

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI
MANFAAT, SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
PENGUNAAN *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



Oleh:

Nama : Ikhwan Tri Utomo
No. Mahasiswa : 12312408

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, SIKAP
DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* DI
KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Ikhwan Tri Utomo

No. Mahasiswa : 12312408

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 22 Mei 2018

Penulis
KETERAI TEMPEL
EDP15AFF067702017
6000
CANTIK KAMPUS
(Ikhwani I.I.I Utomo)

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, SIKAP
DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* DI
KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Dosen Pembimbing,

Yunan Najamuddin, Drs., M.B.A

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, SIKAP DAN NORMA
SUBJEKTIF TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Disusun Oleh : **IKHWAN TRI UTOMO**

Nomor Mahasiswa : **12312408**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 25 Juli 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA.

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

“The way to get started is to quit talking and begin doing”

-Walt Disney-

“Impossible is Nothing”

-Adidas-

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbilalaamiin, pujian dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA”. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa manusia kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan strata satu fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas dasar bantuan berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tulus serta rasa hormat kepada :

1. Drs Dekar Urumsah S.Si.,M.Com.(SI),Ph. Selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia, atas bantuan dalam memberikan masukan selama masa studi penulis.
2. Drs Yunan Najamudin M.B.A, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan studi strata satu.
4. Orang tua tercinta, Bapak Suwardi dan Ibu Etmiami, yang selalu membimbing, mensupport dan memberikan do'a serta semangat dengan tak pernah lelah mendidik untuk selalu mencari ilmu, belajar, ibadah, dan berdo'a.
5. Kedua kaka yang saya cintai, Habib Utomo dan Khoyrudin Utomo, yang selalu memberikan dukungan untuk segera menyelesaikan kuliah.
6. Sahabat saya Arena Disc yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan untuk terus belajar dalam segala hal.

7. Sahabat TEKYAN 2012 atas support yang tiada hentinya .

8. Pak Zahri yang selalu membimbing saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mohon masukannya dari segala pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 22 Mei 2018

Ikhwan Tri Utomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Teori Keagenan	9
2.1.1 E-Money.....	9
2.1.2 Determinan Auditor Switching	10
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-money</i>	15

2.2.	Penelitian Terdahulu	17
2.3.	Hipotesis	24
2.4.	Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Pendekatan Penelitian	29
3.2.	Populasi dan Sampel	29
3.3.	Jenis dan Sumber Data	30
3.4.	Metode Pengumpulan Data	30
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.6.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	33
3.7.	Metode Analisis Data	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	38
4.2.	Deskripsi Responden	38
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.4.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	42
4.5.	Uji Asumsi Klasik	46
4.6.	Analisis Regresi Berganda	49
4.7.	Analisis Koefisien Determinasi	51
4.8.	Analisis Uji F	52
4.9.	Uji Hipotesis	53
4.10.	Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	60
5.2.	Keterbatasan Penelitian	60

5.3. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
Lampiran	64

DAFTAR TABEL

Tabel

2.1. Penelitian Terdahulu	21
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	40
4.4. Hasil Uji Validitas.....	41
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.6. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.7. Hasil Uji Normalitas	47
4.8. Hasil Uji Multikolinieritas	48
4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	52
4.11. Hasil Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1. Model TAM (Davis, 1989).....	13
2.2. Skema of Theory of Planned Behaviour.....	14
2.3. Kerangka Pemikiran	28
4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1.	Kuesioner Penelitian	64
2.	Data Tabulasi Penelitian	67
3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.	Hasil Uji Regresi.....	80

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, dan norma subyektif berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII

Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa UII. Teknik pengambilan sampel (*sampling*) dalam penelitian ini adalah pemilihan sampel dengan pertimbangan (*judgement/purposive sampling*). Analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money dan norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money

Kata Kunci : persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, norma subyektif dan minat penggunaan e-money

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the perceptions of convenience, perceptions of benefits, attitudes, and subjective norms affect the interest in the use of e-money among students UII

The population used is all UII students. Sampling technique in this research is sample selection with judgment / purposive sampling. Data analysis used multiple regression analysis.

The result of hypothesis testing proves ease of positive perception toward the interest of e-money usage, beneficial perception have positive effect toward interest of e-money usage, positive attitude toward e-money usage and subjective norm have positive effect on interest of e-money usage

Keywords: perception of ease, perception of benefits, attitude, subjective norms and interest in the use of e-money

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung hingga saat ini menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pola hidup masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis (Parastiti, Mukhlis, & Haryono, 2015). Dalam perekonomian yang modern lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah sedemikian cepatnya sehingga memerlukan dukungan tersedianya sistem pembayaran yang handal yang memungkinkan dilakukannya pembayaran secara lebih cepat, efisien, aman dan handal (Bank Indonesia, 2006).

Dari sisi sistem pembayaran non tunai, Bank Indonesia berkepentingan untuk memastikan bahwa sistem pembayaran non tunai yang digunakan oleh masyarakat dapat berjalan secara aman, efisien dan handal. Oleh karena itu, perkembangan penggunaan alat pembayaran non tunai mendapat perhatian yang serius dari Bank Indonesia mengingat perkembangan pembayaran non tunai diharapkan dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai dan semakin meningkatkan efisiensi perekonomian dalam masyarakat (Bank Indonesia, 2006).

Salah satu sistem pembayaran non tunai di Indonesia adalah *electronic money* atau lebih dikenal sebagai *e-money*. Uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di Bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Utami & Kusumawati, 2017).

Perkembangan *e-money* di Indonesia berkembang sangat cepat. Berikut ini merupakan jumlah nilai dan transaksi *e-money* di Indonesia.

Tabel 1.1

Volume dan Transaksi *E-money* di Indonesia

Tahun	Nilai (Jutaan Rupiah)	Volume
2011	41.060.149	981.297
2012	100.623.916	1.971.550
2013	137.900.779	2.907.432
2014	203.369.990	3.319.556
2015	535.579.528	5.283.018
2016	683.133.352	7.063.689
2017	943.319.933	12.375.469

Sumber : Statistik BI

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan tingkat transaksi dan nilai *e-money* di Indonesia mengalami trend meningkat dari tahun 2011 sampai dengan 2017. Nilai transaksi tahun 2011 adalah sebesar 981.297 transaksi dengan nilai Rp. 41.060.149 Juta. Nilai tersebut meningkat signifikan pada tahun 2017 dengan nilai transaksi sebesar 12.375.469 dengan nilai Rp. 943.319.933 Juta. Peningkatan tersebut juga dipengaruhi oleh produksi kartu *e-money* yang telah diterbitkan diantaranya adalah Flazz oleh BCA, e-Toll oleh Bank Mandiri, BRIZZI oleh BRI, T-Cast oleh Telkomsel, dan lain-lain.

Selain dengan adanya dukungan dari pemerintah, dalam hal ini adalah BI, peningkatan transaksi melalui *e-money* dipicu oleh banyaknya keuntungan yang diberikan oleh *e-money*, baik bagi masyarakat, industri, maupun bagi bank Indonesia. Beberapa keuntungan menurut (Utami & Kusumawati, 2017) dalam menggunakan *e-money* adalah, pertama, memberikan kemudahan dalam transaksi pembayaran secara cepat dan aman bagi masyarakat luas. Kedua, masalah *cash handling* dapat dipecahkan yang selama ini sering dialami ketika menggunakan uang tunai sebagai pembayaran bagi industri. Ketiga, meningkatkan efisiensi percetakan uang dan penggandaan uang bagi bank Indonesia. Tidak heran jika *e-money* telah banyak digunakan oleh masyarakat. Beberapa transaksi yang sering digunakan bahkan diharuskan dengan *e-money* adalah parkir, transportasi (kereta, tansjakarta), toll. Bahkan uang elektronik sudah menjalar ke berbagai instansi seperti pendidikan. Di dunia pendidikan aplikasi *e-money* biasanya dalam bentuk kartu mahasiswa, atau kartu khusus yang dapat digunakan dalam transaksi di wilayah institusi terkait.

