis mentransfer dana antar bank dengan tanpa biaya dan memiliki fitur yang cukup lengkap. Flip sudah digunakan oleh jutaan orang di Indonesia, dengan posisi

kesuksesan saat ini, Flip telah dapat menarik dana dari Sequoia India dan Insignia Venture Partners Singapura.

Berdasarkan halaman resmi Flip, Flip adalah aplikasi untuk melakukan berbagai transfer bank, mengirim uang ke luar negeri, membeli pulsa dan paket data, token listrik, dan mengisi saldo e-wallet secara gratis. Cara kerja Flip yaitu pengguna hanya memulai dengan melakukan transfer ke akun Flip yang sama di bank mereka. Flip kemudian akan mentransfer uang pengguna ke rekening target menggunakan bank yang sama dengan rekening target. Harap dicatat bahwa Flip tidak dapat secara otomatis mendebit akun pengguna. Oleh karena itu, pengguna masih perlu mentransfer uang ke akun Flip mereka melalui ATM/SMS Banking/Internet Banking/Mobile Banking dari bank yang sama dengan milik mereka. Dalam penggunaan harian Flip tidak membatasi frekuensi dalam transaksi setiap harinya, tetapi limit nominal transfer pada flip ke setiap pengguna adalah sebesar Rp 5 juta per hari. Apabila pengguna mentransfer melebihi limit yang sudah ditentukan, maka saat pengguna melakukan transaksi berikutnya akan dikenakan biaya admin sebesar Rp 2.500 pada setiap transaksi. Keuntungan yang didapatkan oleh flip yakni melalui penjualan produk digital yang tersedia pada Flip diantaranya yaitu pada pembelian pulsa, paket data, pengisian e-Wallet, token listrik dan lain-lain.

Kelebihan yang didapatkan dalam aplikasi *e-Payment* Flip, id yaitu mudah di download pada AppStore dan Playstore yaitu memiliki fitur-fitur yang tersedia seperti melakukan transfer antar bank-bank besar yang ada di Indonesia tanpa dikenakan biaya admin, penerima transaksi tidak perlu mendownload atau mendaftarkan data diri pada aplikasi Flip, saat pengguna sudah melakukan transfer melalui rekening Flip pihak Flip akan melakukan pengecekan nomor rekening penerima secara otomatis, Ketika transaksi sudah berhasil Flip akan mengirimkan bukti transfer melalui aplikasi Flip dan melalui email pengguna yang sudah terdaftar pada aplikasi Flip. Jika terdapat kesulitan dalam bertransaksi pengguna dapat menggunakan fitur in-app live chat yang bisa diakses 24 jam pada aplikasi Flip, data-data sensitif pengguna akan secara otomatis terenkripsi dengan memberikan keamanan ganda pada setiap data pribadi dalam Flip, pengguna dapat melakukan top-up e-Wallet dengan biaya yang sangat terjangkau seperti (Gopay, Dana, Link Aja, OVO). Pengguna juga dapat melakukan pembelian pulsa, Token Listrik, Paket data dengan biaya yang terjangkau pada fitur PPOB, Flip juga dapat melakukan transaksi kirim uang ke luar negeri dengan biaya yang terjangkau dan kurs bersaing, pada fitur Link

flip dapat membagikan Link yang dapat digunakan untuk menerima uang dari pengguna lain. Saat ini Flip sudah mendapatkan izin resmi dan sudah berlisensi dengan Bank Indonesia (BI) sehingga Flip sudah terjamin keamanannya sama dengan Bank-Bank besar di Indonesia.

### 2.1.6 Minat

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang memiliki keinginan untuk memilih produk sesuai dengan pengalaman memilih, penggunaan dan konsumsi atau rasa yang timbul setelah menginginkan produk tertentu. Keinginan konsumen dalam melakukan pembelian produk umumnya berbasis merek menurut Kotler dan Keller (2012:131). Minat merupakan dorongan untuk memperhatikan individu pada objek tertentu, seperti pekerjaan, objek, dan orang. Minat dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat suatu keputusan saat melakukan perilaku tertentu bagi seseorang sehingga kebutuhan dapat terpenuhi dan merasakan kepuasan (Davis, 1989).

Menurut Jogiyanto (2007) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap Minat sesuatu. Istilah minat sendiri merupakan terminology aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (force) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.

### 2.1.7 Kemudahan

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi tertentu akan mudah (Mathieson: 1991). Menurut Nasution (2004) mendefinisikan bahwa tingkatan penggunaan dan mempengaruhi hubungan antara pengguna terhadap sistem, selain itu juga dapat memberikan kemudahan dalam pemakaiannya.

Menurut Jogiyanto (2007: 115) Kemudahan memiliki definisi bahwa sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan lebih praktis. Mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah dimengerti, dengan pengoperasian sederhana dan mudah (Jogiyanto, 2007: 129).

Bersumber pada pengertian di atas dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan adalah sejauh mana intensitas seseorang meyakini penggunaan sistem tersebut tidaklah

sulit untuk dipahami dan hanya memerlukan sedikit usaha dari pemakainya untuk dapat menggunakannya. Pengertian persepsi kemudahan memberikan pemahaman bahwa jika teknologi mudah digunakan, maka pengguna cenderung akan menggunakan teknologi tersebut.

### **2.1.8 Persepsi Keamanan**

Menurut G. J. Simons, persepsi keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Menurut Park dan Kim (2006) pengertian keamanan dalam transaksi data dan jaminan dalam keamanan memiliki peran yang penting dalam membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang rentan bocor. Saat intensitas jaminan keamanan dapat diterima sehingga konsumen bersedia memberikan informasi pribadi mereka dan bertindak dengan rasa aman maka keamanan transaksi online adalah cara untuk menghindari serta dapat mendeteksi penipuan dalam sistem informasi dan mencegah informasi diketahui oleh orang lain yang dapat menyebabkan kerugian, maka keamanan penggunaan harus diperhatikan.

Penyebab berbagai macam kejahatan identitas individu atau organisasi di dunia internet dapat dengan mudah dipalsukan adalah dengan tingkat keamanan yang rendah. Oleh karena itu, informasi yang memadai dan tersedia untuk konsumen dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dalam menggunakan teknologi informasi. Sistem keamanan yang diperhatikan oleh penyedia pembayaran elektronik *e-Payment* akan memungkinkan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan terlihat atau disalahgunakan oleh orang lain yang menyebabkan kejahatan dan masalah keamanan. Hal tersebut dapat menentukan bagi pengusaha dalam melakukan transaksi secara online dan tidak perlu melakukan transaksi pembayaran secara tatap muka. Hal ini perlu diperhatikan dari segi keamanan bertransaksi agar semakin banyak konsumen yang merasa aman maka mereka akan lebih percaya diri dan mau menggunakan sistem teknologi tersebut.

### **2.1.9 Manfaat**

Definisi manfaat yang dikemukakan oleh Dennis Mc Quail dan Sven Windahl, yaitu manfaat merupakan harapan sama artinya dengan explore (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima). Menurut Adam, et.al dalam Permana dkk (2012:51) bahwa pengertian kemanfaatan menjadi intensitas keyakinan seseorang bahwa dalam meningkatkan keberhasilan kerja manusia dapat menggunakan subyek tertentu.

Menurut Thompson et al dkk. dalam Permana (2012:51) keuntungan yang signifikan adalah penggunaan teknologi informasi harapan pengguna dari implementasi teknologi informasi karyanya Pengukuran persepsi manfaat ini didasarkan pada frekuensi penggunaan dan berbagai aplikasi yang diimplementasikan.

Menurut Permana (2012:52) untuk mengetahui persepsi manfaat penggunaan teknologi informasi dari kepercayaan pengguna teknologi informasi untuk mengambil keputusan tentang adopsi teknologi informasi, dengan keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi memberikan kontribusi positif bagi pengguna.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Singgih Priambodo, Bulan Prabawani (2016) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)” dengan variabel independennya adalah persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Ease of Use*), persepsi risiko (*perceived Risk*). Sedangkan variabel dependennya adalah Minat menggunakan layanan uang elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi kemudahan dalam penggunaan dan risiko yang dirasakan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik di kalangan pengguna uang elektronik perkotaan di Semarang. Dapat dilihat bahwa para pengguna uang elektronik mendapatkan berbagai manfaat dari layanan uang elektronik, maka pengguna akan senang menggunakan layanan *e-Payment*. Hal ini secara langsung dapat dilihat akan mempengaruhi minat dalam penggunaan layanan uang elektronik. Di sisi lain, jika pengguna menganggap *e-money* tidak membawa manfaat apapun baginya, maka ia tidak tertarik menggunakan *e-money* karena ada berbagai pilihan alat transaksi lainnya. Dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan yang dirasakan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya.

Hasil dari penelitian ini yaitu pada persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi minat penggunaan layanan uang elektronik. Pada persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi minat penggunaan layanan uang elektronik. Pada persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan uang elektronik. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam penggunaan layanan uang elektronik pada masyarakat kota Semarang. Ketika layanan uang elektronik memberikan banyak manfaat dan kemudahan maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam penggunaan layanan uang elektronik.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada variabelnya, yaitu sama-sama meneliti dengan menggunakan variabel dependen minat serta menggunakan variabel independen persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat. Serta objek dalam penelitian ini adalah sama-sama berada di bidang fintech (*Financial Technology*). Dalam penelitian ini peneliti akan mengubah objek penelitian *e-Payment* dengan menggunakan aplikasi Flip.id. Tujuan peneliti mengubah objek penelitian ini untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan *e-Payment* Flip.id, persepsi manfaat dan persepsi keamanan dalam penggunaan *e-Payment* Flip.id akan mempengaruhi minat orang tua mahasiswa di Yogyakarta dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Putri Cahyani (2020) dengan judul “Membangun *Engagement* Melalui Platform Digital (studi kasus Flip sebagai start-up Fintech). Penelitian ini merupakan studi deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pengumpulan data dilakukan melalui (1) *website* dan *social media monitoring* dan (2) wawancara mendalam. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melakukan studi tentang bagaimana Flip sebagai start-up local di bidang FinTech membangun digital engagement melalui berbagai aktivitas Public Relations di berbagai platform.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada konten yang terdapat pada semua media sosial Flip yaitu terdapat *Branding* BIG Flip yang mana BIG Flip adalah sebuah fitur yang ditujukan untuk para pengusaha sebagai solusi transfer pada perusahaan, di media sosialnya pun terdapat pengumuman bahwa akan diselenggarakan berbagai acara

yang akan diluncurkan oleh Flip salah satunya ketika akan diadakan *giveaway* dan mengumumkan pemenangnya melalui sosial media Flip. Adanya informasi untuk lowongan pekerjaan pun dilakukan penyebaran salah satunya menggunakan sosial media Flip dengan dijelaskannya kriteria yang memenuhi untuk lowongan pekerjaan tersebut, Selanjutnya pada sosial media Flip diberikan pengumuman sistem *update* dan penjelasan tentang fitur-fitur apa saja yang tersedia pada versi yang terbaru. Dalam social media Flip juga sering kali memberikan informasi edukasi mengenai financial seperti bagaimana cara menabung yang menghasilkan banyak keuntungan dan lain-lain, melakukan *polling hashtag* dalam sosial media Flip juga sering dilakukan untuk menarik konsumen sehingga akan menggunakan Flip, dan yang terakhir Flip melakukan interaksi pada pengikutnya di sosial media mereka terutama pada platform Twitter, namun pada sosial media lainnya Flip kurang mengadakan interaksi terhadap pengikutnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Athiyah Anisa Putri (2020) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Majelis Taklim Hayatul Imi Surabaya Terhadap Minat Menggunakan Flip.Id Dengan Perspektif Hifdzul Mal” Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini termasuk penelitian dengan hubungan menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mencapai *masalah hifdzul mal* yang mana harus melakukan komitmen dalam kesepakatan bertransaksi untuk menikmati kemanfaatannya.

Hasil dari penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan dan perspektif *Hifdzul mal* tidak adanya pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan Flip.id kepada Majelis Taklim Hidayatul Ilmi di Surabaya. Sedangkan pada persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan Flip.id pada Majelis Taklim Hidayatul Ilmi di Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Yani, Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia, Ari Puspita (2018) program studi jurusan Informatika Fakultas Teknologi Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri, program studi jurusan Informatika Fakultas Teknologi Informasi Universitas Bina Sarjana Informatika, dan program studi jurusan Informatika Fakultas Teknologi Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Antar Bangsa pada tahun 2018 yang berjudul “ Pengaruh



Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model “ Variabel Dependennya adalah minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-payment* pada aplikasi flip. Variabel Independen pada penelitian ini yaitu persepsi kemudahan, persepsi keamanan informasi, persepsi manfaat. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan internet banking terhadap persepsi kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah Bank BRI. Semakin banyak manfaat yang dirasakan para nasabah, maka akan mempengaruhi persepsi kemudahan bagi nasabah setiap bertransaksi menggunakan internet banking. Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data dengan kuesioner secara random sampling sebanyak 104 responden nasabah BRI dengan menggunakan skala Likert, pengujian data melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, uji regresi dan koefisien determinasi dan pengolahan kuesioner dengan SPSS.

Hasil dari penelitian ini yaitu pada persepsi kemanfaatan terhadap persepsi kemudahan penggunaan internet banking berpengaruh signifikan positif bagi nasabah. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan internet berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan internet bagi nasabah BRI KCP Unit Jagakarta. Jika banyak manfaat yang didapatkan saat penggunaan internet banking maka akan mempengaruhi persepsi kemudahan dalam melakukan transaksi bagi nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Andrew Gunawan (2014) dengan judul “Aplikasi *Technology Acceptance Model* Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Internet Banking*”. Teori yang digunakan yaitu *Technology Acceptance Model*. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat seorang nasabah untuk mau menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Perbankan berupa Internet Banking dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Bank central Asia di kota Palembang menggunakan *Internet Banking*. Penelitian ini ditemukan adanya fenomena bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara tidak langsung yang disebabkan oleh faktor demografis karena adanya perbedaan tempat dan waktu dalam penelitian sehingga terdapat perbedaan hasil penelitian. Apabila sikap para nasabah BCA cenderung positif maka akan meningkatkan minat nya dalam

menggunakan internet banking dan ingin beradaptasi dalam Sistem Informasi Akuntansi. Namun pada persepsi kegunaan pada nasabah BCA kota Palembang ditemukan tidak adanya pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap minat penggunaan internet banking, hanya memiliki pengaruh positif secara tidak langsung pada persepsi sikap.

