

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel**

**Cash (*T-Cash*) di Yogyakarta**



**SKRIPSI**

Oleh :

Nama : Desi Kurnia Ekawati

No. Mahasiswa : 14312539

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel  
Cash (*T-Cash*) di Yogyakarta**

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Desi Kurnia Ekawati

No.Mahasiswa : 14312539

**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/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 04 Juni 2018



Penulis,

Desi Kurnia Ekawati

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel  
Cash (T-Cash) di Yogyakarta**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

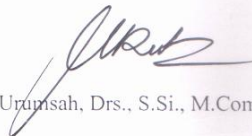
Nama : Desi Kurnia Ekawati

No. Mahasiswa : 14312539

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal.....5/6/2018

Dosen Pembimbing



Dekar Urumsah, Drs., S.Si., M.Com.(SI), Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN TELKOMSEL-  
CASH (T-CASH) DI YOGYAKARTA

Disusun Oleh : **DESI KURNIA EKAWATI**

Nomor Mahasiswa : **14312539**

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

Pada hari Jum'at, tanggal: 27 Juli 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com., Ph.D.

Penguji : Marfuah, Dra., M.Si., Ak, Cert.SAP.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



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

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, wr.wb.

Puji syukur dan terimakasih kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilaksanakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata 1 pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena hal tersebut penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT dengan seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtuaku Bapak Hermanto dan Ibu Tanziah yang tidak pernah berhenti mendoakan dan selalu mengusahakan yang terbaik. Memberikan dukungan dan motivasi secara sabar sehingga penulis bisa sampai tahap ini.
3. Adikku tersayang Rahmat Syawaludin yang selalu menyemangati, dan Alm Kakak ku tercinta Bambang Riyadi yang selalu memberikan kasih sayangnya.
4. Nandang Sutrisno, SH., LL.M., M.Hum., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

6. Dekar Urumsah Drs., S.Si., M.Com (IS), Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat luar biasa sabar, teliti dan terus memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat selama proses bimbingan skripsi.
7. Keluarga besar Abang Wirson dan Ngah Mona tersayang, terimakasih atas tempat tinggal, ilmu, kasih sayang, segala kebaikan dan pengalaman-pengalaman yang sangat indah, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan untuk kalian.
8. Keluarga besar Bapak Hijrah Purnama Putra dan Tim Project B Indonesia, yang sudah sangat luar biasa dalam membantu dan memberikan dorongan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Fierdaus Andika Nur Fauzi selaku partner yang tidak pernah bosan selalu menasehati, mendukung dan membantu selama pengerjaan skripsi ini.
10. Sahabat tercintaku yang selalu ada kapanpun, selalu mendampingi dari awal sampai akhir “What The Heaven” : Tyas, Riri, Kipti, Tika, Neng Jia, Wikan, dan Paquita. Terimakasih banyak atas segala kebaikan, ilmu, kebersamaan yang telah kalian berikan.
11. Staff Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi UII yang telah memberikan fasilitas-fasilitas yang sangat baik selama penulis menempuh pendidikan Strata 1.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga saran dan masukan sangat diperlukan untuk hasil yang lebih baik kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum wr,wb.

Yogyakarta, 04 Mei 2018

Penulis,

Desi Kurnia Ekawati

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul. ... ..	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Kata Pengantar ... ..	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Diagram.....	xiv
Daftar Grafik.....	xiv
Daftar Lampiran . .....	xiv
Abstrak .....	xv
Abstract.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Penelitian .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.6. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
2.1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> .....	12
2.2. Electronic-Money.....	13
2.2.1. Perkembangan E-Money di Asia .....	15