Meskipun dari sisi teknologi alternatif penggunaan instrumen pembayaran non tunai sangat *feasible* untuk menggantikan uang tunai namun demikian aspek psikologis, keamanan, kenyamanan dan kepercayaan masyarakat terhadap uang kas kemungkinan besar tetap merupakan hambatan yang masih harus dihadapi dalam pengembangan instrumen pembayaran non tunai (Bank Indonesia, 2006). Dalam perkembangannya, sistem pembayaran non tunai sangat dipengaruhi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan perubahan pola hidup masyarakat. Saat ini perkembangan instrumen pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pada akhir-akhir ini telah membawa dampak yang besar terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam sistem pembayaran tersebut. Dengan dukungan teknologi yang semakin maju, masyarakat pengguna maupun penyedia jasa sistem pembayaran non tunai secara terus menerus mencari alternatif instrumen pembayaran non tunai yang lebih efisien dan aman (Bank Indonesia, 2006).

E-Money dibagi menjadu dua, yakni berdasarkan jenisnya yaitu **Prepaid Software** dan prepaid card. Prepaid Software biasa disebut dengan digital cash, adalah E-Money yang nilainya tersimpan dalam hard disk pada sebuah PC. Untuk memindahkan dananya membutuhkan jaringan internet. Prepaid card biasa disebut dengan elektronik purches, adalah E-Money yang nilainya disimpan pada suatu chip ditanamkan di sebuah kartu. Contoh dari prepaid card adalah FLAZZ BCA, Mandiri E-Money, Brizzi dan BNI Prepaid. FLAZZ BCA adalah contoh kartu prepaid pertama yang menggunakan sistem E-Money. Bank BCA merupakan

Bank yang pertama memanfaatkan kecanggihan teknologi E-Money dengan mengeluarkan prepaid card berteknologi canggih.

Beberapa penelitian mengenai *e-money* telah dilakukan. Miliani, Purwanegara, & Indriani (2013) membuktikan persepsi keuntungan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* sedangkan persepsi resiko dan keamanan serta *bank consideration* tidak mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Prayidyaningrum (2016) membuktikan bahwa penerapan norma subyektif dan sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Husni & Halim Fairol (2014) membuktikan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kesadaran layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Husni & Halim Fairol (2016) membuktikan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat dan transaksi penggunaan *e-money*. Sigar (2016) membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Penelitian Husni & Halim Fairol (2014, 2016) dan Prayidyaningrum (2016). Pembaharuan dari penelitian ini akan menggunakan pendekatan teori TAM dan teori TPB dalam memprediksi minat penggunaan *e-money* dikalangan mahasiswa UII. Pendekatan teori TAM dilihat dari variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dan pendekatan teori TPB dilihat dari variabel sikap dan norma subyektif.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI**

MANFAAT, SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII?
4. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII?

1.3 Tujuan Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebaga berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis norma subyektif berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa UII.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak, antara lain sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan pengetahuan tentang penggunaan *e-money*, dengan mengetahui faktor-faktor penggunaan *e-money* maka dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Dapat membandingkan konsep-konsep yang ada sehingga mempelajarinya dan kemudian diteliti lebih lanjut tentang penggunaan sistem informasi.

3. Bagi Peneliti lain

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi peneliti lain untuk lebih lanjut mempelajari mengenai masalah yang berhubungan dengan pelatihan sistem informasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diajukan pada penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab yang dicakup dalam uraian ringkas pada masing-masing bab, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori-teori yang menjelaskan permasalahan yang akan diteliti secara ringkas yang berisi konsep-konsep dasar sebagai landasan dalam penelitian. Dalam bab ini juga berisi penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan uraian metode penelitian yang dilakukan yang berisi tentang populasi dan sampel, variabel-variabel penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil data yang berkaitan dengan penyelesaian penelitian yang telah ditemukan dengan menggunakan alat dan langkah analisis data sehingga membawa ke tujuan dan sasaran penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari pembahasan secara keseluruhan, keterbatasan penelitian, dan juga saran serta rekomendasi untuk meningkatkan penelitian dan memperbaiki yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *E-money*

Uang elektronik atau *e-money* berdasarkan publikasi yang diterbitkan oleh *Bank for International Settlement (BIS)* didefinisikan sebagai suatu *produk stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang (Hidayati, Nuryanti, Firmansyah, Fadly, & Darmawan, 2006). Uang elektronik diatur dalam PBI Nomor 16/8/PBI/2014 tentang perubahan atas PBI Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*). Menurut Bank Indonesia dalam Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014- Uang Elektronik (*Electronic Money*) pasal 1 poin 3 yang dimaksud dengan uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut
4. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan

Ada banyak jenis-jenis transaksi yang dapat ditempuh dengan menggunakan uang elektronik, jenis-jenis transaksi tersebut antara lain: *pertama*, penerbitan dan pengisian ulang uang elektronik, Sebelum penerbit menerbitkan uang elektronik, penerbit akan mengisi nilai uang terlebih dulu ke dalam media elektronik yang akan digunakan sebagai uang elektronik. Kemudian apabila nilai uang elektronik yang dipegang oleh pemegang sudah habis, pemegang dapat melakukan pengisian ulang (*top up*). *Kedua*, transaksi pembayaran dengan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui penukaran nilai uang yang ada di dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dengan penjual dengan menggunakan *protocol* yang telah ditetapkan sebelumnya *Ketiga*, transfer. Transfer dalam fasilitas uang elektronik merupakan fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi perlengkapan khusus oleh penerbit (Hidayati et al., 2006, p. 10). *Keempat*, tarik tunai yaitu fasilitas penarikan uang atas nilai uang elektronik yang tercatat dalam media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukakan setiap saat oleh pemegang Dan *kelima*, *Refund/Redeem* yakni penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik dilakukan pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir, ataupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang

2.1.2 Teori Adopsi Teknologi

Teori adopsi teknologi yang digunakan dalam bagian ini adalah mengenai teori penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM) dan teori perencanaan perilaku atau *theory of planned behaviour* (TPB)

2.1.2.1 TAM (Technology Acceptance Model)

TAM (*Technology Acceptance Model*) pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) dan kemudian dipakai serta dikembangkan kembali oleh banyak peneliti. TAM digunakan untuk mengetahui dan memprediksi penerimaan penggunaan terhadap suatu teknologi. TAM merupakan pengembangan dari TRA dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasar pada pengaruh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989). Menurut Davis (1989) TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. TAM yang diadopsi dari TRA menawarkan sebagai landasan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pemakai dalam penerimaan dan penggunaan sistem informasi (Davis, 1989).

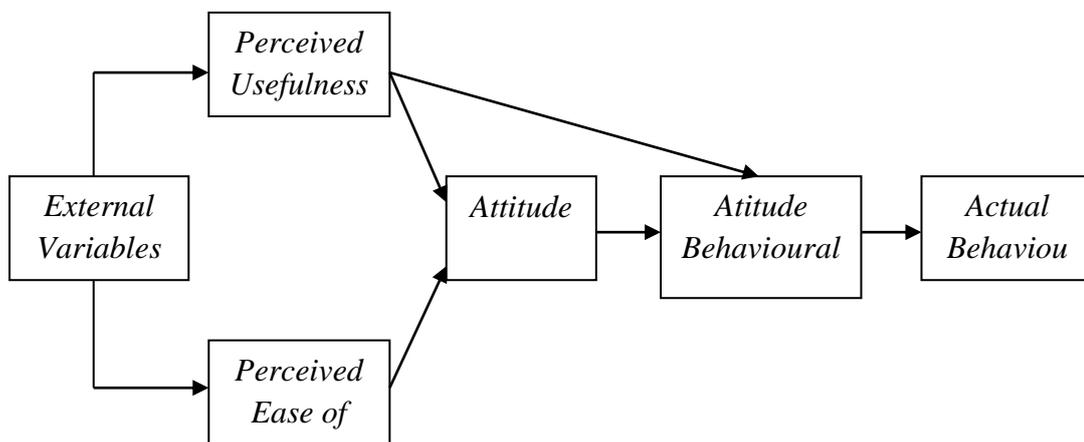
Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi yang pertama kali diusulkan oleh Davis et al. pada tahun 1989. Technology Acceptance Model (TAM) merupakan adaptasi dari Theory Reasoned Action (TRA) dan Theory Planning Behaviour (TPB) telah berhasil menjelaskan konteks penelitian psikologis sosial dengan menghubungkan perilaku niat dan perilaku

aktual dan telah berhasil diimplementasikan pada berbagai macam perilaku manusia (Nasri & Charfeddine, 2012).