Penelitian yang dilakukan oleh Made Wahyu Adhiputra (2015) dengan judul “Aplikasi *Technology Acceptance Model* Terhadap Pengguna Layanan *Internet Banking*”. Bank mencoba mengubah metode tradisional dan mengadopsi teknologi baru (*internet banking*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi nasabah perbankan di Kuta, Bali terhadap sikap dan adopsi layanan *internet banking*. Data analisis menggunakan *Structural positif dan Equation Model (SEM)* dengan program software AMOS serta SPSS.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan pada hasil uji hipotesis bahwa *perceive ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using internet banking* berdasarkan persepsi kemudahan dalam penggunaan *internet banking* yang dapat meringankan para pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *e-Money*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan populasi masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan metode pengambilan sampel melalui penyebaran kuesioner melalui aplikasi *google form* sehingga peneliti menyebarluaskan link kepada responden melalui *whatsapp* dan *Instagram*.

Hasil dari penelitian ini yaitu pada persepsi kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat dalam penggunaan *e-money*, namun dalam persepsi fitur layanan tidak memiliki pengaruh terhadap niat dalam penggunaan *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Salsabila dan Refi Rifaldi Windya Giri dengan judul “Peta Positioning Uang Elektronik Berdasarkan Persepsi Masyarakat di Indonesia Tahun 2017”. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data multidimensional

scaling. Penelitian ini dilakukan pada lima objek yaitu pada *e-money*, Flazz, BCA, BRIZZI, Rekening Ponsel, dan *Tapcash* BNI.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil peta positioning pada masyarakat pengguna uang elektronik dan bukan pengguna uang elektronik memiliki persepsi kemiripan terhadap uang elektronik yakni pada merek Flazz BCA dan Mandiri e-money, begitu juga dengan merek BRIZZI dan Tapcash BNI memiliki kemiripan yang tinggi. Pada persepsi keamanan merek yang dianggap para pengguna uang elektronik memiliki tingkat keamanan yang tinggi yaitu pada merek Mandiri e-money dan pada yang bukan pengguna uang elektronik memilih Flazz BCA yang memiliki keunggulan dalam sistem keamanan. Sedangkan pada persepsi kecepatan transaksi pengguna uang elektronik memilih merek Mandiri e-Money dan pada yang bukan pengguna uang elektronik memilih Flazz BCA. Pada persepsi atribut diskon dan promosi pengguna uang elektronik dan bukan pengguna uang elektronik memilih merek dagang yang sama yaitu pada Flazz BCA. Pada persepsi efisiensi pengguna uang elektronik lebih memilih merek Mandiri e-money dan pada yang bukan pengguna uang elektronik memilih merek Flazz BCA. Pada persepsi kemudahan isi ulang saldo uang elektronik pada pengguna memilih merek Mandiri e-money dan yang bukan pengguna uang elektronik memilih merek Flazz BCA. Terakhir pada persepsi merek yang paling banyak digunakan pada banyak merchant pada pengguna uang elektronik dan bukan pengguna uang elektronik memilih pilihan yang sama yaitu pada merek Flazz BCA.

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa dalam Menggunakan *e-Payment* Flip.id.**

Pengertian persepsi kemudahan adalah bagaimana kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi yang akan mempermudah hanya dengan usaha yang sangat minim (Jogiyanto, 2007:114). Davis dkk. (1989:320) selain itu juga definisi kemudahan adalah hal yang dirasakan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana para pengguna menganggap sistem teknologi akan menjadi lebih mudah digunakan tanpa adanya masalah yang mengganggu. Seberapa sering penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Menurut Davis (Lai, 2017), Definisi dari persepsi kemudahan penggunaan yaitu seperti intensitas usaha yang diharapkan pengguna untuk dapat menggunakan suatu sistem. Menurut Fatmawati (2015), indikator persepsi kemudahan yang dirasakan adalah mudah dipelajari, dapat dikelola, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah dikuasai dan mudah digunakan.

Minat merupakan salah satu peranan penting dalam aspek emosional dalam kehidupan manusia. Aspek afektif merupakan aspek yang mengidentifikasi dimensi perasaan yang mempengaruhi kesadaran emosional, karakter dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan perilaku seseorang. Dalam aspek afektif ini didalamnya terdapat tiga hal penting, yaitu (1) berkaitan dengan perasaan terhadap berbagai objek; (2) perasaan ini memiliki arah dari titik netral ke arah sebaliknya, dan juga tidak positif maupun negatif; (3) berbagai sensasi Intensitas mulai dari kuat hingga sedang hingga lemah (Azwar, 1988).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dikemukakan oleh Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) yang menemukan bahwa minat memiliki pengaruh positif dan signifikan ditentukan oleh preferensi terhadap aktivitas daripada aktivitas lainnya. Artinya, minat berkaitan dengan nilai-nilai yang memberi pilihan dalam hidup pada seseorang. Disaat seseorang menjadi lebih yakin bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan sedikit usaha, demikian pula minat orang tersebut ikut meningkat untuk menggunakan teknologi. Selain pada minat dalam menggunakan teknologi, kegunaan teknologi dalam persepsi masyarakat juga akan meningkat menjadi lebih baik.

*H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan e-Payment Flip.id.*

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan e-Payment Flip.id**

Pengertian manfaat menurut Davis dkk. (1989:320), yaitu adanya keyakinan akan kegunaan, sejauh mana pengguna percaya akan meningkatkan kinerja mereka dalam menggunakan teknologi/sistem. Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem informasi dapat meningkatkan performanya. Persepsi kemanfaatan adalah suatu keyakinan dalam proses

pengambilan keputusan. Saat seseorang merasa yakin dengan sistem informasi yang memiliki manfaat maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa sistem informasi tersebut tidak terlalu berguna, maka ia tidak ingin menggunakannya. Ada 6 elemen yang digunakan untuk menciptakan manfaat yang dirasakan menurut Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007:152) yaitu: (1) Bekerja lebih cepat (2) Prestasi kerja (3) Peningkatan produktivitas (4) Efisiensi (5) Mempermudah pekerjaan (6) bekerja.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap bagaimana pemikiran seseorang dalam kegunaan sistem terbaru yang akan memberikan manfaat kepada serta dapat menyederhanakan dan dapat meningkatkan upaya kerja mereka.

*H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa di Yogyakarta dalam menggunakan e-Payment Flip.id.*

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan e-Payment Flip.id**

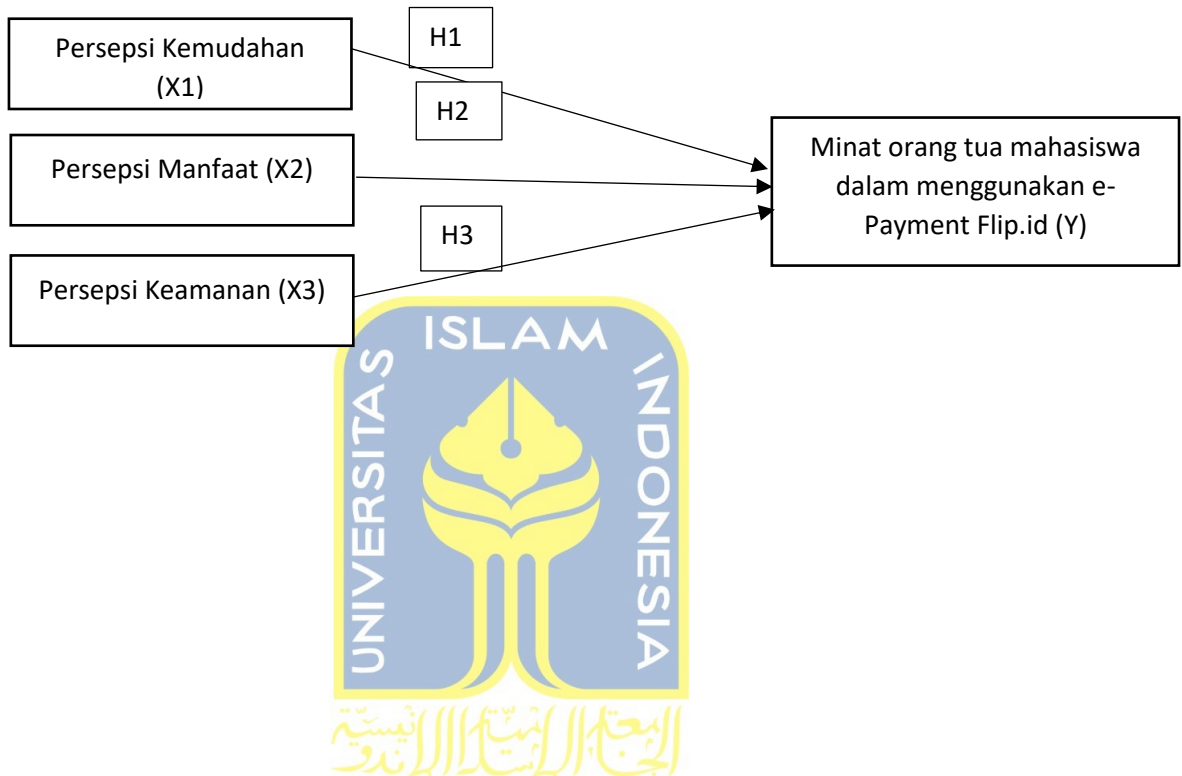
Definisi persepsi keamanan Menurut Rahardjo (2005) yaitu adanya pencegahan terhadap adanya penipuan (kecurangan) atau setidaknya adanya sistem untuk mendeteksi jika terdapat penipuan dalam sistem informasi yang mana informasi itu tidak memiliki arti fisik. Definisi persepsi keamanan menurut Ahmad dan Pambudi (2014) yaitu kemampuan dalam penyimpanan data dan informasi pelanggan dari penipuan dan pencurian online bisnis perbankan. Dalam kaitannya dengan perbankan *online* menurut Yousafzai (2003) ancaman keamanan adalah adanya serangan atau penyalahgunaan, baik transaksi jaringan dan transfer data terjadi melalui akses tidak sah ke akun yang diautentikasi secara palsu.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan serta memiliki peranan yang sangat penting dan memiliki dampak besar terhadap kepercayaan para pelanggan dalam minat penggunaan *mobile banking* sehingga memungkinkan pelanggan dapat merasa aman saat melakukan transaksi secara online. Persepsi keamanan akan menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pelanggan dalam penggunaan internet banking.

*H3: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa di Yogyakarta dalam menggunakan e-Payment Flip.id.*

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian yang dapat dideskripsikan untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini sebagai berikut:



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penjelasan *explanatory research* yang menekankan pada hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti dan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan (Singarimbun & Effendi, 1989). Peneliti menggunakan *explanatory research* karena penelitian ini akan meninjau hasil penelitian sebelumnya dan menunjukkan hubungan yang positif antara variabel independen dan dependen.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan data dalam bentuk numerik, kemudian dilakukan pengolahan dan dilakukan analisis untuk memperoleh informasi yang bersifat ilmiah di balik numerik tersebut (Martono, 2010). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu karena data yang diperoleh akan diolah menjadi angka-angka.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Definisi populasi yaitu domain umum yang didalamnya terdapat objek dan subjek dengan ketetapan yang dilakukan oleh peneliti dengan kualitas dan karakteristik tertentu agar mudah dipelajari sehingga dapat diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah orang tua mahasiswa yang aktif berkuliah di Yogyakarta.

Populasi tersebut menjadi pilihan dalam penelitian ini karena banyak orang tua mahasiswa yang dianggap kurang memiliki minat dalam menggunakan *e-Payment* pada berbagai aplikasi untuk kemudahan bertransaksi, mengetahui berbagai manfaat yang didapatkan saat menggunakan transaksi secara online, serta dalam beranggapan bahwa transaksi online merupakan transaksi yang aman terutama pada aplikasi *e-payment* yang sering digunakan yaitu Flip.id. Sedangkan pada mahasiswa di Yogyakarta umumnya sudah mengikuti perkembangan zaman sehingga lebih memilih untuk bertransaksi secara

online agar lebih memudahkan dan waktu yang digunakan lebih efisien. Peneliti tidak ada spesifikasi dalam instansi pendidikan manapun di Yogyakarta, penelitian ini bersifat umum untuk orang tua mahasiswa aktif di Yogyakarta dari mulai Angkatan 2017 hingga Angkatan 2021.

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Dalam mengefisiensi waktu dan biaya pada penelitian ini peneliti melakukan pengambilan sampel dan tidak semua orang tua mahasiswa menjadi objek dalam penelitian ini. Sugiyono (2007) mendefinisikan bahwa sampel adalah jumlah dan karakteristik yang merupakan bagian populasi

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Incidental Sampling*. *Incidental Sampling* adalah metode dalam pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu dalam setiap pertemuan acak peneliti dapat menggunakan sampel tersebut jika orang yang ditemui secara acak cocok sebagai sumber data. Saat ukuran sampel sudah terpenuhi maka peneliti dapat menghentikan pengumpulan datanya (Sugiyono, 2007).

### 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang mana data akan diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi atau subyek penelitian (Situmorang & Ginting 2010). Penelitian survei akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer yang digunakan adalah kuesioner atau angket (Khoiri, 2017). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dan metode pengumpulan data peneliti sebarakan melalui distribusi online kepada responden.

Penelitian ini mengadopsi teori yang dikembangkan oleh Hair et al. (2009) yang menyarankan bahwa besarnya ukuran sampel yaitu minimal sebesar 5 kali dari rasio jumlah variabel atau lebih besar yaitu memiliki perbandingan 10:1 yang berarti 10 x jumlah variabel. Maka daripada itu menurut (Hair et al., 2009) ukuran sampel tidak kurang dari 50 atau lebih baik dari 100. Teori yang digunakan oleh penulis memutuskan bahwa ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah hingga 118 responden dari populasi umum yang berpartisipasi dalam penelitian ini.



### 3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2007) adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang diidentifikasi oleh seorang peneliti untuk memperoleh informasi dalam hal tersebut dan kemudian menarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi:

#### 3.4.1 Variabel Dependen (Y)

##### A. Minat Orang Tua Mahasiswa Dalam Menggunakan *e-Payment* Flip.id

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-payment* pada aplikasi flip.

Minat dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id merupakan suatu keinginan atau ketertarikan dalam menggunakan sistem pembayaran secara online yang dipacu atas dasar keinginan dari dalam diri sendiri maupun berdasarkan faktor eksternal.