2.2.2. Perkembangan E-Money di Indonesia .....	18
2.3. Telkomsel-Cash.....	20
2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel-cash	
2.4.1. Kepercayaan .....	23
2.4.2. Ekspektasi Kinerja .....	23
2.4.3 Ekspektasi Usaha .....	24
2.4.4. Pengaruh Sosial .....	24
2.4.5. Kondisi yang Memfasilitasi .....	25
2.4.6. Motivasi Hedonis .....	25
2.4.7. Nilai Harga .....	25
2.4.8. Kebiasaan .....	26
2.4.9. Minat Penggunaan .....	26
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	27
2.6. Kerangka Pengembangan Hipotesis .....	30
2.6.1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash .....	30
2.6.2. Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	31
2.6.3. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	32
2.6.4. Pengaruh pengaruh sosial terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	33
2.6.5. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap Minat penggunaan telkomsel-cash .....	33
2.6.6. Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	34

2.6.7. Pengaruh nilai harga terhadap minat	
Penggunaan telkomsel-cash.....	35
2.6.8. Pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan	
telkomsel-cash .....	36
2.6.9. Pengaruh minat penggunaan terhadap perilaku	
Penggunaan telkomsel-cash.....	36
2.7. Kerangka Model Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Metode Penelitian.....	39
3.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	39
3.3. Populasi dan Sampel .....	39
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4. Sumber Data .....	40
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel .....	42
3.5.1. Kepercayaan.....	42
3.5.2. Ekspektasi Kinerja.....	43
3.5.3. Ekspektasi Usaha.....	44
3.5.4. Pengaruh Sosial .....	44
3.5.5. Kondisi yang Memfasilitasi.....	46
3.5.6. Motivasi Hedonis.....	47
3.5.7. Nilai Harga .....	47
3.5.8. Kebiasaan .....	48
3.5.9. Minat Penggunaan .....	49
3.5.10. Perilaku Penggunaan .....	49
3.6. Uji Kualitas Data.....	50
3.6.1. Alat Analisis Data .....	50

3.6.2. Analisis Kualitatif .....	51
3.6.3. Analisis Kuantitatif .....	52
3.7. Model Pengukuran (Outer Model).....	52
3.7.1. Uji Validitas .....	52
3.7.2. Uji Realibilitas .....	53
3.8. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	54
3.8.1. Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	54
3.8.2. Uji T-Statistik .....	54
3.8.3. <i>Path Coefficient</i> .....	55
3.9. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	55
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	57
4.2 Deskripsi Responden.....	58
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.2.2 Berdasarkan Usia .....	59
4.2.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
4.2.4 Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....	61
4.2.5 Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.2.6 Berdasarkan Pendapatan .....	63
4.2.7 Berdasarkan Lama Pengalaman Penggunaan E-Money .....	64
4.3 Model Pengukuran .....	65
4.3.1 Uji Validitas .....	65
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	77
4.4 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	78
4.5 Pengujian Hipotesis.....	79
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	80

4.6.1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash .....	82
4.6.2. Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	83
4.6.3. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	84
4.6.4. Pengaruh pengaruh sosial terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	85
4.6.5. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap Minat penggunaan telkomsel-cash .....	86
4.6.6. Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	87
4.6.7. Pengaruh nilai harga terhadap minat Penggunaan telkomsel-cash.....	88
4.6.8. Pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash .....	89
4.6.9. Pengaruh minat penggunaan terhadap perilaku Penggunaan telkomsel-cash.....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Kontribusi Penelitian.....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4 Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
3.1 Skala Likert ..	40
3.2 Item Pertanyaan Kepercayaan.....	42
3.3 Item Pertanyaan Ekspektasi Kinerja .....	43
3.4 Item Pertanyaan Ekspektasi Usaha .....	44
3.5 Item Pertanyaan Pengaruh Sosial.....	44
3.6 Item Pertanyaan Kondisi yang Memfasilitasi .....	45
3.7 Item Pertanyaan Motivasi Hedonis .....	46
3.8 Item Pertanyaan Nilai Harga .....	47
3.9 Item Pertanyaan Kebiasaan .....	47
3.10 Item Pertanyaan Minat Penggunaan.....	48
3.11 Item Pertanyaan Perilaku Penggunaan.....	49
4.1 Klasifikasi Pengumpulan Data.....	57
4.2 <i>Initial Item Loading</i> dan AVE dalam Model Awal.....	65
4.3 <i>Initial Item Loading</i> dan AVE dalam Model Akhir .....	69
4.4 <i>Cross Loading</i> .....	72
4.5 Korelasi Antar Konstruk .....	75
4.6 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	77
4.7 Nilai R Square ( $R^2$ ) .....	78
4.8 Hasil <i>Path Coefficient</i> dan <i>t-value</i> .....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Kerangka Model UTAUT 2 .....	13
4.1 Hasil Pengujian Hipotesis .....	80