TAM telah terbukti menjadi model teoretis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku pengguna informasi teknologi (Legris, Ingham, & Colletette, 2003). TAM digunakan untuk menjelaskan tentang penerimaan atau penolakan terhadap teknologi informasi yang beradaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) . TAM menambahkan dua persepsi utama ke dalam model TRA yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, Bagozzi, & Warhaw, 1989). Berdasarkan TAM, menggunakan sistem teknologi dipengaruhi langsung atau tidak langsung oleh perilaku minat pengguna, sikap pengguna, manfaat penggunaan sistem, dan kemudahan yang dirasakan dari sistem (Park, 2009). Model TAM digunakan untuk melihat penerimaan pengguna teknologi dimana penggunaan teknologi ditentukan oleh minat perilaku, dimana minat perilaku itu sendiri ditentukan dari sikap terhadap perilaku dan persepsi kegunaan (Davis et al., 1989). Persepsi terhadap manfaat atau kegunaan penggunaan dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi mempengaruhi sikap individu terhadap minat penggunaan teknologi itu sendiri (Davis, 1989).

Technology Acceptance Model adalah sistem yang terdiri dari jaringan semua saluran komunikasi yang digunakan dalam sebuah organisasi teori bahwa bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi (Davis et.al, 1989). Model ini menunjukkan bahwa ketika pengguna dihadapkan dengan sebuah teknologi baru, sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan mereka

tentang bagaimana dan kapan mereka menggunakannya. TAM menunjukkan kegunaan dan kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat individu dalam menggunakan teknologi informasi, dengan determinan attitudinal, dipisahkan masing-masing menjadi perilaku pemakaian (*usage*) dengan dua perangkat variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang diterapkan pada berbagai konteks penerimaan teknologi komputer.

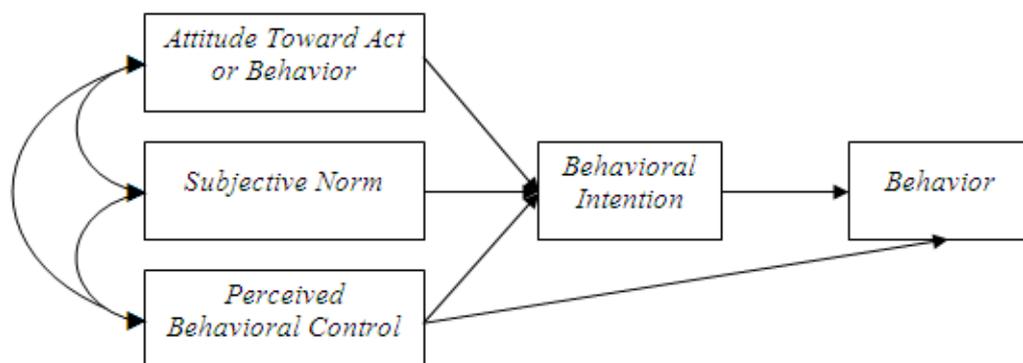


Gambar 2.1 Model TAM (Davis, 1989)

2.1.2.2 TPB (Theory of Planned Behaviour)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1985. TPB beranggapan bahwa kepercayaan pemakai bergantung pada situasi masing-masing. Karena itu model TPB tidak berasumsi bahwa kepercayaan itu yang berlaku pada satu konteks juga akan berlaku pada konteks yang lain. Walaupun beberapa kepercayaan ada yang digeneralisasi dan ada juga yang tidak (Siregar, 2011).

Menurut TPB, seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya hanya jika ia memiliki kontrol terhadap perilakunya (Ajzen, 2008). Teori ini tidak hanya menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku manusia, tetapi juga pada belief bahwa target tingkah laku berada di bawah kontrol kesadaran individu tersebut. Suatu tingkah laku tidak hanya bergantung pada intensi seseorang, melainkan juga pada faktor lain yang tidak ada dibawah kontrol dari individu, misalnya ketersediaan sumber dan kesempatan untuk menampilkan tingkah laku tersebut (Ajzen, 2008).



Gambar 2.2 Skema of *Theory of Planned Behavior*

2.1.3 Minat Penggunaan *E-money*

Minat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat tersebut muncul akibat adanya keinginan, kesukaan dalam melakukan kegiatan tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan (Davis, 1989). Sedangkan menurut Davis (1989) minat perilaku adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta

keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Davis, 1989). Peneliti selanjutnya menyatakan bahwa sikap perhatian untuk menggunakan adalah prediksi yang baik untuk mengetahui penggunaan sistem (*actual usage*).

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-money*

2.1.3.1 Persepsi Kemudahan

Davis, Bagozzi, & Warhaw (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

2.1.3.2 Persepsi Manfaat

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya

2.1.3.3 Sikap

Menurut Schiffman & Kanuk (2010) mengatakan bahwa sikap adalah predisposisi yang dipelajari dalam merespon secara konsisten sesuatu objek, dalam bentuk suka atau tidak suka. Sikap disebut juga sebagai konsep paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap memiliki tiga komponen sikap / unsur yaitu Kognitif (pengetahuan), Afektif (emosi, perasaan) dan Konatif (tindakan). Model tiga komponen sikap merupakan model yang dikembangkan oleh para ahli perilaku yang menentukan secara tepat komposisi sikap dengan maksud agar perilaku dapat dijelaskan dan diprediksi.

2.1.3.4 Norma Subyektif

Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan. Kontribusi pendapat dari setiap rujukan yang diberikan bobot dengan motivasi bahwa seorang individu harus mematuhi keinginan rujukan itu.

Norma subjektif (*subjective norms*) dibentuk oleh:

1. *Normative Belief* (keyakinan normatif), yaitu keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir subjek seharusnya atau tidak melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan, dan

2. *Motivation to Comply* (motivasi mematuhi), yaitu motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

Menurut Fishbein dan Ajzen dalam (Ramdhani, 2011), norma subjektif merupakan keyakinan individu mengenai harapan orang-orang sekitar yang berpengaruh (*significant other*) baik perorangan ataupun perkelompok untuk menampilkan perilaku tertentu atau tidak. Pengertian diatas menjelaskan bahwa norma subjektif adalah produk dari persepsi individu tentang kepercayaan yang dimiliki orang lain. *Significant other* memberikan panduan tentang hal yang tepat untuk melakukannya.

Norma subyektif merupakan kecenderungan yang dipelajari dari konsumen melalui keyakinannya bahwa referen berpikir tentangsesuatu yang akan dilakukan oleh konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2010). Referen merupakan kelompok di sekitar konsumen (orang lain penting) ketika konsumen mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut,sehingga konsumen mengambil banyak nilai, sikap, atau perilaku paraanggota kelompok. Karena itu referen dapat berupa anggota keluarga, teman, sahabat, atasan, bawahan dan seorang ahli. Ketika seorang nasabah menganggap penting referensi dari kelompok tersebut makan akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan asuransi syariah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Prayidyaningrum & Djamaludin (2016) meneliti mengenai menganalisis pengetahuan, sikap, dan niat beli Uang elektronik di kalangan mahasiswa sarjana didekati oleh Theory of Planned Behavior (TPB). Penelitian

ini melibatkan 100 mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor (IPB) yang dipilih secara acak. Rancangan penelitian ini adalah penelitian cross sectional dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan niat untuk menggunakan adalah kategori tinggi, sedangkan proporsi terbesar norma subjektif dan kontrol perilaku berada pada kategori menengah. Sedangkan menurut model Teori Perilaku Terencana (TPB), sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku memiliki korelasi positif dengan niat untuk menggunakan *e-money*. Sikap dan kepercayaan subjektif mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-money*.

Husni & Halim Fairol (2014) meneliti mengenai niat konsumen untuk menggunakan mobile *e-money* yang disesuaikan dari dua variabel TAM sebelumnya (Technology Acceptance Model). Penelitian ini memperkenalkan variabel tambahan yaitu kesadaran pelayanan. Kerangka konseptual mobile *e-money* ditinjau untuk memahami maksud perilaku konsumen dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived behavioral control* dan awareness of service. Metode kuantitatif digunakan sebagai sumber pengumpulan data. Sebanyak seribu responden dipilih dengan menggunakan metode stratified sampling di Padang, Indonesia. Analisis deskriptif dan analisis Regresi Berganda dilakukan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*

Penelitian Utami & Kusumawati (2017). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis pengaruh penggunaan, kenyamanan, dan keamanan minat

mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (2) Menganalisis pengaruh emoney terhadap minat siswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (3) Menganalisis Pengaruh kemudahan *e-money* terhadap minat siswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (4) Menganalisis pengaruh keamanan *e-money* terhadap minat siswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*. Jenis Penelitian Deskriptif-Kuantitatif. Variabel penelitian terdiri dari, X 1 = Penggunaan X2 = Kenyamanan, X3 = Keamanan, Y = adalah kepentingan dalam menggunakan *e-money*. Data Penelitian adalah Data Primer, diperoleh dari hasil pendistribusian kuesioner yang dirancang dengan skala linkert. Sampel penelitian adalah mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta yang dipilih oleh acara berjumlah 100 responden. Instrumen Uji menggunakan Uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Analisis Teknik, Regresi Berganda, Asumsi Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t). Hasilnya menunjukkan nilai Sig. Variabel penggunaan (X1) $0,526 > 0,05$ sehingga H1 ditolak, penggunaan emoney tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa menggunakan *e-money*. Nilai Sig variabel kemudahan (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H2 menerima kemudahan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat siswa dalam menggunakan *e-money*. Nilai Sig Keamanan (X3) adalah $0,036 < 0,05$ sehingga H3 menerima, efek keamanan uang elektronik terhadap minat siswa menggunakan *e-money*.