Dalam penelitian ini menggunakan indikator yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) sebanyak 2 pertanyaan, Davis (1989) sebanyak 1 pertanyaan, Belanger & Carter (2008) sebanyak 3 pertanyaan, dan Akour (2010) sebanyak 1 pertanyaan yaitu menggunakan 5 indikator yang diukur dengan menggunakan skala likert dalam rentang nilai 1-5, pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Pertanyaan Kuesioner Variabel Minat**

No.	Pertanyaan
1	Saya berniat untuk tetap menggunakan Flip.id dimasa yang akan datang.
2	Saya akan selalu berusaha menggunakan Flip.id di keseharian saya.
3	Saya berencana untuk tetap menggunakan flip.id sesering mungkin
4	Saya akan sering menggunakan Flip.id dimasa yang akan datang.
5	Saya akan menghubungkan akun bank saya dengan Flip.id.

6	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan Flip.id.
7	Menurut saya, Flip.id layak untuk digunakan.

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id, dalam penelitian ini tidak ada spesifikasi dalam instansi Pendidikan, dalam penelitian ini bersifat umum dan secara acak.

### 3.4.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen menurut (Sugiyono, 2007) adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menyebabkan variabel terikat berubah atau terjadi. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan.

#### a) Persepsi Kemudahan (X1)

Dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan. Jika peserta percaya pada teknologi yang ada dan kemudahan dalam penggunaan, mereka akan tertarik dalam penggunaan teknologi tersebut. Di sisi lain, jika mereka mengalami kesulitan dalam memahami teknologi peserta tidak akan menggunakan teknologi informasi tersebut. Selain itu, faktor yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan teknologi menurut Panggih Rizki Dwi Istiarni (2014: 19-20), dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

Faktor pertama berpacu pada teknologi yang ada, Teknologi bernilai baik akan digunakan secara konstan karena terdapat banyak kemudahan bagi pengguna saat menggunakan teknologi tersebut. Misalnya penggunaan teknologi serupa akan memberikan kemudahan dalam pengalaman para pengguna teknologi.

Faktor kedua yaitu pada reputasi teknologi yang didapatkan oleh pengguna. Ketika pengguna mendengar reputasi yang baik maka pengguna akan meningkatkan kepercayaan mereka atas kemudahan dalam penggunaan teknologi.

Faktor ketiga adanya mekanisme dukungan akan memberikan pengaruh terhadap persepsi pengguna kepercayaan dalam mekanisme dukungan akan menyebabkan

pengguna merasa nyaman dan tenang serta percaya bahwa ada mekanisme dukungan yang dapat diandalkan apabila adanya permasalahan dalam penggunaan teknologi dan memiliki arah yang lebih positif terhadap persepsi pengguna.

Pada seseorang yang memiliki kepercayaan terhadap kemudahan penggunaan teknologi akan dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan indikator pertanyaan yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Phonthanakitithaworn et al., (2016) sebanyak 2 pertanyaan dengan menggunakan 5 indikator yang diukur oleh skala likert dalam rentang nilai 1-5. Pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Kemudahan**

No.	Pertanyaan
1.	Saya percaya bahwa layanan-layanan Flip.id atau pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran mudah digunakan.
2.	Saya percaya bahwa saya akan mudah menemukan cara menggunakan layanan-layanan Flip.id atau pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran.

#### **b) Persepsi Manfaat (X2)**

Pengertian persepsi manfaat menurut Wibowo (2006) adalah suatu ukuran teknologi dimana orang percaya bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi yang menggunakannya. Menurut Adamson dan Shine (2003) menjelaskan bahwa persepsi manfaat sebagai konsep akan meningkatkan kinerja seseorang dalam penggunaan teknologi.

Persepsi manfaat dapat mempengaruhi persepsi kemudahan, tetapi persepsi kemudahan tidak dapat mempengaruhi persepsi manfaat. Pengguna sistem akan menggunakan sistem tersebut apabila memiliki manfaat yaitu apakah sistem berfungsi dengan baik (Jogiyanto, 2007).

Dikutip dari Bank Indonesia, ada beberapa manfaat pada perekonomian dalam penggunaan alat pembayaran non tunai yaitu semakin bertambahnya intensitas kepuasan konsumen saat melakukan transaksi pembayaran hanya dengan membawa sedikit uang tunai, dapat menekan biaya pengelolaan rupiah dan *cash landing*, dapat meningkatkan kecepatan transaksi dalam transparansi transaksi, serta pencatatan transaksi akan lebih lengkap dan lebih akurat.

Dalam penelitian ini menggunakan indikator pertanyaan yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Cut Nurul A'la (2021) sebanyak 3 pertanyaan dengan menggunakan 5 indikator yang diukur oleh skala likert dalam rentang nilai 1-5. Pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Manfaat**

No	Pertanyaan
1.	Saya merasakan efek yang signifikan setelah menggunakan Flip.id.
2.	Saya merasakan Flip.id memiliki banyak manfaat dalam penggunaan untuk bertransaksi di Flip.id.
3.	Saya merasa Flip.id dapat meningkatkan kinerja pengguna.

### c) Persepsi Keamanan (X3)

Definisi keamanan menurut Park dan Kim (2006) yaitu sebagai kemampuan verifikasi dan pertahanan keamanan transaksi data. Selain itu, menurut Park dan Kim keamanan dan kerahasiaan data menjamin dalam pengembangan untuk mengurangi masalah keamanan konsumen serta penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang rentan.

Keamanan merupakan sebuah aspek penting dari sistem informasi perbankan serta tujuan dibuatnya sistem keamanan bank elektronik adalah untuk mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari risiko aktivitas ilegal. Persepsi keamanan nasabah merupakan faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan e-banking.

Dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan adalah kemampuan untuk mengontrol atau mencegah informasi rahasia pengguna atau perlindungan data dari penipuan atau bahkan pencurian internet banking. Dalam ATM (*Automatic Teller*

*Machine*) terdapat pengamanan untuk perlindungan data nasabah saat melakukan bertransaksi.

Dalam penelitian ini menggunakan indikator pertanyaan yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Cheng et al., (2006) sebanyak 4 pertanyaan dengan menggunakan 5 indikator yang diukur oleh skala likert dalam rentang nilai 1-5. Pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Pertanyaan Kuesioner Variabel Persepsi Keamanan**

No.	Pertanyaan
1.	Saya merasa informasi yang terkait dengan transaksi pengguna dan sistem Flip.id adalah aman.
2.	Saya merasa bahwa Flip.id merupakan sistem yang aman.
3.	Informasi yang saya berikan pada sistem Flip.id sebelumnya sangat membantu untuk transaksi pembayaran yang aman.
4.	Saya tidak khawatir akan serangan hacker dalam sistem Flip.id.

### 3.4.3 Pengukuran Variabel

Variabel-variabel tersebut kemudian dikembangkan menjadi pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini dengan di modifikasi menjadi lima pilihan jawaban yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 5 Skor Skala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Penelitian ini terdapat lima pilihan jawaban karena seringkali ditemukan responden yang netral dalam memilih *e-Payment* Flip.id tersebut, terutama bagi responden yang masih belum terlalu mengerti cara menggunakan *e-Payment* Flip.id.

### 3.5 Metode Analisis Data

### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan data sampel atau populasi yang memberikan gambaran kepada suatu objek yang diteliti sebagaimana adanya, dengan tidak dilakukannya analisis dan pembuatan kesimpulan serta memiliki sifat umum (Sugiyono, 2007). Penelitian ini menggunakan alat uji pada SPSS (*Software Statistical Package for Social Science*).

Beberapa cara yang dilakukan dalam penyajian data statistik antara lain sebagai berikut:

1. Pictogram
2. Diagram Lingkaran
3. Tabel atau distribusi frekuensi
4. Grafik (garis & batang)
5. Tabel penjelasan pada mean, modus, median, dan varians.

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

Dalam uji kualitas data terdapat dua uji yang dilakukan untuk menguji data kuesioner serta melakukan pemeriksaan setiap pertanyaan yang telah diisi oleh responden sebagai alat pengukur efektifitas suatu data yaitu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas (Aziza, 2021). Penelitian ini menggunakan alat uji pada SPSS (*Software Statistical Package for Social Science*).

#### 3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui nilai validitas suatu item yang terdapat pada kuesioner untuk mencapai akurasi data pada objek data sehingga peneliti dapat mengumpulkan data tersebut. Valid artinya nilai angket pada kuesioner yang dapat digunakan sebagai alat pengukur akan suatu objek (Niffa, 2018). Penelitian ini menggunakan alat uji pada SPSS (*Software Statistical Package for Social Science*). Asumsi yang digunakan berdasarkan pernyataan yang dilakukan oleh Ghozali (2013) yakni sebagai berikut:

- a. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  atau jika koefisien korelasi  $r > 0,05$  maka dianggap valid atau diterima.
- b. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  atau jika koefisien korelasi  $r < 0,05$  maka dianggap tidak valid atau ditolak.

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah jika tanggapan seseorang terhadap kuesioner dianggap dapat diandalkan atau dapat dipercaya serta adanya konsistensi dari pernyataan atau stabil secara berulang sehingga dapat dikatakan jawaban dari pertanyaan tersebut reliabel (Ghozali, 2013). Dalam pengukuran reliabilitas akan disebut reliabel dengan menggunakan nilai signifikansi *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , namun jika nilai signifikansi *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka variabel atau jawaban dari item tersebut dinilai tidak reliabel. Penelitian ini menggunakan alat uji pada SPSS (*Software Statistical Package for Social Science*).

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik digunakan untuk menguji model apakah penelitian ini sesuai atau tidak dengan asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan jika penelitian memiliki beberapa variabel independen sehingga dilakukan uji asumsi klasik untuk menguji terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2016). Penelitian ini menggunakan alat uji pada SPSS (*Software Statistical Package for Social Science*). Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi keamanan (X3) sehingga dilakukannya uji asumsi klasik. Dalam uji asumsi klasik terdapat 3 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dirancang untuk mengasumsikan apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Sampel dalam uji normalitas dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Menurut Primashanti et al., (2017) Apabila nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan data terdistribusi tidak normal.

Berdasarkan jurnal IBM SPSS Exact Test (Cyrus R Metha dan Nitin R Patel) dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan Teknik Kolmogorov-Smirnov dengan menu *Monte-Carlo Signifikansi* dengan nilai standar deviasi 3 dan bukan menggunakan menu *Asymptotic Signifikansi*. Jumlah data yang dihasilkan dalam penelitian ini cocok menggunakan menu Monte-Carlo Signifikansi karena data tersebut diatas 30 responden.

### 3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan apabila dalam model regresi dapat ditemukan korelasi pada setiap variabel sehingga dilakukan uji multikolinearitas. Apabila tidak terdapat korelasi pada setiap variabel maka dianggap model regresi yang baik. Menurut Ghozali (2013) untuk menguji multikolinearitas dapat diketahui berdasarkan nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Dalam artian jika nilai angka VIF  $> 10$  dan nilai toleransi  $< 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa adanya multikolinearitas dalam variabel tersebut.

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian perbedaan variasi dan residual dalam suatu pengamatan dengan tipe regresi yaitu menggunakan uji heteroskedastisitas. Apabila dalam suatu pengujian data tidak ditemukannya heteroskedastisitas maka jenis regresi tersebut dinilai baik. Dalam penelitian ini dilakukan uji glejser serta melihat tingkat signifikansinya. Hasil data dinilai tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Tetapi, jika nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka data tersebut terjadi heteroskedastisitas.

## 3.5.4 Uji Hipotesis

### 3.5.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Jika nilai  $R^2$  besar mendekati 1 berarti kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi sehingga dapat diartikan bahwa dapat memberikan hampir semua informasi terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  kecil mengikuti arah 0 maka kontribusi variabel independen dianggap kecil terhadap variabel dependen dan hanya memiliki kemampuan yang terbatas dalam penjelasan variabel dependen (Setyawan & Iswanaji, 2019).

### 3.5.4.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh serta kekuatan hubungan terhadap beberapa variabel independen kepada variabel dependen maka dilakukan pengujian analisis regresi berganda (*multiple regression*). Penelitian dapat menggunakan regresi berganda jika variabel independennya lebih dari satu, maka pengujian analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini karena memiliki lebih dari satu variabel independen. Ada beberapa Langkah yang harus dilakukan menurut (Niffa, 2018) sebagai berikut:



a. Menghitung Persamaan Regresi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

e = error

$X_1$  = Persepsi kemudahan

$X_2$  = Persepsi manfaat

$X_3$  = Persepsi keamanan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji *goodness of fit* atau uji kelayakan model dirancang untuk mengukur seberapa tepat dalam menentukan nilai aktual yang dilakukan secara statistik dalam fungsi regresi. Dalam model *goodness of fit* dapat dilakukan pengukuran nilai statistik F untuk menunjukkan apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau 5%. Dalam penelitian ini menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Hadi (2004) jika nilai sig. F < 0,05 maka uji ini layak digunakan pada penelitian ini namun jika nilai sig. F > 0,05 maka uji model ini tidak layak digunakan dalam penelitian.

c. Uji Signifikansi dengan uji T (Uji Parsial Hipotesis)

Uji signifikansi dengan uji T dirancang untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T memiliki rumus sebagai berikut:

$$t_i = \frac{b_i}{SE.b_i}$$

Keterangan:

$t_i$  = t hitung

$b_i$  = Koefisien Regresi

SE = standar *error* regresi

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu berasal dari orang tua mahasiswa yang aktif berkuliah pada Universitas di Yogyakarta diantaranya yaitu Universitas Islam Indonesia, Universitas Teknologi Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Universitas Mercu Buana, Universitas Atma Jaya, Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Islam Sunan Kalijaga, Universitas Kristen Duta Wacana, Universitas Sanata Dharma, Universitas Janabadra, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN), Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Aisyiyah, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM, Sekolah Tinggi Multi Media (MMTC), mulai dari Angkatan 2017, 2018, 2019, 2020, hingga 2021. Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian tersebut dikarenakan orang tua mahasiswa yang masih aktif berkuliah akan sering melakukan aktifitas banking sebagai metode pembayaran beberapa aktifitas di perkuliahan seperti transfer antar bank maupun transfer sesama bank.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Hair et al. (2009) sampel yang digunakan minimal sebanyak 100 sampel. Data yang dikumpulkan yaitu melalui penyebaran kuesioner online melalui *google form* yang dilakukan pada 27 April 2022 sampai dengan 22 Juni 2022. Sampel yang didapatkan dari penyebaran kuesioner online tersebut berjumlah 118 responden, serta sampel yang bisa diolah sebanyak 118. Hasil dari pengumpulan data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner yang didapat	118	100%
2	Kuesioner yang diolah	118	100%

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	67	56.8%
Perempuan	51	43.2%
Total	118	100.0%

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang mendominasi yaitu responden yang memiliki jenis kelamin Laki-Laki yaitu sebesar 56.8% dari jumlah responden sebesar 67 sedangkan frekuensi pada responden yang memiliki jenis kelamin perempuan sebesar 43.2% dari jumlah responden sebesar 51.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
31-40 Tahun	7	5.9%
41-50 Tahun	39	33.1%
51-60 Tahun	72	61.0%
Total	118	100.0%

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa frekuensi paling besar terdapat pada rentang usia 51-60 tahun yang memiliki jumlah responden sebesar 72 dan nilai persentase 61.0%. Sedangkan frekuensi paling sedikit yaitu terdapat pada rentang usia 31-40 tahun yang memiliki jumlah responden sebesar 7 dan nilai persentase 5.9%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden orang tua mahasiswa yang menggunakan Flip.id memiliki usia 51-60 tahun.