## **DAFTAR DIAGRAM**

4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....	61
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengalaman Lama Penggunaan E-Money .....	64

## **DAFTAR GRAFIK**

2.1 Perkembangan E-Money di Indonesia .....	19
2.2 Data Pengguna Telkomsel-Cash .....	21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	98
Lampiran 2 : Data Hasil Penelitian .....	104
Lampiran 3 : Output PLS .....	119

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan telkomsel-cash. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline* kepada para pengguna *e-money* telkomsel-cash di Yogyakarta. Jumlah responden sebanyak 94 orang. Alat analisis menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, kebiiasaan, nilai harga, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash. Minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan penerbit *e-money* untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-money*

Kata kunci : Kepercayaan, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan, *E-money*, T-Cash

## **ABSTRACT**

This study aims to examine the factors that influence the use of telkomsel-cash. This research was conducted by survey method by distributing questionnaires online and offline to telkomsel-cash e-money users in Yogyakarta. The number of respondents was 94 people. Analysis tool using SmartPLS 3.0. The results show that effort expectations, habits, price values, and social influences have a positive and significant effect on intention to use telkomsel-cash. Behavioral intention in using has a positive and significant effect on usage behavior. The implications of this study are expected to help companies and publishers of e-money to pay attention to the factors that influence behavioral intention and use behavior e-money.

Keywords : Trust, Performance Expectations, Effort Expectations, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivations, Price Value, Habits, Behavioral Intention, Use Behavior, E-Money, T-Cash.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju telah membawa perubahan yang besar terhadap kehidupan kita. Beberapa contoh yang mengalami perubahan akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain perekonomian, budaya, pertahanan dan keamanan serta pendidikan. Untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut berbagai kegiatan bisnis mulai mengubah dirinya menjadi perusahaan global, tak terkecuali perbankan. Dengan adanya teknologi dan komunikasi yang terus berkembang menyebabkan industri perbankan ikut melakukan inovasi dalam sistem pembayarannya, termasuk pembayaran dalam bentuk elektronik (*electronic payment*). Beberapa contoh pembayaran elektronik yang sudah dikenal di Indonesia saat ini antara lain *phone banking*, *internet banking*, pembayaran dengan menggunakan kartu kredit serta kartu debit / ATM ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Bank-bank saat ini melakukan berbagai inovasi melalui teknologi modern untuk memberikan pelayanan terbaik. Pada perekonomian modern ini, arus lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah semakin cepat sehingga diperlukan dukungan sistem pembayaran yang cepat, handal, dan efisien.

Perkembangan teknologi dan perekonomian modern ini membuat pola dan sistem pembayaran transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Hal ini menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran dan beralih kepada pembayaran non-tunai yang lebih efisien. Salah satu alat pembayaran yang

dikeluarkan Bank Indonesia adalah *Electronic Money*. *E-money* saat ini telah dikembangkan di beberapa negara. Dalam beberapa tahun terakhir, uang elektronik (*e-money*) telah berkembang sebagai alternatif transaksi pembayaran baru di Indonesia. *E-money* merupakan alat pembayaran yang memiliki peran sama dengan uang tunai untuk pembayaran mikro sampai dengan ritel. Uang elektronik atau biasa dikenal dengan istilah *e-money* sebagai salah satu sistem pembayaran non tunai dianggap lebih praktis karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai kemana-mana ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Kebijakan *less cash society* yang dicanangkan Bank Indonesia sejak periode 2005-2006 juga merupakan alasan *e-money* dikeluarkan. Kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan instrumen uang tunai sudah ramai diterapkan di berbagai pusat transaksi masyarakat. Diantaranya pada pusat perbelanjaan, restoran, fasilitas transportasi seperti kereta, trans jakarta, gerbang tol, hingga parkir. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* tidak memerlukan proses otorisasi dan keterkaitan secara langsung (*on line*) dengan rekening nasabah di bank. Hal ini dapat terjadi karena *e-money* merupakan produk *stored value* dimana sejumlah nilai dana tertentu (*monetary value*) telah terekam (tersimpan) dalam alat pembayaran yang digunakan tersebut ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Pemerintah melalui Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 secara resmi mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yaitu program untuk mensosialisasikan kepada masyarakat dan pelaku ekonomi mengenai penggunaan uang elektronik, ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Pencanangan dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis dan juga lembaga-lembaga pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan,