Penelitian Candraditya & Idris (2013) meneliti mengenai menganalisis minat siswa untuk menggunakan kartu Flazz BCA tidak hanya sebagai kartu identitas tetapi juga sebagai alat pembayaran untuk transaksi ekonomi. Tujuan

dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen seperti pengetahuan produk, persepsi kegunaan, dan kesesuaian harga terhadap niat untuk menggunakan sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier, uji F, uji t, dan koefisien uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai koefisien positif, tetapi tidak semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kesesuaian harga memiliki pengaruh terbesar pada niat untuk menggunakan karena memiliki koefisien regresi terbesar 0,368. Dirasakan kegunaan memiliki pengaruh terbesar kedua pada niat untuk digunakan karena memiliki koefisien regresi 0,262. Sementara pengetahuan produk memiliki dampak terkecil karena memiliki nilai koefisien regresi terkecil 0,105.

Penelitian Parastiti et al., (2015) meneliti mengenai minat mahasiswa terhadap penggunaan uang elektronik BRIZZI. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus atau pendekatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KTM terpadu (Kartu Tanda Mahasiswa) tidak meningkatkan penggunaan uang elektronik BRIZZI di kalangan siswa. Minat siswa tentang penggunaan uang elektronik BRIZZI sebagai alat pembayaran masih sangat rendah.

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

No	Penulis	Variabel	Hasil/kesimpulan	Saran
1	Prayidyaningrum & Djamaludin (2016)	Variabel Dependen: niat untuk menggunakan <i>e-money</i> Variabel Independen: sikap, norma subyektif, kontrol perilaku	sikap dan niat untuk menggunakan adalah kategori tinggi, sedangkan proporsi terbesar norma subjektif dan kontrol perilaku berada pada kategori menengah. Sedangkan menurut model Teori Perilaku Terencana (TPB), sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku memiliki korelasi positif dengan niat untuk menggunakan <i>e-money</i> . Sikap dan kepercayaan subjektif mempengaruhi niat untuk menggunakan <i>e-money</i> .	Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain untuk memperkuat penelitian ini atau mengganti variabel ini dengan proksi lainnya.
2	Husni & Halim Fairol (2014)	Variabel Dependen: niat konsumen untuk menggunakan mobile <i>e-money</i> Variabel Independen: <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease</i>	Hasil penelitian menunjukkan <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived behavioral control</i> berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> .	Menambah variabel lain

		<i>of use, perceived behavioral control</i> dan awareness of service		
3	Utami & Kusumawati (2017)	Variabel Dependen: minat menggunakan e-money Variabel Independen: Penggunaan, Kenyamanan, Keamanan	penggunaan emoney tidak berpengaruh signifikan terhadap minat siswa menggunakan <i>e-money</i> kemudahan <i>e-money</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat siswa dalam menggunakan <i>e-money</i> efek keamanan uang elektronik terhadap minat siswa menggunakan <i>e-money</i>	Menambahkan variabel-variabel independen yang lainnya
4	Candraditya & Idris (2013)	Variabel DependenL minat menggunakan Variabel Independen: pengetahuan produk, persepsi kegunaan, dan kesesuaian harga	Variabel kesesuaian harga merupakan variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terbesar terhadap variabel minat menggunakan. 2. Variabel persepsi manfaat menghasilkan hasil regresi positif dan	Menambah variabel independen lainnya

			signifikan dengan pengetahuan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan,	
5	Parastiti et al., (2015)	Variabel Dependen: minat menggunakan kartu Brizi Variabel Independen: Informasi dan sikap	nggunaan BRIZZI oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang masih rendah. Rendahnya tingkat penggunaan BRIZZI disebabkan karena minat mahasiswa terhadap penggunaan BRIZZI pun rendah. Faktor utama rendahnya minat mahasiswa terhadap penggunaan BRIZZI disebabkan kurangnya informasi mengenai produk Brizzi dan tidak adanya sikap terbuka dari mahasiswa. Selain itu, mahasiswa lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena mahasiswa telah terbiasa menggunakan uang tunai yang mana menurut mereka	Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

			lebih praktis dibandingkan dengan uang elektronik Brizzi.	
--	--	--	---	--

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem informasi. Persepsi kemudahan penggunaan dapat menyakinkan pengguna bahwa teknologi yang akan digunakannya mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka (Davis, 1989).

Dalam TAM, faktor kemudahan berhubungan dengan sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu sistem informasi. Sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu sistem informasi dapat digunakan untuk memprediksi penggunaan sistem informasi dalam penelitian ini adalah *e-money*

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem informasi. Persepsi kemudahan penggunaan dapat menyakinkan pengguna bahwa teknologi yang akan digunakannya mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Di dalam penggunaan *e-money*, apabila seseorang

mahasiswa merasa *e-money* memudahkan kinerja maka mereka akan merasakan manfaat dari penggunaan *e-money*.

Hasil penelitian (Husni & Halim Fairol, 2014; Utami & Kusumawati, 2017) membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah :

H1 : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis et al., 1989). Dalam teori TAM, (Davis, 1989; Davis et al., 1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Dalam teori TAM menunjukkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), dan perilaku (*behavior*) di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan konstruk yang lain (Davis, 1989). Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Hasil penelitian Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.

Hasil penelitian (Husni & Halim Fairol, 2016; Parastiti et al., 2015; Utami & Kusumawati, 2017) membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah :

H2 : persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

2.3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

(Davis, 1989; Davis et al., 1989) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. TPB berpendapat bahwa perilaku individu didorong oleh niat perilaku. Niat berperilaku itu sendiri adalah fungsi dari sikap individu terhadap perilaku (*Attitude toward Behaviour/ATB*), norma subjektif (*Subjective Norms/SN*), dan persepsi pengendalian perilaku (*Perceived Behavioral Control/PBC*). Apabila dihubungkan dengan minat penggunaan *e-money*, semakin besar sikap seseorang akan meningkatkan penggunaan *e-money*. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi baik atau jelek bagi dirinya

Hasil penelitian (Prayidyaningrum & Djamaludin, 2016) membuktikan sikap berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah :

H3 : sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

2.3.3 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

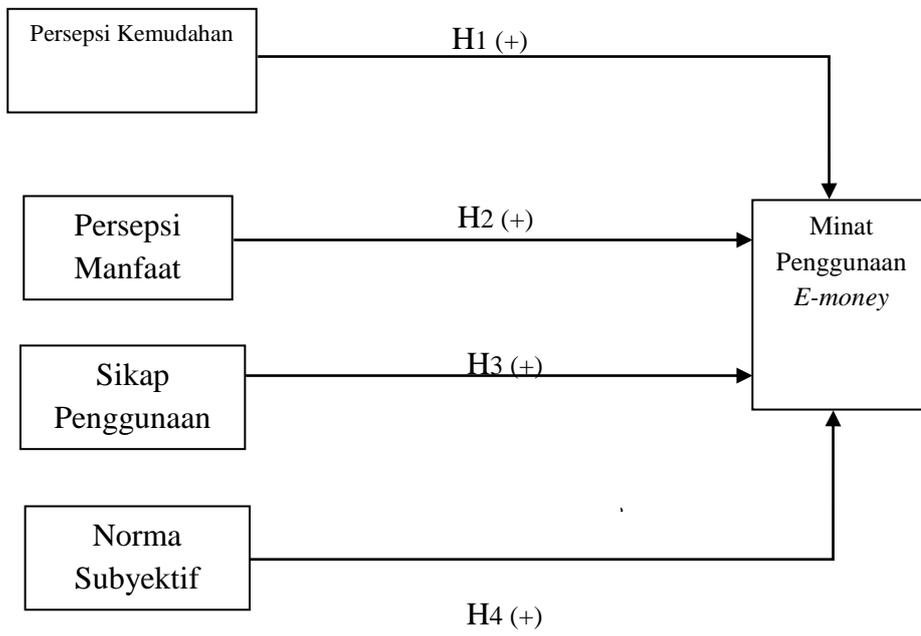
Dalam TPB, Norma subyektif merupakan kecenderungan yang dipelajari dari konsumen melalui keyakinannya bahwa referen berpikir tentang sesuatu yang akan dilakukan oleh konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2010). Referen merupakan kelompok di sekitar konsumen (orang lain penting) ketika konsumen mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok tersebut, sehingga konsumen mengambil banyak nilai, sikap, atau perilaku para anggota kelompok. Karena itu referen dapat berupa anggota keluarga, teman, sahabat, atasan, bawahan dan seorang ahli. Ketika seorang nasabah menganggap penting referensi dari kelompok tersebut maka akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *e-money*. TPB menyatakan bahwa perilaku ditentukan oleh niat. Niat dibentuk oleh norma subyektif.

Hasil penelitian Prayidyaningrum & Djamaludin (2016) membuktikan norma subyektif berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis keempat penelitian ini adalah :

H4 : norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran seperti yang disajikan pada Gambar 2.3 di bawah ini.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasikan melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang terdaftar di Universitas Islam Indonesia.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa UII. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2014), *purposive sampling* adalah tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa yang masih aktif dan terdaftar di Universitas Islam Indonesia.
2. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang pernah menggunakan *e-money*.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dimana data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Data primer disini berupa kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa. Data pada kuesioner tersebut berupa:

1. Karakteristik responden yaitu nama, jenis kelamin, umur, angkatan, fakultas, frekuensi penggunaan *e-money*.
2. Tanggapan responden tentang variabel penelitian.

Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black (2010), minimal jumlah sampel apabila menggunakan analisis regresi berganda adalah 15-20 kali jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel sehingga menurut teori tersebut sampel yang digunakan adalah $5 \times 20 = 100$. Dengan demikian, sampel minimal yang harus diteliti sebanyak 100 mahasiswa UII.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis pada media *Google Form* dan disebarakan melalui sosial media. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang berupa jawaban dari responden. Data kuesioner terdiri dari profil responden, beberapa bagian pertanyaan, masing-

masing bagian terdapat beberapa item pertanyaan.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel dependen, dan variabel independen. Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah merupakan variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat) (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel independen adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, dan norma subyektif.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat penggunaan *E-money*.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala interval. Skala interval adalah skala pengukuran dimana jarak satu tingkat dengan tingkat yang lainnya sama, oleh karena itu skala interval dapat juga disebut skala unit yang sama (*equal unit scale*). Dimana tingkat preferensi responden menggunakan skala likert 4 (enam) poin yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju dan sangat setuju. Item likert sebuah pernyataan yang responden diminta untuk mengevaluasi sesuai dengan segala jenis kriteria subjektif atau objektif, umumnya tingkat persetujuan atau ketidak-setujuan diukur.

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

3.5.2.1 Persepsi Kemudahan (PEOU)

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 4 (empat) item pertanyaan dari (Utami & Kusumawati, 2017).

3.5.2.2 Persepsi Manfaat

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 4 (empat) item pertanyaan dari (Utami & Kusumawati, 2017).

3.5.2.3 Sikap

Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi (Davis, 1989). Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 5 (lima) item pertanyaan dari (Prayidyaningrum & Djamaludin, 2016).

3.5.2.4 Norma Subyektif

Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan. Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 5 (lima) item pertanyaan (Prayidyaningrum & Djamaludin, 2016).

3.5.2.5 Minat Penggunaan

Minat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat tersebut muncul akibat adanya keinginan, kesukaan dalam melakukan kegiatan tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan (Davis, 1989). Pengukuran variabel ini menggunakan 4 (empat) item pertanyaan dari (Utami & Kusumawati, 2017).

3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu data dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Suatu instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan. Untuk itu dilakukan analisis item dengan metode korelasi *product moment pearson* (r). Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$. Uji validitas menggunakan 30 responden. Pernyataan valid bilamana memenuhi kriteria sebagai berikut :

Valid : $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ atau $\text{sig probabilitas} < 0,05$

Tidak valid : $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ atau $\text{sig probabilitas} > 0,05$

3.5.2 Uji Reliabilitas Variabel

Reliabilitas variabel adalah tingkat kehadalan kuesioner, mengungkap variabel penelitian. Suatu data dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap

pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Suatu pertanyaan / pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2013).

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian akan dilakukan terhadap responden, selanjutnya dilakukan analisis penggambaran responden. Analisis dalam bentuk tabel yang selanjutnya diberikan penjelasan seperlunya.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sebelum melakukan pengujian regresi, terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar data yang akan dimasukkan dalam model regresi telah memenuhi ketentuan dan syarat dalam regresi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual memiliki distribusi normal. (Ghozali 2013). Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov Sminorv Test*.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Uji Multikolinearitas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$ maka terjadi gejala Multikolinearitas (Ghozali, 2013).

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi moderasi, untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*

dikalangan mahasiswa UII. Model regresi moderasi ditunjukkan oleh persamaan berikut ini :

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

Keterangan :

Y = Minat penggunaan e-money

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi

X_1 = persepsi kemudahan

X_2 = persepsi manfaat

X_3 = sikap

X_4 = norma subyektif

ε = Error

3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar presentase variasi variabel terikat pada model dapat diterangkan oleh variabel bebas. Koefisien detrmniasi (R^2) dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2013). Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.6.5 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Uji F dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi tingkat signifikan $>0,05$ ($\alpha = 5\%$) berarti model regresi tidak *fit*. Jika probabilitas $<0,05$ berarti model regresi *fit*. Maka dapat diartikan bahwa semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara bersama-sama.

3.6.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t). Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk melakukan pengujian untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Peneliti menggunakan $\alpha = 5\%$. Langkah-langkah yang di tempuh dalam pengujian ini adalah (Ghozali, 2013):

1. Menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).
 - $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$, diduga variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
 - $H_1 : \beta_1 \neq 0$, diduga variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Menetapkan kriteria pengujian yaitu:
 - a. Tolak H_0 jika angka signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 5\%$
 - b. Terima H_0 jika angka signifikansi lebih besar dari $\alpha = 5\%$

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap dan norma subyektif terhadap penggunaan *e-money*, yang menjadi objek penelitiannya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Kuesioner diperoleh dengan menggunakan bantuan *google docs* kepada sebagian mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakan E-Money. Kuesioner online pengguna diupload pada tanggal 8 April 2018 pada pukul 10.00 WIB dan kuesioner ditutup pada tanggal 10 April 2017 pada pukul 10.00 WIB. Total kuesioner yang diperoleh sebanyak 113 kuesioner, hanya 100 kuesioner yang dapat diolah sedangkan 13 kuesioner tidak diisi lengkap. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden

4.2 Deskripsi Responden

Pada bagian ini dilakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, dan fakultas. Karakteristik tersebut diharapkan dapat memberi gambaran tentang keadaan responden. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan sebagai berikut.

4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin responden ditunjukkan pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Pengguna	Persentase (%)
Perempuan	65	65%
Laki-laki	35	35%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2018

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui mayoritas pengguna yang bersedia mengisi kuesioner adalah perempuan dengan persentase sebesar 65% atau 65 responden. Sedangkan pengguna laki-laki sebesar 35 responden atau 35%. Hal tersebut menunjukkan bahwa E-Money lebih banyak digunakan oleh mahasiswa perempuan dari pada laki-laki.