#### 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan Angkatan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

Angkatan	Frekuensi	Persentase
2017	17	14.4%
2018	32	27.1%
2019	23	19.5%
2020	30	25.4%
2021	16	13.6%
Total	118	100.0%

berdasarkan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai frekuensi responden paling besar yaitu pada Angkatan 2018 yang memiliki jumlah frekuensi sebesar 32 responden dan nilai persentase 27.1%. Sedangkan frekuensi responden paling sedikit yaitu berada pada Angkatan 2021 yaitu sebesar 16 dengan nilai persentase sebesar 13.6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki mayoritas responden orang tua mahasiswa pada angkatan 2018.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan perguruan tinggi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi**

Asal Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
Universitas Islam Indonesia	21	17.8%
Universitas Teknologi Yogyakarta	8	6.8%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	21	17.8%
Universitas Gajah Mada	10	8.5%
Universitas Negeri Yogyakarta	5	4.2%
Universitas Pembangunan Veteran	1	0.8%
Universitas Mercu Buana	14	11.9%
Universitas Ahman Dahlan	14	11.9%
Universitas Islam Sunan Kalijaga	12	10.2%
Universitas Sanata Dharma	1	0.8%
Universitas Janabadra	2	1.7%
STIE YKPN	5	4.2%
STIKES AISYIYAH	1	0.8%
STIE AMIKOM	2	1.7%
MMTC	1	0.8%
Total	118	100.0%

Berdasarkan tabel 4. 5 dapat diketahui pada penelitian ini jumlah frekuensi paling banyak yaitu pada responden yang berasal dari Universitas Islam Indonesia dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki nilai frekuensi yang sama yaitu sebesar 21 dengan persentase 17.8%. Sedangkan jumlah frekuensi paling sedikit pada penelitian ini yaitu responden yang berasal dari Universitas Pembangunan Veteran, Universitas Sanata Dharma, STIKES Aisyiyah, dan MMTC memiliki nilai frekuensi yang sama yaitu sebesar 1 dan memiliki nilai persentase sebesar 0.8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran kuesioner pada penelitian ini mayoritas responden berasal dari Universitas Islam Indonesia dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

#### 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang Elektronik Dalam Sebulan

Berikut ini Karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan uang elektronik dalam sebulan:

**Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Uang Elektronik Dalam Sebulan**

Frekuensi Penggunaan E-Payment dalam sebulan	Frekuensi	Persentase
Setiap hari	10	8.5%
> 5x/ bulan	53	44.9%
1-3x/ bulan	26	22.0%
4-5x/ bulan	29	24.6%
Total	118	100.0%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi penggunaan paling banyak berada pada > 5x/ bulan dengan memiliki jumlah frekuensi sebesar 53 dan nilai

persentase sebesar 44.9%. Sedangkan nilai frekuensi paling rendah berada pada Setiap hari dengan nilai frekuensi 10 dan nilai persentase sebesar 8.5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan e-Payment dalam penelitian ini berada pada frekuensi  $> 5x/$  bulan.

#### 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Uji yang digunakan untuk mengidentifikasi atau mendeskripsikan gambaran terhadap suatu objek yang diteliti melalui sampel data yaitu uji statistik deskriptif. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *range* minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan (X1)	118	3.00	5.00	4.7034	.52801
Persepsi Manfaat (X2)	118	3.00	5.00	4.4237	.64592
Persepsi Keamanan (X3)	118	3.00	5.00	4.3983	.64238
Minat (Y)	118	3.00	5.00	4.5508	.57879
Valid N (listwise)	118				

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan (X1) menghasilkan nilai minimum sebesar 3.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling rendah atas pernyataan dalam perihal persepsi kemudahan sebesar 3.00. Nilai maksimum sebesar 5.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling tinggi atas pernyataan dalam perihal persepsi kemudahan sebesar 5.00. Nilai rata-rata dari persepsi kemudahan adalah 4.7034 yang memiliki arti bahwa seluruh responden yang memberikan jawaban dalam perihal persepsi kemudahan, memberikan penilaian rata-

- rata sebesar 4.7034. Standar deviasi 0.52801 yang memiliki arti jumlah variabel persepsi kemudahan dari ukuran penyebaran data yaitu sebesar 0.52801 dari 118 responden.
2. Variabel Persepsi Manfaat (X2) menghasilkan nilai minimum sebesar 3.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling rendah atas pernyataan dalam perihal persepsi manfaat sebesar 3.00. Nilai maksimum sebesar 5.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling tinggi atas pernyataan dalam perihal persepsi manfaat sebesar 5.00. Nilai rata-rata dari persepsi manfaat adalah 4.4237 yang memiliki arti bahwa seluruh responden yang memberikan jawaban dalam perihal persepsi kemudahan memberikan penilaian rata-rata sebesar 4.4237. Standar deviasi 0.64592 yang memiliki arti jumlah variabel persepsi manfaat dari ukuran penyebaran data yaitu sebesar 0.64592 dari 118 responden.
  3. Variabel persepsi keamanan (X3) menghasilkan nilai minimum yaitu sebesar 3.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling rendah atas pernyataan dalam perihal persepsi keamanan sebesar 3.00. Nilai maksimum sebesar 5.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling tinggi atas pernyataan dalam perihal persepsi keamanan sebesar 5.00. Nilai rata-rata dari persepsi keamanan adalah 4.3983 yang memiliki arti bahwa seluruh responden yang memberikan jawaban dalam perihal persepsi keamanan memberikan penilaian rata-rata sebesar 4.3983. Standar deviasi 0.64238 yang memiliki arti jumlah variabel persepsi manfaat dari ukuran penyebaran data yaitu sebesar 0.64238 dari 118 responden.
  4. Variabel Minat (Y) menghasilkan nilai minimum yaitu sebesar 3.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling rendah atau pernyataan dalam perihal minat sebesar 3.00. Nilai maksimum sebesar 5.00 yang memiliki arti bahwa seluruh responden memberikan penilaian paling tinggi atas pernyataan dalam perihal minat sebesar 5.00. Nilai rata-rata dari minat adalah 4.5508 yang memiliki arti bahwa seluruh responden yang memberikan jawaban dalam perihal minat memberikan penilaian rata-rata sebesar 4.5508. Standar deviasi 0.57879 yang memiliki arti jumlah variabel persepsi manfaat dari ukuran penyebaran data yaitu sebesar 0.57879 dari 118 responden.

### **4.3 Hasil Uji Kualitas Data**

#### **4.3.1 Uji Validitas**

Dalam uji validitas pada penelitian ini asumsi yang digunakan adalah jika koefisien korelasi  $> 0,05$  maka indicator pertanyaan dianggap valid. Dan apabila koefisien korelasi  $< 0,05$  maka indicator pertanyaan dianggap tidak valid. Nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) pada setiap item pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,915	Valid
		X1.2	0,885	Valid
2.	Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0,840	Valid
		X2.2	0,665	Valid
		X2.3	0,786	Valid
3.	Persepsi Keamanan (X3)	X3.1	0,716	Valid
		X3.2	0,759	Valid
		X3.3	0,555	Valid
		X3.4	0,760	Valid
4.	Minat (Y)	Y.1	0,783	Valid
		Y.2	0,697	Valid
		Y.3	0,771	Valid
		Y.4	0,812	Valid
		Y.5	0,747	Valid
		Y.6	0,677	Valid

Berdasarkan tabel 4.4, setiap variabel pada seluruh item pernyataannya memiliki nilai koefisien korelasi berada di atas 0,05. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur terhadap setiap variabel yang ada dalam penelitian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabel digunakan untuk mengukur derajat konsistensi stabilitas dalam setiap item pertanyaan apabila dilakukan secara berulang merupakan dimensi suatu variabel yang tersusun dalam kuesioner. Variabel dalam penelitian ini apakah reliabel atau tidak di nilai dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*, apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka variabel yang diuji bernilai reliabel, begitu juga sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha*  $<$

0,60 maka variabel yang diuji dapat dikatakan tidak reliabel. Berikut hasil dari masing-masing variabel yang terdapat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Chronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,762	Reliabel
2	Persepsi Manfaat (X2)	0,646	Reliabel
3	Persepsi Keamanan (X3)	0,619	Reliabel
4	Minat (Y)	0,838	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa seluruh variabel yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi keamanan (X3), minat (Y) memiliki nilai *Chronbach's Alpha* > 0,6. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bernilai reliabel.

#### 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian uji normalitas yang dilakukan yaitu menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansinya adalah 0,05. Jika nilai probabilitas signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05 maka data tersebut memiliki arti terdistribusi normal. Apabila nilai probabilitas signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov < 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak terdistribusi normal. Berikut hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.15567886
Most Extreme Differences	Absolute		.138
	Positive		.063
	Negative		-.138



Test Statistic			.138
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.18 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.015
		Upper Bound	.022
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> <p>d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.</p>			

Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan uji *Monte Carlo P Values*. Berdasarkan pada jurnal IBM SPSS Exact test, apabila banyak kumpulan data yang terlalu besar untuk di perhitungkan nilai *P Value* yang tepat tetapi tidak seimbang untuk hasil *Asymptotic Sig.* yang dapat di andalkan, peneliti bisa menggunakan uji *Monte Carlo Sig. (2-Tailed)* sebagai pengganti uji *Asymptotic Sig. (2-Tailed)*.

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat dikatakan dalam penelitian ini terdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov. Dikatakan terdistribusi normal karena nilai probabilitas *P-Value* yang ada pada kolom *Monte Carlo Sig. (2-Tailed)* atau dapat dibaca *Monte Carlo Significance 2-Tailed* adalah sebesar 0,18 yang dapat diketahui bahwa  $0,18 > 0,05$ .

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai toleransi nya (*Tolerance*). Apabila nilai  $VIF > 10,00$  dan nilai toleransi  $< 0,10$  menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yaitu dapat diartikan bahwa model regresi tersebut tidak baik. Berikut nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Persepsi Kemudahan (X1)	.714	1.401
Persepsi Manfaat (X2)	.687	1.455
Persepsi Keamanan (X3)	.630	1.588

Variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki nilai tolerance 0,714 yang mana dapat dipastikan  $> 0,10$  dan nilai VIF sebesar 1,401 yaitu  $< 10,00$ . Hal yang sama juga terjadi pada kedua variabel lainnya yaitu Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Keamanan (X3) memiliki nilai tolerance pada masing-masing variabel nya yaitu 0,687 dan 0,630 yang mana dapat dipastikan bahwa  $> 0,10$  dan nilai VIF pada masing-masing variabel sebesar 1,455 dan 1,588 dapat dipastikan juga bahwa nilai VIF  $< 10,00$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yang ada pada tabel tidak terdapat multikolinearitas.

#### 4.4.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan uji glejser yaitu apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat diartikan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikansi menunjukkan  $< 0,05$  maka dapat diartikan bahwa data tersebut terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.100
	Persepsi Kemudahan (X1)	.229
	Persepsi Manfaat (X2)	.430
	Persepsi Keamanan (X3)	.186

Berdasarkan pada tabel 4.8 nilai signifikansi dari variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 0,229 yang memiliki arti  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Persepsi Keamanan (X1) tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya pada variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai signifikansi 0,430 yaitu dapat disimpulkan bahwa  $> 0,05$  yang memiliki arti bahwa pada variabel Persepsi Manfaat (X2) tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Pada variabel Persepsi Keamanan (X3) memiliki nilai signifikansi 0,186 yaitu memiliki arti  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Persepsi Keamanan (X3) juga tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.5 Hasil uji Hipotesis

#### 4.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Berikut hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.488	2.18386
a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2)				
b. Dependent Variable: Minat (Y)				

Nilai R Square atau R<sup>2</sup> pada tabel 4.9 yaitu sebesar 0,501 yang memiliki arti bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,501 atau 50,1% sehingga variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Keamanan (X3) dapat memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel Minat (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 49,9% dipengaruhi oleh Variabel-Variabel diluar penelitian ini.

#### 4.5.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

##### 4.5.2.1 Uji Statistik F

Uji statistik F yang digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Pedoman yang digunakan pada H1 yaitu jika nilai signifikansi  $F < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian, yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Hasil dari uji statistik F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	546.781	3	182.260	38.216	.000 <sup>b</sup>

	Residual	543.693	114	4.769		
	Total	1090.475	117			
a. Dependent Variable: Minat (Y) b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2)						

Berdasarkan tabel 4.10 nilai signifikansi uji F adalah sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.

#### 4.5.2.2 Uji Statistik T

Uji statistik yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Uji ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pedoman yang digunakan yaitu apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen yang diajukan dapat diterima, dan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel independen yang diajukan ditolak. Pada nilai B atau koefisien regresi menunjukkan arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien regresi positif maka arah pengaruh variabel adalah positif terhadap variabel dependen, dan apabila nilai koefisien regresi negatif maka arah pengaruh variabel adalah negatif terhadap variabel dependen. Berikut hasil Uji Statistik T pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik T**

		Coefficients <sup>a</sup>					Keterangan
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.063	2.136		1.902	.060	
	Persepsi Kemudahan (X1)	.465	.220	.166	2.116	.037	Hipotesis didukung
	Persepsi Manfaat (X2)	.913	.163	.448	5.615	.000	Hipotesis didukung
	Persepsi Keamanan (X3)	.358	.125	.240	2.874	.005	Hipotesis Didukung

a. Dependent Variable: Minat (Y)
----------------------------------

Berdasarkan tabel 4.11 nilai koefisien regresi pada variabel Persepsi Kemudahan (X1) pada kolom *Unstandardized Coefficients* adalah sebesar 0,465 dan nilai signifikansi dari variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 0,037 yang memiliki arti  $< 0,05$ . Hal itu berarti variabel Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y).

Variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai koefisien regresi pada variabel Persepsi Manfaat (X2) pada kolom *Unstandardized Coefficients* adalah sebesar 0,913 dan nilai signifikansi dari variabel Persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,000 yang memiliki arti  $< 0,05$ . Hal itu berarti variabel Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y).

Variabel independen yang ketiga adalah Persepsi Keamanan (X3) memiliki nilai koefisien regresi pada variabel persepsi keamanan (X3) pada kolom *Unstandardized Coefficients* adalah sebesar 0,358 dan nilai signifikansi dari variabel persepsi keamanan (X3) sebesar 0,005 yang memiliki arti  $< 0,05$ . Hal itu berarti variabel persepsi keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat (Y).

#### 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang tua mahasiswa terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Berdasarkan beberapa uji yang telah dilakukan pada penelitian ini maka terdapat pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.

Peneliti mengajukan hipotesis pertama yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa. Dapat dilihat pada nilai signifikansi sebagai pembuktian variabel persepsi kemudahan dalam uji T yaitu sebesar 0,037. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , maka dapat diartikan koefisien regresi tersebut dinilai signifikan karena lebih kecil dari dari 0,05 ( $0,037 < 0,05$ ). Pada nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id adalah 0,465 yang memiliki arti bahwa pada variabel persepsi kemudahan menunjukkan arah positif dalam minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dalam hal ini berarti variabel persepsi

kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Hipotesis yang menunjukkan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id sebagai alat pembayaran diterima atau didukung.

Jika dibandingkan dengan era teknologi yang ada pada zaman dahulu, sangat terlihat bahwa pembayaran transaksi secara online dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan sistem transaksi secara online sebagai jalan utama. Pada zaman dahulu tidak ada pembayaran secara non-fisik sehingga jika ingin melakukan transaksi untuk mengirim dana kepada orang lain harus melalui pertemuan kepada pihak bank atau perusahaan pengirim uang lainnya. Maka, banyak waktu dan tenaga yang terbuang hanya untuk mengirim dana.

Apabila pengguna bertransaksi online melalui platform Flip.id, pengguna tidak perlu memikirkan potongan saldo tambahan yang dikeluarkan untuk biaya admin pada setiap transaksi antar bank. Pengguna hanya perlu menambahkan kode unik yang disediakan oleh pihak Flip.id sebagai prosedur transaksi. Pengguna *e-Payment* pada Flip.id juga tidak perlu khawatir karena kode unik yang disediakan oleh Flip.id akan masuk ke saldo koin pada aplikasi Flip.id dan saldo tersebut bisa digunakan untuk pembelian pulsa, token listrik, pengisian *e-Wallet* hingga bisa dilakukan penarikan saldo koin melalui ATM dengan minimal transfer sebesar Rp 10.000 dan maksimal transfer sebanyak Rp 50.000.000 per harinya. Jika ingin mengirimkan saldo koin Flip ke ATM maka pengguna harus melakukan verifikasi data dirinya melalui aplikasi Flip dengan mendaftarkan KTP-nya dan melakukan verifikasi wajah pengguna dalam prosedur yang ada pada aplikasi Flip.

Pada menu yang tersedia dalam Flip.id akan memudahkan pengguna untuk memilih jenis transaksi mana yang akan digunakan. Tampilan aplikasi yang terdapat pada Flip.id sangat memudahkan pengguna mulai dari anak muda hingga orang tua. Apabila ingin melakukan transaksi apapun akan lebih efisien dengan berbagai logo transaksi yang sangat familiar. Pilihan Big Flip yang telah diluncurkan oleh Flip memberikan kemudahan bagi para *businessman* sebagai sarana untuk melakukan kegiatan operasional seperti penggajian, melakukan transaksi pembayaran pada client bisnis ataupun melakukan refund kepada para customer. Pada pandemi COVID-19 Flip memiliki inovasi yang memudahkan bagi para pekerja WFH untuk melakukan transaksi online melalui platform Flip.id

Penulis ingin mendapatkan responden orang tua mahasiswa di Yogyakarta karena di Yogyakarta adalah kota pelajar dimana Yogyakarta banyak sekali terdapat instansi pendidikan sehingga hasil yang didapat lebih rasional dan umum. Penulis juga sedang berkuliah di Yogyakarta dan ingin mengetahui intensitas para orang tua mahasiswa di Yogyakarta dalam menggunakan *e-Payment* terutama pada Flip.id. Saat ini platform transaksi online atau internet banking Flip masih terbilang baru di Indonesia dan jika dibandingkan dengan mahasiswa mereka akan lebih mengetahui perkembangan teknologi saat ini, sedangkan tidak banyak orang tua yang mengetahui kemajuan teknologi di era menuju modern ini. Dalam hal ini persepsi kemudahan dapat berpengaruh terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.

Hasil yang didapat dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktafalia Marisa (2020) yang mendapati bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat seseorang. Hal ini memperlihatkan bukti yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan melakukan transaksi menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti Flip.id mempengaruhi perilaku seorang individu dalam melakukan transaksi.

## 2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.

Pengujian hipotesis kedua dari penelitian yang diajukan oleh peneliti adalah persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. dapat dilihat pada nilai signifikansi sebagai pembuktian variabel persepsi manfaat dalam uji T yaitu sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , maka dapat diartikan koefisien regresi tersebut dinilai signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Pada nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat adalah 0,913 yang memiliki arti bahwa variabel persepsi manfaat menunjukkan arah positif dalam minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dalam hal ini berarti variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat orang tua di mahasiswa di Yogyakarta menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dengan begitu hipotesis yang menunjukkan persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id sebagai alat pembayaran diterima atau didukung.

Saat ini banyak sekali platform untuk pengiriman dana secara gratis dengan berbagai manfaat yang berbeda pada setiap platform. Namun, jika dilihat pada platform Flip

pengguna akan mendapatkan berbagai promo menarik jika bertransaksi melalui platform Flip.id. Dalam Platform Flip menghadirkan promo bulanan menarik khusus untuk pengguna setia akan mendapatkan cashback koin Flip hingga mencapai Rp 100.000 pada setiap pengguna. Periode promo yang diselenggarakan oleh Flip sangat beragam mulai dengan jangka waktu yang hanya 7 hari hingga dengan jangka waktu 1 bulan.

Promo yang diselenggarakan oleh Flip bisa untuk berbagai macam transaksi seperti untuk pembelian pulsa, token listrik, pengisian e-Wallet hingga melakukan transfer antar bank. Selain itu Flip mengadakan berbagai *challenge* untuk para pengguna setia kepada pengguna baru, dimana para pengguna setia akan mengirimkan kode referral mereka kepada para pengguna baru setelah melakukan verifikasi data KTP, para pengguna setia akan mendapatkan bonus yang didapatkan dari Flip mulai dari sebesar Rp 20.000 hingga mencapai Rp 100.000 per satu pengguna baru.

Orang tua mahasiswa dapat mengirim dana kepada anaknya yang berkuliah di Yogyakarta menggunakan platform Flip.id karena akan menghemat biaya transfer antar bank, karena banyak mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan lebih dari satu bank. Selain itu, orang tua bisa mengirimkan pulsa atau melakukan transfer e-Wallet kepada anaknya yang berkuliah di Yogyakarta melalui platform Flip.id.

Penelitian ini lebih terfokus kepada orang tua mahasiswa di Yogyakarta karena orang tua seringkali tidak mengetahui manfaat apa saja yang didapat saat menggunakan platform transaksi online terkini sehingga dalam penelitian ini akan mengetahui tingkat seberapa besar pengaruh persepsi manfaat terhadap minat dalam penggunaan *e-Payment* Flip.id.

Hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016), (Yogananda, 2017), yang mendapati bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat seseorang dalam bertransaksi menggunakan *e-Payment*.

Persepsi manfaat mengarahkan pada tingkat guna sebuah alat pembayaran dengan menggunakan *Electronic Payment* untuk menyelesaikan pembayaran secara online. Pada penelitian ini orang tua mahasiswa di Yogyakarta mempercayai kegunaan alat pembayaran online menggunakan Flip.id memiliki banyak manfaat saat melakukan proses transaksi online.

3. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id.



Pengujian hipotesis ketiga dari penelitian yang diajukan oleh peneliti adalah persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dapat dilihat pada nilai signifikansi sebagai pembuktian variabel persepsi manfaat dalam uji T yaitu sebesar 0,005. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , maka dapat diartikan koefisien regresi tersebut dinilai signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ). Pada nilai koefisien regresi variabel persepsi keamanan adalah 0,318 yang memiliki arti bahwa variabel persepsi keamanan menunjukkan arah positif dalam minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dalam hal ini berarti variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Dengan begitu hipotesis yang menunjukkan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id sebagai alat pembayaran diterima atau didukung.

Saat ini Flip.id sudah menangani lebih dari jutaan transaksi beda bank dan memiliki total nilai sebesar triliunan rupiah perbulan. Hingga saat ini Flip memiliki kerja sama lebih dari 100 bank di Indonesia dan lebih dari 40 bank di luar negeri termasuk US (United States), China (CNY), Singapore (SGD), Belgium (EUR), South Korea (KRW) dan lain-lain.

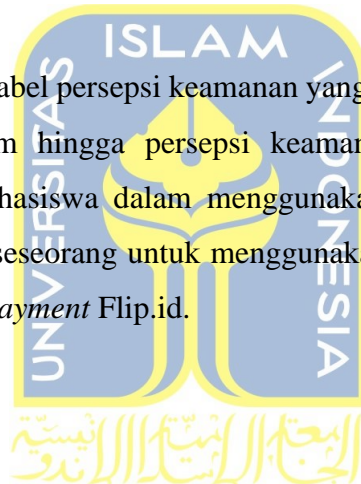
Ditinjau dari tahun 2016 lalu saat peluncuran Flip, sistem keamanan yang dilakukan oleh Flip menggunakan sistem keamanan berganda yang didasarkan pada standar peraturan oleh Bank Indonesia (BI). Dalam standar operasional yang sudah berlisensi dengan Bank Indonesia (BI), maka Flip sudah dinilai siap sebagai platform untuk melakukan transaksi online dan siap menampung triliunan transaksi para pengguna per bulan.

Dalam memilih platform untuk melakukan transaksi online pastinya akan mempertimbangkan sistem keamanan yang ada pada platform tersebut. Terlebih faktor keamanan sangat mempengaruhi minat bagi para pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Beberapa platform transaksi online meskipun sudah diawasi OJK masih terdapat kecurangan dalam sistemnya. Maka dari itu, Flip memberikan keamanan yang lebih kepada para pengguna pada setiap transaksi, baik itu keamanan transaksi maupun keamanan data para pengguna. Pengguna tidak perlu waspada terhadap fraud pada sistem Flip.id. dalam setiap transaksi yang telah dilakukan para pengguna, Flip akan memberikan bukti transaksi melalui aplikasi Flip dan juga melalui e-mail pengguna. Apabila pengguna kehilangan

bukti transaksi yang ada pada aplikasi, pengguna masih dapat melihat pada halaman e-mail pribadi yang terdaftar pada aplikasi Flip. Dalam penelitian ini penulis memilih responden pada orang tua mahasiswa karena orang tua memiliki intensitas transaksi yang cukup tinggi. Tidak banyak orang tua yang mampu memahami keamanan dalam penggunaan sistem aplikasi online untuk melakukan kegiatan transfer antar bank maupun dalam melakukan pembelian pulsa, isi ulang token listrik dan lain-lain. Umumnya orang tua kurang mempercayai keamanan pada platform sistem transaksi online apalagi aplikasi tersebut masih terbilang baru. Maka dari itu Flip membuat platform *e-Payment* dengan sistem keamanan berganda yang sudah terlisensi oleh Bank Indonesia (BI)

Hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan oleh (Changsu et al., 2010) (Mukherjee dan Nath, 2003), yang mendapati bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat seseorang dalam bertransaksi menggunakan *e-payment*.

Dalam penelitian ini variabel persepsi keamanan yang mencakup persepsi keamanan bertransaksi, keamanan sistem hingga persepsi keamanan data sangat berpengaruh terhadap minat orang tua mahasiswa dalam menggunakan *e-Payment* Flip.id. Hal ini disebabkan oleh kepercayaan seseorang untuk menggunakan transaksi secara online atau bertransaksi menggunakan *e-Payment* Flip.id.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Bersumber pada persoalan penelitian, tujuan, hipotesis, dan pembahasan analisis data dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada variabel dependen yaitu minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Keinginan orang tua untuk melakukan transaksi pembayaran secara online menggunakan platform Flip.id akan membuat orang tua mahasiswa merasa lebih mudah dalam menyelesaikan transaksi secara online menggunakan Flip.id.
2. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan pada variabel dependen yaitu minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Hasil penelitian ini membuktikan orang tua mahasiswa meyakini bahwa ketika melakukan transaksi pembayaran secara online menggunakan Flip.id akan mendapatkan banyak keuntungan sehingga akan meningkatkan minatnya untuk menggunakan *e-Payment* flip.id.
3. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada variabel dependen yaitu minat orang tua mahasiswa menggunakan *e-Payment* Flip.id. Adanya sistem keamanan yang dapat dipercaya oleh konsumen membuat orang tua mahasiswa yakin untuk melakukan transaksi pembayaran serta meningkatkan minat untuk menggunakan Flip.id.

#### 5.2 Saran

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Dalam penelitian selanjutnya, akan lebih baik dalam proses kuesioner digantikan dengan metode kualitatif sehingga menggunakan wawancara langsung kepada para responden.
2. Penelitian selanjutnya dimohon untuk menggunakan variabel independen yang lain seperti persepsi pengaruh positif dan negatif dalam kehidupan sehari-hari ketika

bertransaksi menggunakan Flip.id, sehingga dapat diketahui faktor positif dan negatif dari penggunaan *e-Payment* yang mempengaruhi minat menggunakan Flip.id.