yang tentunya mudah, aman, dan efisien ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Bank Indonesia telah mengeluarkan perizinan No. 11/12/PBI/2009 yang mengatur tentang *e-money*. Peraturan ini didasari oleh keinginan untuk memisahkan Peraturan tentang *e-money* dan Peraturan tentang Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK).

Namun dalam penerapannya di Indonesia masih mengalami kendala terutama dalam kesiapan masyarakat dalam menghadapi era *less cash society*. Dibandingkan negara-negara ASEAN, penggunaan transaksi pembayaran berbasis elektronik yang dilakukan masyarakat Indonesia relatif masih rendah, sementara dengan kondisi geografi dan jumlah populasi yang cukup besar, masih terdapat potensi yang cukup besar untuk perluasan akses layanan sistem pembayaran di Indonesia, (Antara, 2014). Untuk itu *e-money* sendiri bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro. *E-money* menawarkan keuntungan bagi pengguna seperti mengurangi jumlah uang tunai yang dibawa, mempermudah dan mempercepat transaksi yang dilakukan seperti pembayaran listrik, SPBU, pembelian pulsa, dan berbelanja, selain itu juga dapat mengurangi resiko besarnya peredaran uang palsu.

Saat ini trend penggunaan *e-money* semakin mengalami kenaikan, namun disamping hal tersebut ternyata masih banyak masyarakat yang belum memahami cara kerja dan teknis penggunaannya. Selain itu masyarakat masih ragu dengan sistem keamanan yang menjamin transaksinya, sehingga mereka memilih untuk tetap menggunakan sistem pembayaran dengan menggunakan uang tunai. Saat ini *e-money* yang mendominasi pasar diantaranya FLAZZ BCA yang dikatakan sebagai pelopor *e-money* di Indonesia, BRIZZI yang dikeluarkan BRI, Indomaret card yang dikeluarkan

oleh Bank Mandiri, Telkomsel-Cash yang dikeluarkan oleh salah satu operator seluler ternama TELKOMSEL. Penelitian ini meneliti mengenai Telkomsel-cash (*T-cash*), Telkomsel memperkenalkan inovasi produk baru disamping produk yang sudah ada saat ini, berupa produk pembayaran baru, yaitu Telkomsel-cash. T-Cash merupakan layanan keuangan digital dari Telkomsel berupa uang elektronik (*e-money*). Layanan yang dicakup oleh T-Cash diantaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja online, pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang. Program pelayanan ini resmi diluncurkan pada tahun 2007. Pada tahun 2015 telkomsel mengeluarkan T-Cash Tap sebagai inovasi baru dari layanan T-Cash yang sudah diluncurkan sejak tahun 2007, T-Cash dengan teknologi terbaru ini adalah Near Field Communication (NFC), merupakan sebuah layanan e-money yang dilengkapi dengan stiker NFC yang ditempel di bagian belakang smartphone.

Minat dan perilaku individu dalam penggunaan T-Cash dapat diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* yang dikembangkan oleh (Venkatesh, *et al*,2012). Melalui teori UTAUT 2, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi penggunaan teknologi dapat mempengaruhi sikap dalam penerimaan teknologi. UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT adalah *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion*

*theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna. Dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* terdapat tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap minat penggunaan atau perilaku penggunaan dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan.