4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data mengenai usia responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan usia responden ditunjukkan pada tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Pengguna)	Persentase (%)
Kurang dari 20 tahun	44	44%
21 tahun – 23 tahun	51	51%
>23 tahun	5	5%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2018

Dari Tabel 4.2 dapat menyatakan bahwa mayoritas pengguna adalah berusia 21-23 tahun dengan jumlah 51 responden atau 51%. Sedangkan secara berturut-turut responden dengan kurang dari 20 tahun sebesar 44 responden atau 44%, dan responden diatas 23 tahun sebesar 5 responden atau 5%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data mengenai asal fakultas responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan asal fakultas responden ditunjukkan pada tabel 4.4.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Asal Fakultas	Jumlah (Pengguna)	Persentase (%)
Ekonomi	86	86%
Kedokteran	4	4%
Psikologi	2	2%
Hukum	5	5%
Lainnya	3	3%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2018

Dari Tabel 4.4 dapat menunjukkan bahwa pengguna yang bersedia mengisi kuesioner mayoritas adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi sebanyak 86 responden atau 86%. Sedangkan pengguna mahasiswa Hukum sebesar 5 responden atau 5%, pengguna mahasiswa Fakultas Kedokteran sebesar 4 responden atau 4%, pengguna mahasiswa Fakultas lainnya sebesar 3 responden atau 3% dan pengguna mahasiswa Fakultas Psikologi sebesar 2 responden

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu data dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Suatu instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan. Untuk itu dilakukan analisis item dengan metode korelasi *product*

moment pearson (r). Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Pearsons's Correlations	Sig	Keterangan
Persepsi kemudahan			
Butir 1	0,760	0,000	Valid
Butir 2	0,872	0,000	Valid
Butir 3	0,830	0,000	Valid
Butir 4	0,789	0,000	Valid
Persepsi manfaat			
Butir 1	0,761	0,000	Valid
Butir 2	0,794	0,000	Valid
Butir 3	0,814	0,000	Valid
Butir 4	0,816	0,000	Valid
Sikap			
Butir 1	0,842	0,000	Valid
Butir 2	0,883	0,000	Valid
Butir 3	0,868	0,000	Valid
Butir 4	0,924	0,000	Valid
Butir 5	0,907	0,000	Valid
Norma Subyektif			
Butir 1	0,778	0,000	Valid

Butir 2	0,921	0,000	Valid
Butir 3	0,910	0,000	Valid
Butir 4	0,911	0,000	Valid
Butir 5	0,903	0,000	Valid
Minat Penggunaan			
Butir 1	0,745	0,000	Valid
Butir 2	0,925	0,000	Valid
Butir 3	0,911	0,000	Valid
Butir 4	0,847	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Dengan melihat tabel di atas, dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan variabel-variabel penelitian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai signifikansi pearson correlation $< 0,05$, yang artinya seluruh butir pernyataan dan pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Dalam penelitian ini diuji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat reliable. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *coefficient cronbach alpha* dengan batas toleransi 0,6 untuk data yang dapat dianggap reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,840	Reliabel
Persepsi manfaat	0,789	Reliabel
Sikap	0,836	Reliabel
Norma Subyektif	0,931	Reliabel
Minat	0,888	Reliabel

Sumber : data diolah, 2018

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh seluruh variabel penelitian ini dapat dinyatakan sangat reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dan pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

4.4 Analisa Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis ini menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi atas jawaban responden dari tiap-tiap variabel. Hasil analisis deskriptif variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

	n	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1,00	4,00	2,7350	,79441
X2	100	1,00	4,00	2,9475	,72063
X3	100	1,00	4,00	2,8480	,86322
X4	100	1,00	4,00	2,7860	,85765
Y	100	1,00	4,00	2,8100	,79861
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Output SPSS, 2018

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskripsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kemudahan adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4, yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas persepsi kemudahan adalah sebesar 4. Nilai rata-rata persepsi kemudahan adalah sebesar 2,7350 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kemudahan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,7350. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,79411 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0,79411 dari 100 responden.
2. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi manfaat adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4, yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas persepsi manfaat adalah sebesar 4. Nilai rata-rata persepsi manfaat adalah sebesar 2,9475 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi manfaat, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,9475. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,72063 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi manfaat adalah sebesar 0,72063 dari 100 responden.

3. Variabel sikap memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas sikap adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4, yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas sikap adalah sebesar 4. Nilai rata-rata sikap adalah sebesar 2,848 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas sikap, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,848. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,86322 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel sikap adalah sebesar 0,86322 dari 100 responden.
4. Variabel norma subyektif memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas norma subyektif adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4, yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian paling atas jawaban atas norma subyektif adalah sebesar 4. Nilai rata-rata norma subyektif adalah sebesar 2,786 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas sikap, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,786. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,85765 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel sikap adalah sebesar 0,85765 dari 100 responden.
5. Variabel minat penggunaan E-Money memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas minat penggunaan E-Money adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4, yang berarti bahwa dari seluruh responden yang

memberikan penilaian paling atas jawaban atas minat penggunaan E-Money adalah sebesar 4. Nilai rata-rata minat penggunaan E-Money adalah sebesar 2,81 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat penggunaan E-Money, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,81. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,79861 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat penggunaan E-Money adalah sebesar 0,79861 dari 100 responden.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap model regresi berganda. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik kolmogorov-smirnov. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,42595686
	Absolute	,101
Most Extreme Differences	Positive	,086
	Negative	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		1,008
Asymp. Sig. (2-tailed)		,262

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Output SPSS, 2018

Dari hasil uji kolmogorov-smirnov di atas, dihasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,262. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0,05 dan model regresi tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya

4.5.2 Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1.

Table 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	,595	1,681
X2	,530	1,886
X3	,417	2,400
X4	,441	2,266

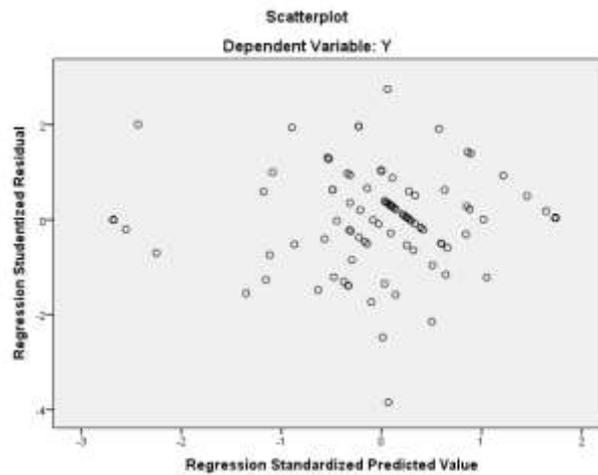
Sumber : Data Diolah, 2018

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada bagian *collinierity statistic*, nilai VIF pada seluruh variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance di atas 0.1. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

4.5.3 Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas, artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini :

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data SPSS diolah, 2018

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas di atas, scatterplot acak dan tidak terdapat pola. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen terhadap dependen. Hasil analisis mengenai koefisien model regresi adalah seperti yang tercantum dalam table berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,008	,197		,040	,969
1 X1	,331	,071	,329	4,639	,000
X2	,192	,083	,173	2,306	,023
X3	,311	,078	,336	3,962	,000
X4	,160	,077	,172	2,088	,039

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,008 + 0,331X1 + 0,192X2 + 0,311X3 + 0,160X4$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 0,008 memberi pengertian jika variabel independen konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya minat penggunaan e-money sebesar 0,008 satuan.
2. Untuk variabel persepsi kemudahan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,331 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel persepsi kemudahan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan e-money akan meningkat sebesar 0,331 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
3. Untuk variabel persepsi manfaat, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,192 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel persepsi manfaat meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan e-money akan meningkat

sebesar 0,192 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

4. Untuk variabel sikap, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,311 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel sikap meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan e-money akan meningkat sebesar 0,311 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
5. Untuk variabel norma subyektif, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,160 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel norma subyektif meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan e-money akan meningkat sebesar 0,160 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

4.7 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi berarti semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai koefisien determinasi berarti semakin kecil kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* bukan *R Square* dari model regresi karena *R Square* bias

terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan *adjusted R Square* dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2013). Hasil analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,846 ^a	,716	,704	,43483

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2018

Hasil analisis koefisien determinasi di atas, adalah sebesar 0,704. Hasil ini dapat diartikan bahwa besarnya variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 70,4%. Sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

4.8 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Uji F dapat dilakukakn dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi tingkat signifikan $>0,05$ ($\alpha = 5\%$) berarti model regresi tidak *fit*. Jika probabilitas $<0,05$ berarti model regrsi *fit*. Maka dapat diartikan bahwa semua variable independen mampu menjelaskan variable dependen secara bersama-sama. Hasil uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	45,178	4	11,294	59,734	,000 ^b
Residual	17,962	95	,189		
Total	63,140	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji F diatas dihasilkan dengan nilai Sig F (0,000) < 0,05.