3. Dalam penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila memperluas subjek dari penelitian tidak hanya kepada orang tua mahasiswa di Yogyakarta, serta peneliti dapat memperbanyak jumlah responden agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (studi kasus pada pengguna situs jual beli "Z"). *Jurnal administrasi bisnis S1 Universitas Brawijaya*.vol.52, no. 1, 28 Nov. 2017 . pp. 1-7, 52, 1-7.
- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis and Strategic Management*, 15(4), 441– 455. <https://doi.org/10.1080/095373203000136033>
- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Kalbisocio*, Volume 2 No. 1 Februari 2015, 52-63.
- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2(1), 52-63., 52-63.
- Agung Firmansyah, M. I. (2009). PENGEMBANGAN ALTERNATIF MODEL E-PAYMENT B2C (BUSINESS TO CONSUMER) UNTUK MASYARAKAT INDONESIA. Vol. 5 No. 1 (2009): *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* <https://doi.org/10.21609/jsi.v5i1.261>, 5, 42-49.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a theory of planned behavior questionnaire.
- Ajzen, Icek, 1991, *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Process*, Vol. 50, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 665-683.
- Akour, H. (2010). Determinants of mobile learning acceptance: An empirical investigation in higher education (Order No. 3408682). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (610058264). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/610058264?accountid=13771>
- Al-Ghaith, W. (2015). APPLYING THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TO UNDERSTAND SOCIAL NETWORKING SITES (SNS) USAGE: IMPACT OF PERCEIVED SOCIAL. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, No 4, 7, 105-117.
- Andreas Septa Yogananda, I. M. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN INSTRUMEN UANG ELEKTRONIK. *Volume6, Nomor4, Tahun2017, Halaman1-7*ISSN(Online): 2337-3792, 6, 1-7.

- AVINANDAN MUKHERJEE, P. N. (2003). A MODEL OF TRUST IN ONLINE RELATIONSHIP BANKING. *journal article - short message Volume 21 2003 pages 5-11, 21, 5-11.*
- Azwar, S. (1988). Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya. *Liberty*, 17-18.
- Aziza, M. N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Terhadap Minat Menjadi Akuntan Publik. Universitas Islam Indonesia
- A'la, C. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH)(Studi Pada Masyarakat Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Bélanger, F., & Carter, L. (2008). Trust and Risk in E-government Adoption. *Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 165–176.  
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2007.12.002>
- Cahyani, I. P. (2020). Membangun Engagement Melalui Platform Digital (studi kasus Flip sebagai Start-Up Fintech). *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 2, Juli 2020, 3, 76-87.*
- Chanchai Phonthanakitithaworn, C. S. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration, Vol. 8 No. 1, pp. 37-54. https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119, 37-54.*
- ChangsuKim, W.-S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Volume 9, Issue 1, January–February 2010, Pages 84-95, 9, 84-95.*
- Chung-Hoon Park, Y.-G. K. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers' Online Shopping Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO) 4(1), 4.*
- Dasuki, R. E. (2020). *PEMANFAATAN FINANCIAL TECHNOLOGY DALAM UPAYA ENEKAN FINANCIAL DISTRESS KOPERASI SIMPAN PINJAM*. Sumedang: Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).
- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction, 13(3), 319–340.*
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Effendi Sofian, a. M. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Evi Yani, A. F. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *JURNAL INFORMATIKA, Vol.5 No.1 April 2018, pp.34~42ISSN: 2355-6579E-ISSN:2528-2247, 34-42.*

- Fatmawati, E. (2015). Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9.
- France Bélanger, L. (2008). Trust and risk in e-government adoption. *Volume 17, Issue 2, June 2008, Pages 165-176*, 165-176.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *jurnal nominal / volume III nomor 2 / tahun 2014, 3*, 5-74.
- Hadi, S. (2004). Analisis Regresi. Yogyakarta: ANDI
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. 7th ed. Upper Saddle River*. Prentice Hall, 2009. Print.
- Icek, A. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Applied Social Psychology, vol.32, p.1-20, 32*, 1-20.
- IcekAjzen. (1991). The theory of planned behavior. *Volume 50, Issue 2, December 1991, Pages 179-211*, 50, 179-211.
- Istiarni, Pangih Rizki Dwi. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khoiri, N. (2018). *Metodologi penelitian pendidikan: ragam, model, dan pendekatan*.
- Kim, C.-H. P.-G. (2004=6). The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO) 4(1)*, 70-90.
- Kotler, P. D. (2012). Principles of Marketing. *Marketing management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lai, P. (2017). THE LITERATURE REVIEW OF TECHNOLOGY ADOPTION MODELS AND THEORIES FOR THE NOVELTY TECHNOLOGY. *Articles • JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag. 14 (1) • Apr 2017 • <https://doi.org/10.4301/S1807-17752017000100002>*, 14, 21-38.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology.

*Vol.8, No.2, Desember2020, 139-152P-ISSN: 2337-6694 E-ISSN: 2527-9769, 8, 139-152.*

Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Cet. Ke-1.*

**MEMBANGUN ENGAGEMENT MELALUI PLATFORM DIGITAL (STUDI KASUS FLIP SEBAGAI START-UP FINTECH).** (2020, Juli 2). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 2, Juli 2020, 3, 76-87.*

Nasution, F. N. (2004). *Penggunaan teknologi informasi berdasarkan aspek perilaku (Behavioral Aspect).* Sumatera: USU digital library.

Niffa, M. K. (201 8). *The Influence of English Ability, Education Cost, and Perception About Abroad Education Quality Toward Interest to Continue Studying Abroad of Excellent Class Students of Economic Faculty Yogyakarta State University.* In Undergraduate Thesis. Universitas Negeri Yogyakarta

Nisa Salsabila, R. R. (2017). **PETA POSITIONING UANG ELEKTRONIK BERDASARKAN PERSEPSI MASYARAKAT DI INDONESIA TAHUN 2017.** *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen (JRBM) Volume 10, No 2, Agustus 2017, Hal. 34-41 ISSN 1979-0600 (print) 2580-9539 (online), 34-41.*

Noviarni, E. (2014). **ANALISIS ADOPSI LAYANAN INTERNET BANKING OLEH NASABAH PERBANKAN DI PEKANBARU (Technology Acceptance Model).** *JURNAL AL-IQTISHAD, EDISI : 10 VOL. 1 TAHUN 2014, 27-40.*

Pambudi, B. S. (2014). **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP MINAT ULANG NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (STUDI PADA PROGRAM LAYANAN INTERNET BANKING BRI).** *Journal of Management Studies by Universitas Trunojoyo Madura, Vol 8, No 1 .*

Park, C.-H. a.-G. (2006). *The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments.* *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO), 4(1), 70-90.*

**Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model.** (2018, April 1). *Vol.5 No.1 April 2018, pp.34~42, 5, 34-42.*

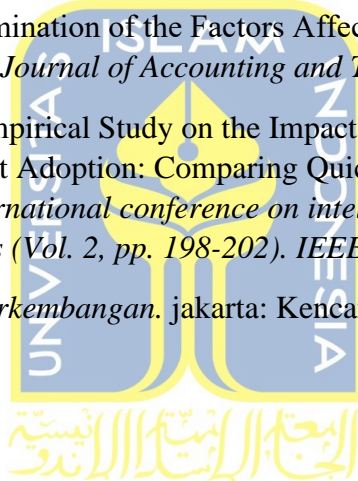
**PUTRI, A. A. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN MAJELIS TAKLIM HAYATUL ILMI SURABAYA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN Flip.id DENGAN PERSPEKTIF HIFDZUL MAL.** Surabaya: ATHIYYAH ANISA PUTRI.

Primashanti, N. L. C., Herawati, N. T., & Atmadja, A. T. (201 7). *Pengaruh Pertimbangan Pasar Kerja, Referents, dan Nilai Intrinsik Pekerjaan Terhadap*



- Pemilihan Karir Mahasiswa Sebagai Akuntan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 1 –6.
- Rahardjo, B. (2005). *Keamanan sistem informasi berbasis internet*. Bandung: PT. Insan Indonesia.
- Porter, J., & Woolley, D. (2014). An examination of the factors affecting students' decision to major in accounting. *International Journal of Accounting and Taxation*, 2(4), 1-22.
- Rima Elya Dasuki, E. S. (2016). ESTIMATED FINANCIAL PERFORMANCE MODEL BASED ON SCALE BUSINESS COOPERATIVE (STUDY IN COOPERATIVES IN WEST JAVA). *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 124-131.
- Septika, C. E. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UNTUK MENGGUNAKAN APLIKASI TRANSFER ANTAR REKENING BANK GRATIS DENGAN FLIP*. Yogyakarta: Cintya Ega Septika.
- Setyawan, S., & Iswanaji, C. (2019). Pengaruh Motivasi Akuntan Terhadap Minat Untuk Memperoleh Gelar Chartered Accountant (CA) di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 327–342. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.16855>
- Shumaila Y Yousafzai, J. G. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Volume 23, Issue 11, November 2003, Pages 847-860*, 23, 847-860.
- Singgih Priambodo, B. P. (2016). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 127-135, Mar. 2016, 5, 127-135.
- Siswadi, Y. (2014). Analisis faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran kewirausahaan yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1).
- Sri Maharsi, F. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, VOL. 8, NO. 1, MEI 2006: 35-51, 35-51.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. (E. Mulyatiningsih (Ed.)).
- Sujarweni. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Kuantitatif dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Syafrizal Helmi Situmorang, I. M. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. . USUpres.

- T.C. Edwin Cheng, D. Y. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Volume 42, Issue 3, December 2006, Pages 1558-1572*, 1558-1572.
- Viswanath Venkatesh, J. Y. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly Vol. 36, No. 1 (March 2012)*, pp. 157-178 , 157-178.
- Wahyu Prastiwi Umaningsih, D. K. (2018). pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Akreditasi No.21/E/KPT/2018DOI: 10.29407/jae.v5i3.14057*, 113-119.
- Wendy Ming-Yen Teoh, S. C. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research, Vol. 23 No. 4*, pp. 465-485. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2012-0199>, 23, 465-485.
- Wibowo, Arif. 2006. Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Jakarta Selatan: Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur.
- Woolley, J. P. (2014). An Examination of the Factors Affecting Students' Decision to Major in. *International Journal of Accounting and Taxation*, 1-22.
- Yanli Pei, S. W. (2015). An Empirical Study on the Impact of Perceived Benefit, Risk and Trust on E-Payment Adoption: Comparing Quick Pay and Union Pay in China. *In 2015 7th international conference on intelligent human-machine systems and cybernetics (Vol. 2, pp. 198-202)*. IEEE, 2, 198-202.
- Yudrik, J. (2011). *Psikologi perkembangan*. jakarta: Kencana Prenada Media Group.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner penelitian

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

# ***Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Keamanan Dalam Menggunakan e-Payment Flip.Id (Studi Kasus Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta)***

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Anis Salwa mahasiswi S1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan yaitu:

1. Orang Tua dari Mahasiswa/Mahasiswi aktif di Yogyakarta
2. Pernah menggunakan aplikasi Flip.id untuk Transfer Antar Bank yang Berbeda.

Saya sangat berharap ketersediaannya dari Orang Tua Mahasiswa/i untuk menjadi responden saya dengan cara mengisi kuisisioner ini serta memberikan jawaban dengan sejujur-jujurnya. Pada penelitian ini, identitas serta jawaban yang telah diberikan kepada saya nantinya akan dijamin kerahasiannya dan tidak akan disalahgunakan.

Atas ketersediaan Orang Tua Mahasiswa/i dalam mengisi kuisisioner, sebagai ucapan terima kasih peneliti akan memberikan reward kepada 3 responden terpilih berupa saldo Flip sebesar Rp 50.000 yang akan diundi pada akhir penelitian.

Demikian permohonan dari saya, atas bantuan serta ketersediannya untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Apabila ada pertanyaan mengenai kuisisioner ini, dapat menghubungi melalui:

Email: [17312546@students.ui.ac.id](mailto:17312546@students.ui.ac.id)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

---

\* Required

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

1. **Nama (boleh inisial) \***

---

2. **Jenis Kelamin \****Mark only one oval.* Laki - Laki Perempuan3. **Usia \****Mark only one oval.* <30 31 - 40 41 - 50 50 - 60 > 60

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

**4. Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi \****Mark only one oval.*

- Universitas Islam Indonesia
- Universitas Teknologi Yogyakarta
- Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Universitas Gajah Mada
- Universitas Negeri Yogyakarta
- Universitas Pembangunan Nasional Veteran
- Universitas Mercu Buana
- Universitas Atma Jaya
- Universitas Ahmad dahlan
- Universitas Islam Sunan Kalijaga
- Universitas Kristen Duta Wacana
- Universitas Sanata Dharma
- Universitas Janabadra
- Other: \_\_\_\_\_

**5. Angkatan \****Mark only one oval.*

- 2021
- 2020
- 2019
- 2018
- 2017

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

6. **Frekuensi Penggunaan uang elektronik dalam sebulan \****Mark only one oval.*

- Setiap hari
- 1-3 kali/ bulan
- 4-5 kali/ bulan
- > 5 kali/ bulan

7. **Nomor Handphone aktif (untuk undian reward)****Bagian I : Persepsi Kemudahan**

Petunjuk pengisian kuesioner  
 - Bacalah dan cermati pertanyaan dengan baik  
 Anda cukup mengisi pada check box yang tersedia  
 Jawablah sesuai dengan kondisi yang anda rasakan  
 • Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini tidak ada Jawabannya yang dianggap salah  
 Keterangan:  
 Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)  
 Skor 2 = Tidak Setuju (TS)  
 Skor 3 = Ragu - Ragu/ Netral (RGRG)  
 Skor 4 = Setuju (S)  
 Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

8. **Saya percaya bahwa layanan - layanan Flip.id atau pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran mudah digunakan \****Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

9. **Saya percaya bahwa saya akan mudah menemukan cara menggunakan layanan \*  
layanan Flip.id atau pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran.**

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**Bagian II : Persepsi  
Kemanfaatan**

Petunjuk pengisian kuesioner

- Bacalah dan cermati pertanyaan dengan baik  
Anda cukup mengisi pada check box yang tersedia

Jawablah sesuai dengan kondisi yang anda rasakan

• Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini tidak

ada Jawabannya yang dianggap salah

Keterangan:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Ragu - Ragu/ Netral (RGRG)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

10. **Saya merasakan efek yang signifikan setelah menggunakan Flip.id \***

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

11. **Saya merasakan Flip.id memiliki banyak manfaat dalam penggunaan untuk bertransaksi di Flip.id** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

12. **Saya merasa Flip.id dapat meningkatkan kinerja pengguna** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**Bagian III : Persepsi Keamanan**

Petunjuk pengisian kuesioner  
 - Bacalah dan cermati pertanyaan dengan baik  
 Anda cukup mengisi pada check box yang tersedia  
 Jawablah sesuai dengan kondisi yang anda rasakan  
 • Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini tidak ada Jawabannya yang dianggap salah  
 Keterangan:  
 Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)  
 Skor 2 = Tidak Setuju (TS)  
 Skor 3 = Ragu - Ragu/ Netral (RGRG)  
 Skor 4 = Setuju (S)  
 Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

13. **Saya merasa informasi yang terkait dengan transaksi pengguna dan sistem Flip.id adalah aman** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

14. **Saya merasa bahwa sistem Flip.id merupakan sistem yang aman \***

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

15. **Informasi yang saya berikan pada sistem Flip.id sebelumnya sangat membantu \* untuk transaksi pembayaran yang aman**

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

16. **Saya tidak khawatir akan serangan hacker dalam sistem Fliip.id \***

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**Bagian IV : Persepsi  
Minat**

Petunjuk pengisian kuesioner

- Bacalah dan cermati pertanyaan dengan baik

Anda cukup mengisi pada check box yang tersedia

Jawablah sesuai dengan kondisi yang anda rasakan

• Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini tidak

ada Jawabannya yang dianggap salah

Keterangan:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Ragu - Ragu/ Netral (RGRG)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

9/4/22, 3:45 PM

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

17. **Saya berniat untuk tetap menggunakan Flip.id dimasa yang akan datang \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

18. **Saya akan selalu berusaha menggunakan Flip.id dikeseharian saya \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

19. **Saya berencana untuk tetap menggunakan Flip.id sesering mungkin \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

20. **Saya akan sering menggunakan Flip.id dimasa yang akan datang \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

9/4/22, 3:45 PM Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Ma...