Ekspektasi kinerja menggambarkan seberapa besar tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem atau teknologi yang mereka gunakan akan membantu mereka dalam memperoleh keuntungan kinerja. Suatu sistem dikatakan mampu memberikan hal positif dalam penggunaannya ketika sistem tersebut dapat mempermudah seseorang dalam peningkatan kinerjanya (Widnyana, 2015). Ekspektasi usaha berkaitan dengan seberapa besar usaha yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem teknologi, (Venkatesh *et al.*, 2003). Pengaruh sosial berkaitan dengan seberapa besar lingkungan sekitar mampu mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi. Kondisi yang memfasilitasi berkaitan dengan adanya fasilitas yang cukup dalam suatu sistem teknologi akan memberikan keyakinan bagi calon pengguna untuk menggunakan sistem tersebut karena mereka tidak akan merasa disusahkan dalam menggunakan teknologi tersebut. Motivasi hedonis berkaitan dengan adakah kesenangan yang diperoleh ketika menggunakan sistem teknologi tersebut, perasaan senang ketika dapat menggunakan teknologi terbaru atau dapat mengikuti trend pembayaran terbaru

dapat menjadi pertimbangan tersendiri untuk menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran.

Nilai harga berkaitan dengan seberapa besar harga yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk dapat menggunakan telkomsel-cash tersebut, harga dapat menjadi penentu penting untuk pengguna, jika dirasa harga yang dikeluarkan cukup besar maka pengguna akan berfikir lebih apakah menggunakan teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan yang sebanding dengan harga yang harus mereka keluarkan. Kebiasaan dalam penelitian ini berkaitan dengan kebiasaan terdahulu seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi, seseorang yang telah terbiasa menggunakan *e-money* dalam transaksi pembayaran mereka tentu akan merasa lebih mudah dalam menggunakan telkomsel-cash ini dibandingkan dengan seseorang yang baru dalam hal *e-money*. Meskipun variabel-variabel ini telah digunakan dalam berbagai penelitian mengenai *e-money* namun masih terdapat beberapa hasil penelitian yang menunjukkan ketidak konsistenan terhadap variabel-variabel ini, hal itu dikarenakan perbedaan lokasi dan jenis objek yang diteliti, oleh karena itu peneliti tertarik untuk menggunakan variabel ini untuk mengetahui apakah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran.

Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut apakah faktor-faktor yang terdapat dalam model UTAUT 2 menjadi alasan individu berminat untuk menggunakan telkomsel cash (*t-cash*). Selain menggunakan variabel-variabel yang terdapat dalam UTAUT 2, penulis menambahkan variabel kepercayaan kedalam

penelitian ini, karena menurut penulis kepercayaan telah menjadi hal mendasar yang harus ada dalam semua interaksi manusia. Kepercayaan merupakan elemen penting dalam penentu bisnis yang sukses. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel Cash (*T-Cash*) di Yogyakarta”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Seiring dengan perkembangan teknologi, industri perbankan harus mampu melakukan inovasi sistem pembayaran yang lebih efektif dan efisien. Saat ini, fenomena pengetahuan masyarakat terhadap *e-money* masih sangat rendah, bahkan sebagian dari mereka belum dapat membedakan antara *e-money* dengan produk pembayaran non tunai lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan berkaitan dengan minat dan perilaku penggunaan *e-money* telkomsel-cash sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta ?
2. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
3. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
4. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
5. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?

6. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
7. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
8. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
9. Apakah minat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan maka batasan masalah yang diajukan penulis berfokus pada penerapan Model UTAUT 2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan *telkomsel-cash (t-cash)* di Kota Yogyakarta. Faktor-faktor internal dan eksternal lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap minat dan perilaku penggunaan telkomsel-cash tidak digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta ?
2. Mengetahui apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?

3. Mengetahui apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
4. Mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
5. Mengetahui apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
6. Mengetahui apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
7. Mengetahui apakah nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
8. Mengetahui apakah kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?
9. Mengetahui apakah minat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta?

### **1.5 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini memberikan manfaat secara keilmuan dan kebijakan:

#### **1. Manfaat bagi Praktisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para praktisi di bidang E-Money, Telkomsel khususnya untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta, sehingga pihak penyedia e-money dapat membuat kebijakan dan menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat penggunaan e-money yang di

keluaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang di canangkan pemerintah melalui Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014.