Hasil ini dapat disimpulkan bahwa nilai regresi *fit*.

4.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistic t. Hasil uji uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.9. Hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel persepsi kemudahan. Besarnya koefisien regresi yaitu 0,331 dan nilai signifikansi 0,000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,331 berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, persepsi kemudahan berpengaruh positif

signifikan terhadap minat penggunaan e-money sehingga hipotesis pertama penelitian ini dapat didukung.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel persepsi manfaat. Besarnya koefisien regresi yaitu 0,192 dan nilai signifikansi 0,023. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,023 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,192 berarti persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money sehingga hipotesis kedua penelitian ini dapat didukung.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel sikap. Besarnya koefisien regresi yaitu 0,311 dan nilai signifikansi 0,000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,311 berarti sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money sehingga hipotesis keempat penelitian ini dapat didukung.

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel norma subyektif. Besarnya koefisien regresi yaitu 0,160 dan nilai signifikansi 0,039. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,039 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 berarti norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa, norma subyektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money sehingga hipotesis keempat penelitian ini dapat didukung.

4.10 Pembahasan

4.10.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Hasil penelitian ini membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi kemudahan akan meningkatkan minat penggunaan e-money

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem informasi. Persepsi kemudahan penggunaan dapat menyakinkan pengguna bahwa teknologi yang akan digunakannya mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka (Davis, 1989).

Dalam TAM, faktor kemudahan berhubungan dengan sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu sistem informasi. Sikap suka atau tidak

suka terhadap penggunaan suatu sistem informasi dapat digunakan untuk memprediksi penggunaan sistem informasi dalam penelitian ini adalah *e-money*

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) seseorang di dalam mempelajari sistem informasi. Persepsi kemudahan penggunaan dapat menyakinkan pengguna bahwa teknologi yang akan digunakannya mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Di dalam penggunaan *e-money*, apabila seseorang mahasiswa merasa *e-money* memudahkan kinerja maka mereka akan merasakan manfaat dari penggunaan *e-money*.

Hasil ini sesuai penelitian (Husni & Halim Fairol, 2014; Utami & Kusumawati, 2017) membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

4.10.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi manfaat akan meningkatkan minat penggunaan *e-money*

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis et al., 1989). Dalam teori TAM, (Davis, 1989; Davis et al., 1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Dalam teori TAM menunjukkan bahwa

persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), dan perilaku (*behavior*) di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan konstruk yang lain (Davis, 1989). Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Hasil penelitian Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.

Hasil ini sesuai penelitian (Husni & Halim Fairol, 2016; Parastiti et al., 2015; Utami & Kusumawati, 2017) membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

4.10.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Hasil penelitian ini membuktikan sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hal ini berarti bahwa semakin besar sikap akan meningkatkan minat penggunaan *e-money*

(Davis, 1989; Davis et al., 1989) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. TPB berpendapat bahwa perilaku individu didorong oleh niat perilaku. Niat berperilaku itu sendiri adalah fungsi dari sikap individu terhadap perilaku (*Attitude toward Behaviour/ATB*), norma subjektif (*Subjective Norms/SN*), dan persepsi pengendalian perilaku (*Perceived Behavioral Control/PBC*). Apabila dihubungkan dengan minat penggunaan *e-*

money, semakin besar sikap seseorang akan meningkatkan penggunaan *e-money*. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi baik atau jelek bagi dirinya

Hasil ini sesuai penelitian Prayidyaningrum & Djamaludin (2016) membuktikan sikap berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

4.10.4 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan *E-money*

Hasil penelitian ini membuktikan norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hal ini berarti bahwa semakin besar norma subyektif akan meningkatkan minat penggunaan *e-money*

Dalam TPB, Norma subyektif merupakan kecenderungan yang dipelajari dari konsumen melalui keyakinannya bahwa referen berpikir tentang sesuatu yang akan dilakukan oleh konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2010). Referen merupakan kelompok di sekitar konsumen (orang lain penting) ketika konsumen mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok tersebut, sehingga konsumen mengambil banyak nilai, sikap, atau perilaku paraanggota kelompok. Karena itu referen dapat berupa anggota keluarga, teman, sahabat, atasan, bawahan dan seorang ahli. Ketika seorang nasabah menganggap penting referensi dari kelompok tersebut maka akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *e-money*. TPB menyatakan bahwa perilaku ditentukan oleh niat. Niat dibentuk oleh norma subyektif.

Hasil ini sesuai penelitian Prayidyaningrum & Djamaludin (2016) membuktikan norma subyektif berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi kemudahan akan meningkatkan minat penggunaan e-money
2. Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi manfaat akan meningkatkan minat penggunaan e-money
3. Hasil penelitian ini membuktikan sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar sikap akan meningkatkan minat penggunaan e-money
4. Hasil penelitian ini membuktikan norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar norma subyektif akan meningkatkan minat penggunaan e-money

5.2 Kelemahan Penelitian

Keterbatasan-keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independen dalam penelitian ini hanya 4 variabel independen
2. Responden dalam penelitian ini terbatas masyarakat mahasiswi UII
3. Dalam data kuisioner tidak dicantumkan responden pernah menggunakan *e-money* atau tidak

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan penelitian-penelitian di atas, maka saran yang diberikan penulis untuk penelitian di masa yang akan datang adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen lain seperti pengetahuan, reputasi dan kelemahan e-money
2. Penelitian selanjutnya menggunakan responden dengan tempat penelitian yang berbeda
3. Penelitian selanjutnya diharapkan diberi keterangan dalam kuisioner apakah tentang responden yang sudah pernah menggunakan *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2008). Consumer Attitudes and Behavior. *Handbook of Consumer Psychology*, (July), 525–548. <https://doi.org/10.4324/9780203809570.ch20>
- Bank Indonesia. (2006). *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money*.
- Candraditya, H., & Idris. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warhaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Richard_Bagozzi/publication/248251146_User_Acceptance_of_Computer_Technology_A_Comparison_of_Two_Theoretical_Models/links/57c85fa208ae9d640480e014/User-Acceptance-of-Computer-Technology-A-Comparison-of-Two-Theoretical-
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. ., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall, International, Inc.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). Kajian Operasional E-Money. *Bank Indonesia, Oktober*, 1–60.
- Husni, K., & Halim Fairol. (2014). The Influence of Perceived Usefulness, Percieved Ease of Use and Awareness of Services on Consumers Intention to Use E-Money Mobile. *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 56–62.
- Husni, K., & Halim Fairol. (2016). The Intention to Use E-Money Transaction in Indonesia based on Tam and TPB Concept. *Asia-Pacific Marketing Review*, 3(1), 53–57.
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Journal of Information & Management*, 40, 191–204.
- Miliani, L., Purwanegara, M. S., & Indriani, M. T. D. (2013). Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review*, 5(7), 369–378.

- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Journal of High Technology Management Research Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia : An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior. *Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2012.03.001>
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82.
- Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning. *Educational Technology & Society*, 12(3), 150–162. <https://doi.org/10.1007/s00340-009-3513-0>
- Prayidyaningrum, S., & Djamaludin, M. (2016). Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use the Electronic Money. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2), 1–12.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). USA: Pearson.
- Sigar, J. F. (2016). The Influence of perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjyment to Intention to Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 498–507.
- Siregar, K. R. (2011). Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan Technology Accaptance Model (TAM). *Rekayasa*, 4(APRIL 2011), 0–6.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 30–41.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN
Kuisisioner Mengenai Penggunaan E-Money

Bagian 1	Informasi Demografi
-----------------	----------------------------

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Pria Wanita
3. Umur : < 20
 20 – 23
 > 23
4. Fakultas : Ekonomi Psikologi
 Kedokteran Lainnya.....
 Hukum

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek(☐) pada tempat yang tersedia (☐) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju.	Setuju.	Sangat Setuju.

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada penggunaan E-Money.