21. **Saya akan menghubungkan akun bank saya dengan Flip.id \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

22. **Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan Flip.id \***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

---

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

### Lampiran 2 Tabulasi Data

#### Persepsi Kemudahan (X1)

Res	Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi	Angkatan	Jenis Kelamin	Usia	Frekuensi Penggunaan uang elektronik dalam sebulan	X1.1	X1.2	Rata-Rata
1	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	Setiap hari	4	4	4
2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	Setiap hari	5	4	4.5
3	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51-60	> 5 kali/bulan	5	5	5
4	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	5
5	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
6	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	4	4.5
7	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	4-5 kali/bulan	5	5	5
8	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	5
9	Universitas Gajah Mada	2021	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	4	5	4.5
10	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4
11	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	41 - 50	Setiap hari	5	5	5
12	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
13	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5
14	Universitas Gajah Mada	2017	Perempuan	51 - 60	Setiap hari	5	4	4.5
15	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	5	5
16	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	5	5	5
17	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	5	5
18	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4

19	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	5	5	5
20	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
21	Universitas Islam Indonesia	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
22	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
23	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	5	4.5
24	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	4	3.5
25	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	4.5
26	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	5	4.5
27	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4.5
28	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	5	4.5
29	STIE YKPN	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	5	4.5
30	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
31	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4.5
32	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	4	3.5
33	Universitas Gajah Mada	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	4	4
34	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
35	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	3	4	3.5
36	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	3	3	3
37	Universitas Ahmad dahlan	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
38	Universitas Ahmad dahlan	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5
39	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4
40	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	3	3

41	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	4.5
42	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	4	4
43	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
44	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	4	4.5
45	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
46	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
47	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4
48	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5
49	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4
50	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
51	Universitas Teknologi Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
52	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
53	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4
54	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
55	STIKES AISYIYAH	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	3	3
56	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
57	STIE YKPN	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4
58	Universitas Islam Indonesia	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5
59	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
60	STMIK AMIKOM	2019	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
61	MMTC Yogyakarta	2019	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4

62	STIE YKPN	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
63	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
64	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4
65	STIE YKPN	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
66	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	5	5	5
67	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
68	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	4	5	4.5
69	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
70	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4
71	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
72	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
73	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
74	Universitas Mercu Buana	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4
75	Universitas Ahmad dahlan	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
76	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
77	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
78	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
79	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	4.5
80	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
81	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4.5
82	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	4.5

83	Universitas Ahmad dahlan	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	4	3.5
84	YKPN	2018	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4
85	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5
86	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	5	4
87	Universitas Janabadra	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4
88	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
89	Universitas Gajah Mada	2020	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	3	4	3.5
90	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4
91	Universitas Janabadra	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	3	3
92	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
93	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	3.5
94	AMIKOM	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
95	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
96	Universitas Pembangunan Nasional Veteran	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4
97	Universitas Sanata Dharma	2021	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5
98	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
99	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
100	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4
101	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
102	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5
103	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	4.5



104	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
105	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5
106	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
107	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2017	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5
108	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
109	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5
110	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Perempuan	31 - 40	1-3 kali/bulan	5	5	5
111	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
112	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	5	5	5
113	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5
114	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	4.5
115	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5
116	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4
117	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	5	4.5
118	Universitas Negeri Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5

## Persepsi Manfaat (X2)

Res	Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi	Angkatan	Jenis Kelamin	Usia	Frekuensi Penggunaan uang elektronik dalam sebulan	X2.1	X2.2	X2.3	Rata-Rata
1	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	4	5	4.66
2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	Setiap hari	5	5	4	4.66
3	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51-60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4.66
4	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	4	4	3	3.66
5	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66
6	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66
7	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	4-5 kali/bulan	5	4	5	4.66
8	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	5	5
9	Universitas Gajah Mada	2021	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	5	5	5	5
10	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4
11	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	41 - 50	Setiap hari	5	5	5	5
12	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	5
13	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	2	4	4	3.33
14	Universitas Gajah Mada	2017	Perempuan	51 - 60	Setiap hari	5	5	4	4.66
15	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	5	5	5
16	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66
17	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	5	5	5
18	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	5	4	4.33
19	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66

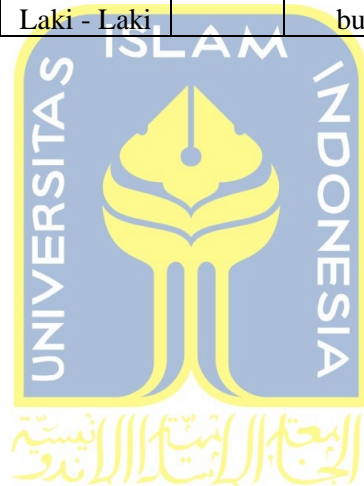
20	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/ bulan	5	5	5	5
21	Universitas Islam Indonesia	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
22	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/ bulan	5	5	3	4.33
23	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/ bulan	5	5	4	4.66
24	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/ bulan	3	4	4	3.66
25	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
26	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/ bulan	4	5	5	4.66
27	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
28	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/ bulan	5	4	5	4.66
29	STIE YKPN	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/ bulan	4	4	3	3.66
30	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/ bulan	4	4	3	3.66
31	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	5	4	4	4.33
32	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/ bulan	3	4	3	3.33
33	Universitas Gajah Mada	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/ bulan	3	4	3	3.33
34	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
35	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/ bulan	4	4	3	3.66
36	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/ bulan	4	5	4	4.33
37	Universitas Ahmad dahlan	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
38	Universitas Ahmad dahlan	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
39	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	5	4	4	4.33
40	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/ bulan	3	4	3	3.33
41	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
42	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/ bulan	5	5	3	4.33

43	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4	4.33
44	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	5	5	4.66
45	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	4	4.33
46	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	5	3	4
47	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	5	3	3.66
48	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	4	3	3.33
49	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	4	4.66
50	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	4	4.33
51	Universitas Teknologi Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	3	4
52	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	5	4	4
53	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	3	4	4	3.66
54	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4.33
55	STIKES AISYIYAH	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	3	3.33
56	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	3	3.33
57	STIE YKPN	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	4	3	3.33
58	Universitas Islam Indonesia	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	3	3.66
59	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	5	3	4
60	STMIK AMIKOM	2019	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	3	4	4	3.66
61	MMTC Yogyakarta	2019	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	3	4
62	STIE YKPN	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4.66
63	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4.66
64	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5

65	STIE YKPN	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
66	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	5	5	5	5
67	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
68	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	4	4	3	3.66
69	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	4	5	4.66
70	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
71	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
72	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	5	5	4.66
73	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
74	Universitas Mercu Buana	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	5	5	5	5
75	Universitas Ahmad dahlan	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	3	4.33
76	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
77	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
78	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
79	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	4	4	4
80	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	4	5	4.66
81	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
82	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
83	Universitas Ahmad dahlan	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/ bulan	4	5	3	4
84	YKPN	2018	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/ bulan	4	5	3	4
85	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
86	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/ bulan	4	5	5	4.66
87	Universitas Janabadra	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66

88	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	5	5
89	Universitas Gajah Mada	2020	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	4	4	3	3.66
90	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	3	3	3.33
91	Universitas Janabadra	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	3	4	3	3.33
92	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	4	4	4
93	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	4	3	3.66
94	AMIKOM	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	4	4	4
95	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	5	5	4.66
96	Universitas Pembangunan Nasional Veteran	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	4	4	4.33
97	Universitas Sanata Dharma	2021	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	5	5
98	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	5	5
99	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	5	4	4.33
100	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
101	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	4	5	4.33
102	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/ bulan	5	5	5	5
103	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	4	5	5	4.66
104	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	4	5	4.66
105	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/ bulan	5	5	5	5
106	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	5	5
107	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2017	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/ bulan	5	5	4	4.66
108	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/ bulan	5	4	4	4.33
109	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/ bulan	4	4	5	4.33

110	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Perempuan	31 - 40	1-3 kali/bulan	5	4	4	4.33
111	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66
112	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	5	4	4	4.33
113	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	4	4.66
114	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	5
115	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	5
116	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4	4
117	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	4	4.66
118	Universitas Negeri Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4.66



## Persepsi Keamanan (X3)

Res	Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi	Angkatan	Jenis Kelamin	Usia	Frekuensi Penggunaan uang elektronik dalam sebulan	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Rata-Rata
1	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	5	4	3	4.25
2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	Setiap hari	5	4	4	4	4.25
3	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51-60	> 5 kali/bulan	4	4	4	4	4
4	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	5	3	4.5
5	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	41-50	1-3 kali/bulan	5	4	4	4	4.25
6	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
7	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51-60	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	4.75
8	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	5	5	5
9	Universitas Gajah Mada	2021	Perempuan	41-50	Setiap hari	4	3	4	3	3.5
10	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	4
11	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	41-50	Setiap hari	5	5	5	5	5
12	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	41-50	> 5 kali/bulan	4	4	4	4	4
13	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41-50	4-5 kali/bulan	4	4	4	4	4
14	Universitas Gajah Mada	2017	Perempuan	51-60	Setiap hari	4	4	3	2	3.25
15	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51-60	1-3 kali/bulan	5	5	3	4	4.25



16	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	4
17	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	5	5	3	4.5
18	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	4
19	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	1	3.25
20	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5
21	Universitas Islam Indonesia	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	4	5	3	4
22	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
23	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	5	4	5	4.75
24	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	4	5	3	4.25
25	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	3	5	2	3.5
26	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	5	4	5	4.5
27	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4	5	4.5
28	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
29	STIE YKPN	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	4	5	3	4
30	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	4	2	3.75
31	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	5	4	5	4.5
32	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	3	3	2	3
33	Universitas Gajah Mada	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	4	4	3	3.75

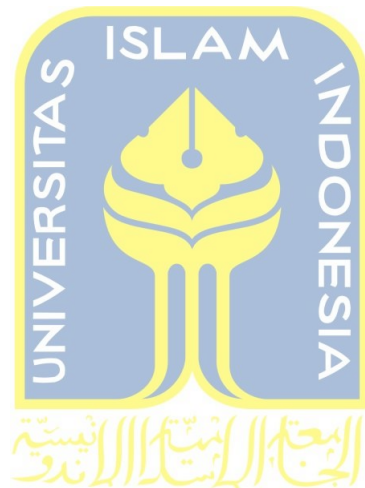
34	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	4	3	4
35	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	4	4	4	4
36	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	3	4	3	3.5
37	Universitas Ahmad dahlan	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	4	4	3	3.75
38	Universitas Ahmad dahlan	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	3	4.5
39	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	2	4.25
40	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	3	4	1	3
41	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	5	2	4
42	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	5	4	3	4
43	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	1	4
44	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	5	4	3	4.25
45	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	5	3	4.25
46	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	5	5	3	4.25
47	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	2	3.75
48	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	3	4.5
49	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
50	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
51	Universitas Teknologi Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
52	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	1	4
53	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	3	3	4	2	3

54	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	3	4.5
55	STIKES AISYIYAH	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	3	3	1	2.75
56	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	3	4	2	3.25
57	STIE YKPN	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	5	2	3.75
58	Universitas Islam Indonesia	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4	3	3.75
59	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	3	4.5
60	STMIK AMIKOM	2019	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	4	5	3	4
61	MMTC Yogyakarta	2019	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
62	STIE YKPN	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	4.75
63	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
64	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4	5	4.5
65	STIE YKPN	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
66	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	4	4	5	4	4.25
67	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	5	3	4.25
68	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	5	4	5	5	4.75
69	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	4.75
70	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	5	4.5
71	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	4.75
72	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
73	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
74	Universitas Mercu Buana	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	5	5

75	Universitas Ahmad dahlan	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
76	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	3	4.25
77	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
78	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	4	4	4.5
79	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
80	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5
81	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
82	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
83	Universitas Ahmad dahlan	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	5	3	4
84	YKPN	2018	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	4	4	4.25
85	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
86	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
87	Universitas Janabadra	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	3	4
88	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
89	Universitas Gajah Mada	2020	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	3	3	4	3	3.25
90	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	3	4.25
91	Universitas Janabadra	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	3	4	2	3
92	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
93	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	3	4	3	3.25
94	AMIKOM	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5

95	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4.5
96	Universitas Pembangunan Nasional Veteran	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
97	Universitas Sanata Dharma	2021	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	5	5	4.5
98	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5
99	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
100	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	5	5	4.75
101	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
102	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5
103	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
104	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4.25
105	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	4.75
106	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	5	5	4	4.5
107	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2017	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
108	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/bulan	3	4	4	5	4
109	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	3	5	5	4.25
110	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Perempuan	31 - 40	1-3 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
111	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5	4	4.75
112	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	5	5	4	4	4.5
113	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	4	4	4.25

114	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	4	5	4.5
115	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	5	5	4.75
116	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4	5	4.25
117	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	5	5	5
118	Universitas Negeri Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	4.75