## 2. Manfaat bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk menambah pemahaman mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen terhadap penggunaan e-money dengan menggunakan teori UTAUT 2.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Bagian utama skripsi ini terdiri atas lima bab, yaitu pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, analisis data dan pembahasan, dan penutupan.

#### Bab 1 : Pendahuluan

Bagian ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, permasalahan-permasalahan pada penelitian, tujuan penelitian, manfaat dan kontribusi yang dapat diambil dari penelitian, dan sistematika penyajian laporan penelitian.

#### Bab II : Landasan Teori

Bagian ini membahas berbagai macam landasan teori yang digunakan untuk meneliti teknologi informasi yang digunakan, teori yang berkaitan dengan e-money serta penjelasan mengenai alasan teoritik atas penelitian yang dilakukan. Bagian ini juga berisi hipotesis-hipotesis dalam penelitian yang akan dilakukan.

#### Bab III : Metode Penelitian

Bagian ini menguraikan tentang identifikasi objek penelitian, penetapan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan metode pengujian data yang digunakan.

#### Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan

Bagian ini berisi deskripsi objek penelitian, membahas kondisi objek penelitian. Bab ini menjelaskan pengujian hipotesis atas hipotesis yang dibuat dan pembahasan atas informasi yang dihasilkan dari olahan data tersebut.

#### Bab V : Penutup

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan serta saran sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

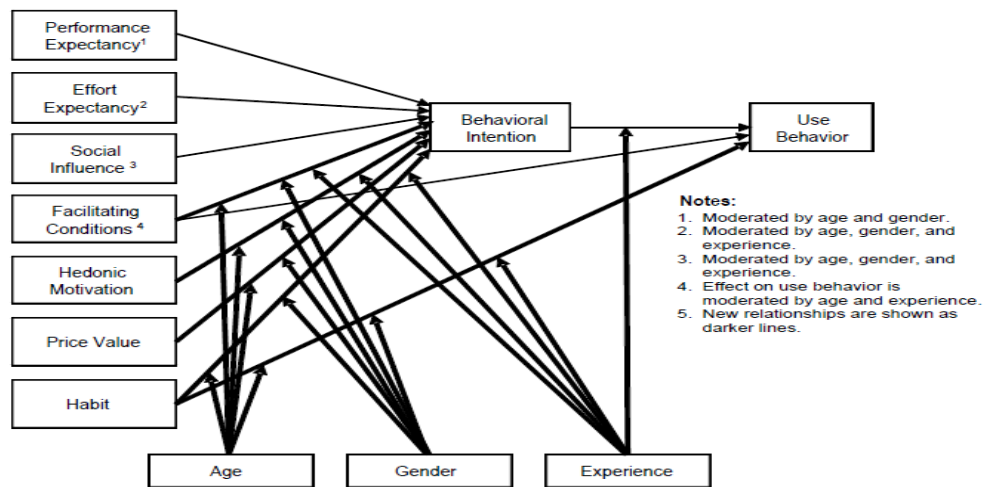
### LANDASAN TEORI

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

Model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh (Venkates *et al.*, 2003). Terdiri atas teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna. UTAUT disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan suatu sistem informasi, yaitu : ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi (Venkates *et al.*, 2003). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi menjadi salah satu alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT. Hasil dari pengembangan model UTAUT ini dinamakan model UTAUT 2, dimana UTAUT 2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012). Tujuan dari model ini adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al.*, 2012). Tiga konstruk

ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan untuk memperluas UTAUT ke UTAUT 2. Dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* terdapat tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap minat penggunaan atau perilaku penggunaan dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk tersebut adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Disamping itu terdapat pula tiga moderator, yaitu jenis kelamin, usia, dan pengalaman yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari tujuh konstruk utama pada minat penggunaan dan perilaku penggunaan.