No	Bagian 2	Persepsi Kemudahan			
		1	2	3	4
1	E-money mudah (tidak ribet) saat digunakan transaksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	E-money mudah dipahami penggunaannya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	E-money dapat digunakan di merchant mana saja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Transaksi dengan E-money lebih cepat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No	Bagian 3	Persepsi Manfaat			
		1	2	3	4
1	Menggunakan E-money tidak ribet uang kembalian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Penggunaan E-money lebih efisien dari pada transaksi tunai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Kesalahan dalam transaksi dapat diminimlisir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Penggunaan E-money sangat bermanfaat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No	Bagian 4	Sikap	1	2	3	4
1	Saya merasa aman ketika menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya merasa efektif dan efisien ketika menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya akan mendapatkan kemudahan saat pembayaran ketika menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Penggunaan E-money membantu mengurangi beban negara dalam hal mencetak uang kertas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya mempunyai perasaan yang baik ketika menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No	Bagian 5	Norma Subyektif	1	2	3	4
1	Saya menggunakan E-money karena dipengaruhi orang tua		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya menggunakan E-money karena dipengaruhi dosen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya menggunakan E-money karena dipengaruhi sahabat		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya menggunakan E-money karena dipengaruhi promosi dari bank		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya menggunakan E-money karena dipengaruhi karyawan bank		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No	Bagian 6	Minat Penggunaan	1	2	3	4
1	Saya berminat menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya memiliki cukup pengetahuan dalam menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya tertarik untuk menggunakan E-money		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Dengan berbagai manfaat dan kemudahan E-money saya berminat menggunakannya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LAMPIRAN 2
DATA TABULASI PENELITIAN

RES	Persepsi Kemudahan					Sikap					Persepsi Manfaat					Norma Subyektif					Minat						
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	5	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	5	Mean	1	2	3	4	Mean
1	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3	3,6	4	3	3	4	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	2	2,5	2	2	2	2	3	2,2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	1	2,5	4	4	4	4	3	3,8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3,25	3	3	3	3	2	2,8	2	2	3	3	2,5
6	1	3	3	3	2,5	3	2	3	3	3	2,8	3	3	2	3	2,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	4	3	3,25	3	3	3	4	4	3,4	3	2	2	3	2,5	3	3	2	3	2	2,6	3	3	3	3	3
8	1	3	4	2	2,5	3	3	3	4	4	3,4	2	2	4	4	3	4	4	2	4	2	3,2	4	3	3	1	2,75
9	3	2	2	3	2,5	3	3	3	4	4	3,4	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2	3	4	3	4	3	3,4	3	3	3	3	3
11	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3,2	3	3	3	3	3
12	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3
13	2	2	3	3	2,5	2	4	4	3	3	3,2	2	4	3	2	2,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2,6	2	3	2	2	2,25	2	2	2	2	3	2,2	3	2	2	3	2,5
15	1	2	3	3	2,25	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2,75	2	3	2	3	2	2,4	2	3	3	3	2,75
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	4	4	2,75	3	3	2	3	2	2,6	3	3	3	3	3
17	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	2,4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	2	3	2,8	3	3	3	3	3
18	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

19	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3,2	4	3	3	4	3,5
20	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	2	3	2	2,6	4	4	3	3	3,5
21	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2,4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	1	2	3	4	4	2,8	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2,8	3	3	3	3	3
23	3	3	3	2	2,75	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	2	2,75	4	4	3	3	3	3,4	4	3	4	3	3,5	3	4	4	4	4	3,8	3	3	3	3	3
25	3	2	2	3	2,5	3	2	3	2	2	2,4	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	3	2	3	3	2,75	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2,5	2	1	2	1	2	1,6	2	2	2	2	2
28	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2,25	2	1	3	1	3	2	3	2	2	3	2,5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	3	3	3,25	2	3	3	3	3	2,8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	1	1	2	2	2	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3,2	3	3	3	4	3,25
32	3	3	2	2	2,5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3,25	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3
33	1	3	3	3	2,5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
34	3	1	1	2	1,75	3	3	1	1	1	1,8	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	2,2	3	3	3	1	2,5
35	3	2	2	2	2,25	1	1	1	1	1	1	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2,6	4	1	1	1	1,75
36	3	1	1	4	2,25	2	2	4	1	1	2	1	3	3	4	2,75	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	1,75
37	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	2	2	1	2	1,75	3	3	2	1	1	2	1	3	4	3	2,75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1,25
39	3	4	3	1	2,75	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3,25	3	4	4	4	4	3,8	4	4	4	4	4
40	4	3	3	3	3,25	2	3	1	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2,4	4	3	3	1	2,75
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2,6	4	2	2	1	2,25

67	4	4	2	2	3	1	3	3	3	3	2,6	3	3	4	3	3,25	3	3	2	3	2	2,6	3	3	3	3	3
68	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2,5
69	3	1	2	2	2	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
70	3	2	2	2	2,25	3	2	3	3	3	2,8	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,8	4	3	3	3	3,25
71	4	4	4	2	3,5	4	4	4	3	3	3,6	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3,4	3	4	4	3	3,5
72	3	2	2	2	2,25	3	1	3	3	3	2,6	3	3	2	2	2,5	2	3	2	3	2	2,4	3	2	2	2	2,25
73	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3,2	2	2	3	2	2,25	3	4	4	4	4	3,8	4	3	3	3	3,25
74	2	3	2	3	2,5	3	2	1	3	3	2,4	2	3	3	2	2,5	2	3	3	3	3	2,8	4	2	2	2	2,5
75	3	2	2	3	2,5	2	3	1	2	2	2	4	3	4	3	3,5	3	4	2	4	2	3	3	2	2	2	2,25
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	4	3	4	3,5	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2,6	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2,8	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2,4	3	2	2	2	2,25
79	3	3	2	3	2,75	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
80	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2,75	3	4	4	4	4	3,8	4	3	3	3	3,25
81	3	3	2	3	2,75	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2,5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,25
82	2	3	2	3	2,5	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3,25	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2,75
83	3	4	3	4	3,5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,5	3	2	3	2	3	2,6	3	3	3	4	3,25
84	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2,4	3	3	2	4	3
85	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	2,8	3	4	3	3	3,25	3	2	3	2	3	2,6	3	3	3	3	3
86	2	3	3	2	2,5	3	2	3	4	4	3,2	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2,4	3	3	3	2	2,75
87	3	3	2	3	2,75	3	3	2	3	3	2,8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
89	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2,8	3	3	2	2	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

91	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2,2	3	3	2	2	2,5	3	2	1	2	1	1,8	3	3	3	3	3
92	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2,6	3	3	2	3	2,75	4	2	1	2	1	2	2	4	4	4	3,5
93	2	3	3	3	2,75	2	2	2	3	3	2,4	4	2	2	3	2,75	3	2	1	2	1	1,8	2	3	3	3	2,75
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	1,8	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2,2	3	3	2	2	2,5	3	2	1	2	1	1,8	3	3	3	3	3
99	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2,6	3	3	2	3	2,75	4	2	1	2	1	2	2	4	4	4	3,5
100	2	3	3	3	2,75	2	2	2	3	3	2,4	4	2	2	3	2,75	3	2	1	2	1	1,8	2	3	3	3	2,75

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Y	
X1.1	Pearson Correlation	1	,565**	,429**	,468**	,760**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,565**	1	,713**	,549**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,429**	,713**	1	,564**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,468**	,549**	,564**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,760**	,872**	,830**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	4

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
	Pearson Correlation	1	,445**	,347**	,419**	,716**
X2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,445**	1	,577**	,509**	,794**
X2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,347**	,577**	1	,635**	,814**
X2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,419**	,509**	,635**	1	,816**
X2.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,716**	,794**	,814**	,816**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	4

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,808**	,632**	,654**	,635**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,808**	1	,710**	,711**	,680**	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,632**	,710**	1	,753**	,727**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,654**	,711**	,753**	1	,978**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,635**	,680**	,727**	,978**	1	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,842**	,883**	,868**	,924**	,907**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	,672**	,587**	,660**	,580**	,778**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,672**	1	,716**	,989**	,707**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,587**	,716**	1	,705**	,986**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,660**	,989**	,705**	1	,687**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	,580**	,707**	,986**	,687**	1	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,778**	,921**	,910**	,911**	,903**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	5

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,539**	,499**	,507**	,745**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,539**	1	,968**	,686**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,499**	,968**	1	,678**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,507**	,686**	,678**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,745**	,925**	,911**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN 4
HASIL UJI REGRESI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X1, X2, X3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,846 ^a	,716	,704	,43483

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45,178	4	11,294	59,734	,000 ^b
	Residual	17,962	95	,189		
	Total	63,140	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,008	,197		,040	,969
	X1	,331	,071	,329	4,639	,000
	X2	,192	,083	,173	2,306	,023
	X3	,311	,078	,336	3,962	,000
	X4	,160	,077	,172	2,088	,039

a. Dependent Variable: Y