## Minat Orang Tua Mahasiswa (Y)

Re s	Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi	Angkat an	Jenis Kelamin	Usi a	Frekuensi Pengguna an uang elektronik dalam sebulan	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Rat a- Rat a
1	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempu an	31- 40	Setiap hari	5	5	5	4	5	4	4.66
2	Universitas Muhammadi yah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51- 60	Setiap hari	5	4	5	5	5	4	4.66
3	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51- 60	> 5 kali/ bulan	5	4	4	4	4	5	4.33
4	Universitas Muhammadi yah Yogyakarta	2017	Perempu an	51- 60	1-3 kali/ bulan	5	5	5	4	5	5	4.83
5	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/ bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
6	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Perempu an	51- 60	1-3 kali/ bulan	5	4	4	5	4	5	4.5
7	Universitas Teknologi Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51- 60	4-5 kali/ bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
8	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempu an	51- 60	1-3 kali/ bulan	5	5	5	5	5	5	5
9	Universitas Gajah Mada	2021	Perempu an	41 - 50	Setiap hari	4	4	4	4	4	5	4.16
10	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempu an	31- 40	1-3 kali/ bulan	4	4	3	4	3	4	3.66
11	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	41 - 50	Setiap hari	5	5	5	5	5	5	5
12	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempu an	41 - 50	> 5 kali/ bulan	4	5	5	5	5	5	4.83
13	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/ bulan	4	4	4	4	4	4	4

14	Universitas Gajah Mada	2017	Perempuan	51 - 60	Setiap hari	4	4	5	5	4	5	4.5
15	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	5	5	5	2	5	4.5
16	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	3	4	3	4	3.66
17	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	Setiap hari	5	5	5	5	5	5	5
18	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	4	4	4
19	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	31-40	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	4	5	4.16
20	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
21	Universitas Islam Indonesia	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	4	5	4.66
22	Universitas Islam Indonesia	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	4	4	4	5	4.5
23	Universitas Islam Indonesia	2017	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	4	4	4	3	4	4
24	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	3	3	3	2	3	3
25	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	4	5	4.66
26	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
27	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	5	4	4	4	4.33
28	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	3	3	3	2	4	3
29	STIE YKPN	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	4	3	5	4	4	4	4
30	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	4	4	4	4	3	4	3.83



31	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	3	3	3	4	3.5
32	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	4	3	3	2	4	3.16
33	Universitas Gajah Mada	2018	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	3	3	3	5	3.83
34	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	4	5	4.5
35	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	3	4	3	4	5	3.83
36	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	5	4	3	5	4.33
37	Universitas Ahmad dahlan	2021	Laki - Laki	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	5	5	4	4	5	4.5
38	Universitas Ahmad dahlan	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	5	4	4	5	5	4.5
39	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4	5	5	5	4.66
40	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	1-3 kali/bulan	3	3	4	3	3	5	3.5
41	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	4	4	4	5	4.33
42	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	4	5	4	5	4.5
43	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
44	Universitas Mercu Buana	2019	Perempuan	51 - 60	1-3 kali/bulan	5	4	3	4	4	4	4
45	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4	5	5	4.66
46	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	3	4	3	3	4	4	3.5

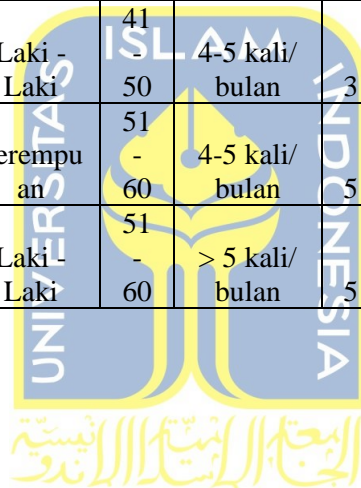
47	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	3	3	4	5	3.66
48	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	3	4	5	5	4.16
49	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4	4	5	5	4.33
50	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	3	4	3	5	5	4
51	Universitas Teknologi Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	3	4	5	5	4.16
52	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	3	3	3	4	5	3.66
53	Universitas Ahmad dahlan	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	4	4	4	5	4.16
54	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4	5	5	5	4.66
55	STIKES AISYIYAH	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	3	3	3	3	4	3.16
56	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	3	3	4	4	3.66
57	STIE YKPN	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	4	3	4	4	4	3.66
58	Universitas Islam Indonesia	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	3	4	5	4	4
59	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
60	STMIK AMIKOM	2019	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	5	4	4	5	5	4.5
61	MMTC Yogyakarta	2019	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4	3	5	5	4.16
62	STIE YKPN	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83

63	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4	5	5	4.66
64	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
65	STIE YKPN	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	4	5	5	5	4.5
66	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	5	5	4	5	5	5	4.83
67	Universitas Teknologi Yogyakarta	2018	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
68	Universitas Ahmad dahlan	2019	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	5	4	4	5	5	5	4.66
69	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
70	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
71	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
72	Universitas Islam Indonesia	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	5	5	4.83
73	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
74	Universitas Mercu Buana	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4	5	4	4	4.33
75	Universitas Ahmad dahlan	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
76	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	3	4	5	5	5	4.5
77	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	4	5	5	4.66
78	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	4	3	3	4	5	5	4

79	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	4	5	4.33
80	Universitas Mercu Buana	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	5	5	5	4.66
81	Universitas Negeri Yogyakarta	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	4	4	5	4	5	5	4.5
82	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	5	4	5	5	4.5
83	Universitas Ahmad dahlan	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4	4	5	5	4.5
84	YKPN	2018	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
85	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	4	4	4	5	5	4.33
86	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2017	Laki - Laki	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	4	4	5	5	5	4.66
87	Universitas Janabadra	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	4	5	4.66
88	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
89	Universitas Gajah Mada	2020	Laki - Laki	51 - 60	Setiap hari	4	4	3	3	4	4	3.66
90	Universitas Gajah Mada	2021	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	3	4	4	5	3.83
91	Universitas Janabadra	2018	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	3	3	3	4	4	4	3.5
92	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4	4	4	5	4.33
93	Universitas Negeri Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	3	4	4	3	4	4	3.66
94	AMIKOM	2018	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	5	5	4.83

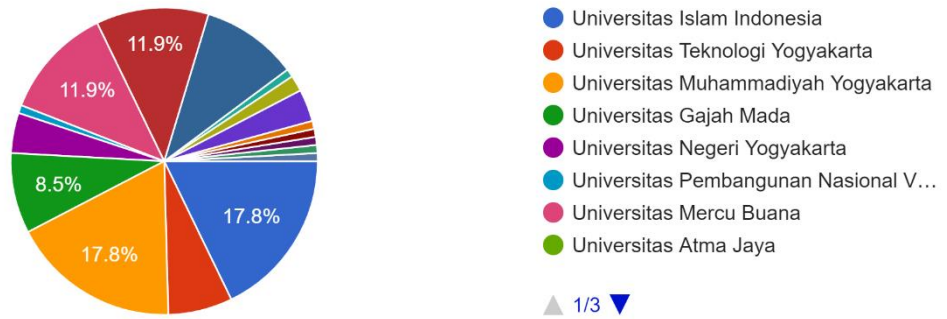
95	Universitas Mercu Buana	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
96	Universitas Pembangunan Nasional Veteran	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
97	Universitas Sanata Dharma	2021	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
98	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
99	Universitas Ahmad dahlan	2021	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	4	5	5	5	4.66
100	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2019	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	4	5	5	4.83
101	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	4	5	4	5	5	4.66
102	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Perempuan	41 - 50	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
103	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
104	Universitas Ahmad dahlan	2018	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
105	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	4	5	5	5	5	5	4.83
106	Universitas Mercu Buana	2020	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	4	5	5	4.83
107	Universitas Islam Sunan Kalijaga	2017	Perempuan	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
108	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2018	Laki - Laki	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	4	4	5	4	5	4.5
109	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	4	4	5	4	4	4	4.16

110	Universitas Teknologi Yogyakarta	2020	Perempuan	31 - 40	1-3 kali/bulan	5	3	3	4	5	3	3.83
111	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	4	3	3	5	4.16
112	Universitas Islam Indonesia	2018	Perempuan	41 - 50	Setiap hari	4	3	3	5	5	5	4.16
113	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	2019	Perempuan	41 - 50	1-3 kali/bulan	5	5	5	4	4	5	4.66
114	Universitas Gajah Mada	2019	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	4	5	5	5	5	4.83
115	Universitas Mercu Buana	2020	Perempuan	41 - 50	4-5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5
116	Universitas Islam Indonesia	2017	Laki - Laki	41 - 50	4-5 kali/bulan	3	3	3	3	3	4	3.16
117	Universitas Islam Indonesia	2021	Perempuan	51 - 60	4-5 kali/bulan	5	5	4	5	5	5	4.83
118	Universitas Negeri Yogyakarta	2019	Laki - Laki	51 - 60	> 5 kali/bulan	5	5	5	5	5	5	5



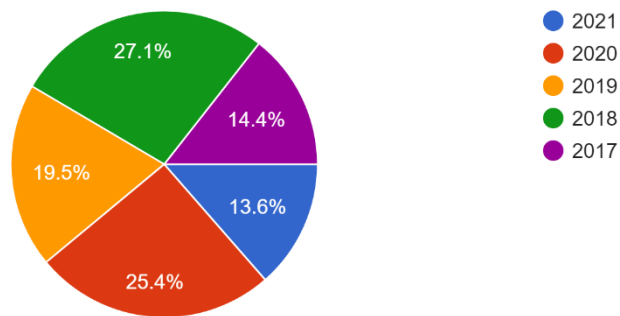
### Orang Tua dari Mahasiswa/i yang Berkuliah di Perguruan Tinggi

118 responses



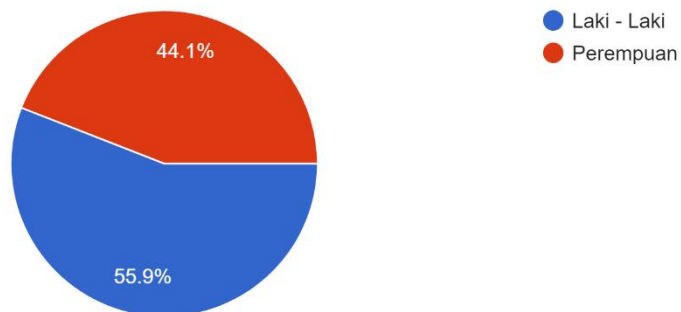
### Angkatan

118 responses



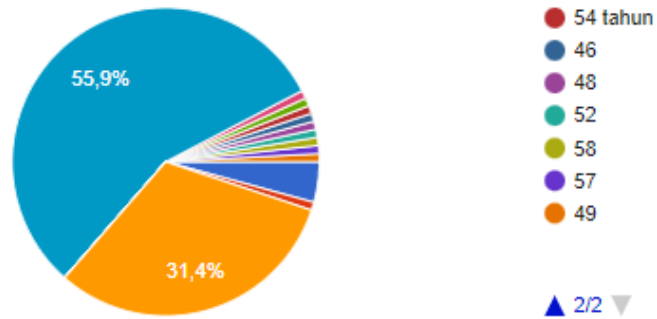
### Jenis Kelamin

118 responses



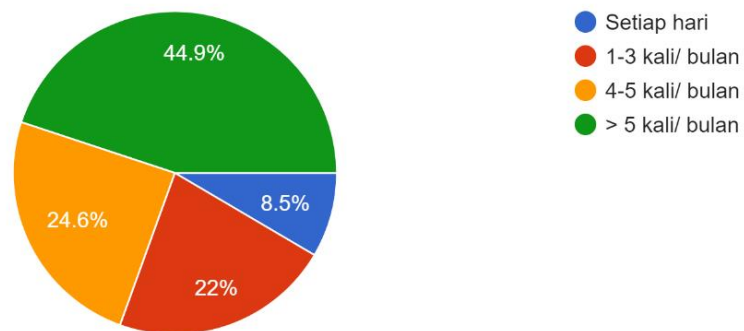
## Usia

118 jawaban



## Frekuensi Penggunaan uang elektronik dalam sebulan

118 responses



البحر العربي للدراسات والبحوث



### Lampiran 3 Hasil Analisis Data

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan (X1)	118	3.00	5.00	4.7034	.52801
Persepsi Manfaat (X2)	118	3.00	5.00	4.4237	.64592
Persepsi Keamanan (X3)	118	3.00	5.00	4.3983	.64238
Minat (Y)	118	3.00	5.00	4.5508	.57879
Valid N (listwise)	118				

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,915	Valid
		X1.2	0,885	Valid
2.	Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0,840	Valid
		X2.2	0,665	Valid
		X2.3	0,786	Valid
3.	Persepsi Keamanan (X3)	X3.1	0,716	Valid
		X3.2	0,759	Valid

		X3.3	0,555	Valid
		X3.4	0,760	Valid
4.	Minat (Y)	Y.1	0,783	Valid
		Y.2	0,697	Valid
		Y.3	0,771	Valid
		Y.4	0,812	Valid
		Y.5	0,747	Valid
		Y.6	0,677	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Chronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,762	Reliabel
2	Persepsi Manfaat (X2)	0,646	Reliabel
3	Persepsi Keamanan (X3)	0,619	Reliabel
4	Minat (Y)	0,838	Reliabel

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandarized Residual
N			118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.15567886

Most Extreme Differences	Absolute		.138
	Positive		.063
	Negative		-.138
Test Statistic			.138
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.18 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.015
		Upper Bound	.022
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> <p>d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.</p>			

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan (X1)	.714	1.401
Persepsi Manfaat (X2)	.687	1.455
Persepsi Keamanan (X3)	.630	1.588

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>
---------------------------

Model		Sig.
1	(Constant)	.100
	Persepsi Kemudahan (X1)	.229
	Persepsi Manfaat (X2)	.430
	Persepsi Keamanan (X3)	.186

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.488	2.18386
a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2) b. Dependent Variable: Minat (Y)				

Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	546.781	3	182.260	38.216	.000 <sup>b</sup>
	Residual	543.693	114	4.769		
	Total	1090.475	117			
c. Dependent Variable : Minat (Y) d. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2)						

Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik T

Coefficients <sup>a</sup>	
---------------------------	--

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan	
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.063	2.136		1.902	.060	
	Persepsi Kemudahan (X1)	.465	.220	.166	2.116	.037	Hipotesis didukung
	Persepsi Manfaat (X2)	.913	.163	.448	5.615	.000	Hipotesis didukung
	Persepsi Keamanan (X3)	.358	.125	.240	2.874	.005	Hipotesis Didukung