Gambar 2.1 Kerangka Model UTAUT 2

## 2.2. Electronic-Money

Instrumen pembayaran masyarakat di Indonesia diatur oleh Bank Indonesia selaku Bank Sentral. Instrumen pembayaran saat ini dikelompokkan menjadi tunai dan non-tunai. Menurut bank Indonesia instrument pembayaran tunai berupa uang kertas dan uang logam, sedangkan instrument pembayaran non-tunai diklasifikasikan

kedalam dua tipe bahan, yaitu : kertas yang lazim disebut dengan *paper-based instrument* seperti cek dan giro. Sedangkan instrument pembayaran non tunai yang menggunakan media kartu disebut dengan *card-based instrument* seperti kartu debit dan kredit. Instrumen pembayaran dengan menggunakan *micro chips* sering dikenal dengan *e-money*.

*Bank for International Settlements* (1996) dalam kajian operasional *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2006) mendefinisikan *e-money* sebagai “*Stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a customer is stored on an electronic device in the customers possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang). Menurut Adiyanti (2015), uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan computer. Uang elektronik ini memiliki nilai tersimpan (*stored value*) atau (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran. *E-money* yang dimaksudkan disini juga berbeda dengan alat pembayaran elektronik berbasis kartu lainnya seperti kartu debit dan kredit. Kartu debit dan kredit bukan merupakan “*prepaid products*” melainkan “*access product*”. Secara umum perbedaan karakteristik antara “*prepaid products*” dan “*access product*” adalah:

### 1. *Prepaid Product (E-Money)*

- a) Nilai uang telah tercatat dalam instrument *e-money*, atau sering disebut dengan “*stored value*”
- b) Dana yang tercatat dalam *e-money* sepenuhnya berada dalam penguasaan konsumen.
- c) Pada saat transaksi, perpindahan dana dalam bentuk electronic value dari kartu *e-money* milik konsumen kepada terminal merchant dapat dilakukan secara off-line. Dalam hal ini verifikasi cukup dilakukan pada level merchant (point of sale), tanpa harus on-line ke computer issuer.

### 2. *Access Product (Kartu Debit dan Kartu Kredit)*

- a) Tidak ada pencatatan dana dalam instrument kartu.
- b) Dana sepenuhnya berada dalam pengelolaan bank, sepanjang belum ada otorisasi dari nasabah untuk melakukan pembayaran.
- c) Pada saat transaksi, instrument kartu digunakan untuk melakukan ases secara on-line ke computer issuer untuk mendapatkan otorisasi melakukan pembayaran atas beban rekening simpanan (kartu debit) maupun rekening pinjaman (kartu kredit).

#### **2.2.1. Perkembangan Electronic-Money di Asia**

Pada tahun 1999, Bank for International Settlement (BIS) melalui Committee on Payment and Settlement System telah mengeluarkan laporan hasil survey mengenai perkembangan *e-money* di beberapa Negara ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Berikut ini

uraian mengenai perkembangan *e-money* di beberapa Negara Asia yang dikutip dari laporan tersebut sebagai perbandingan.

#### 2.2.1.1. Jepang

Pertumbuhan *e-money* yang cepat dan luas, bagaimanapun juga dapat menyebabkan dampak yang tidak dapat diperkirakan dan tidak menyenangkan bagi perekonomian. Oleh karena itu, untuk menjaga efektivitas kebijakan moneter, bank sentral dan lembaga terkait lainnya perlu meminta data statistik *e-money* serta melakukan analisa dampaknya terhadap perekonomian. Luasnya penggunaan *e-money* dapat mengganggu kemampuan bank sentral untuk mengendalikan tingkat suku bunga dan likuiditas perekonomian. Dampak ini belum menjadi '*real concern*', kecuali penggunaannya telah meluas secara dramatis dalam periode yang singkat atau telah menggeser peran uang tunai dalam jumlah yang besar. Namun demikian, seandainya permasalahan ini terjadi, bank sentral dapat menggunakan '*reserve requirement*' untuk mengatasinya.

Untuk membantu perkembangan sektor swasta dalam melakukan inovasi dan penemuan teknologi, baik bank maupun lembaga non-bank harus dapat mengeluarkan *e-money*. Adapun produk *e-money* yang sudah digunakan di Jepang pada saat itu yang berbasis kartu atau *card based product* adalah *Visa Cash*, *Super Cash*, *Mondex*. Sedangkan yang berbasis jaringan atau perangkat lunak adalah *Internet Cash*, *CyberCoin*, *Super Cash*. Namun saat ini di Jepang *e-money* telah menjadi barang yang pasti dimiliki penduduk Jepang untuk berbagai keperluan seperti membayar

biaya transportasi, makan di restaurant, berbelanja di mesin penjual otomatis, hingga berbelanja waralaba (Tempo.co , 2017).

#### 2.2.1.2. Thailand

Penggunaan uang tunai dan cek masih merupakan alat pembayaran yang paling populer di Thailand. Penggunaan e-money saat ini terutama untuk pembayaran yang retail dan masih terbatas di sekitar kota Bangkok. Sejauh ini berdasarkan pengamatan, produk *e-money* hanya dapat menggantikan penggunaan koin dan uang kertas yang bernilai kecil. Oleh karena itu, saat ini dianggap tidak mengurangi jumlah uang beredar secara signifikan. Sampai saat ini Bank of Thailand (BOT) belum melakukan suatu kajian mengenai kebijakan yang harus dilakukan seandainya pengembangan *e-money* mengalami kemajuan yang menyebabkan dampak yang cukup signifikan terhadap uang beredar dan *seigniorage*. BOT tidak memiliki rencana untuk mengeluarkan produk *e-money* sendiri.

BOT menyadari bahwa produk *e-money* yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan non-bank tidak tunduk kepada pengaturan dan pengawasan BOT. Namun BOT juga melihat bahwa pengaturan pada tahap awal, misalnya dengan membatasi bank sebagai penerbit *e-money*, dapat menghambat inisiatif dan inovasi sektor swasta khususnya dalam pengembangan teknologi. Di sisi lain stabilitas sistem pembayaran perlu tetap dijaga. Oleh karena itu, saat ini masih dipelajari kebijakan mengenai lembaga yang dapat menerbitkan *e-money*. Adapun produk *e-money* yang sudah digunakan di Thailand pada saat itu yang berbasis kartu atau *card based product* adalah *MicroCash*, *SCB Smart Card*. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank of

Thailand (2018) penggunaan e-money sampai November 2017 terus mengalami kenaikan.

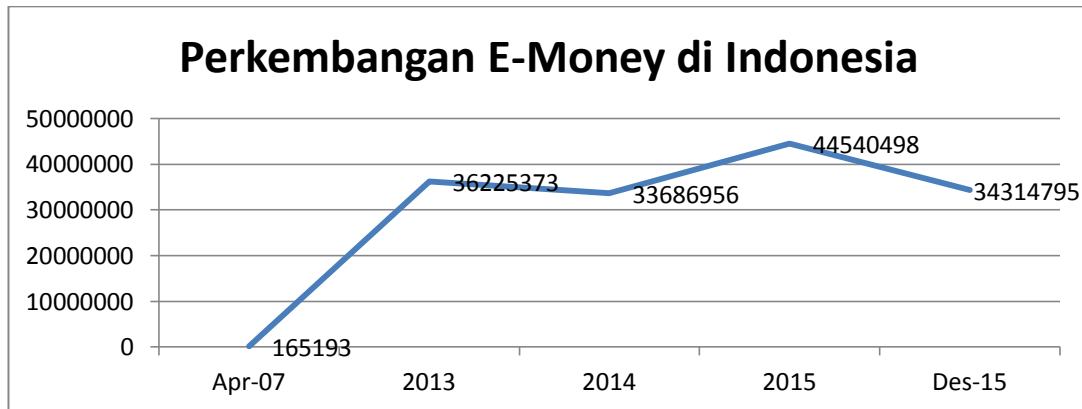
#### 2.2.1.3. Singapore

*Monetary Authority of Singapore* (MAS) saat ini memandang produk *e-money* sebagaimana produk tabungan lainnya. Di bawah UU Perbankan, hanya bank yang boleh mengeluarkan *e-money* dengan persetujuan MAS. UU tersebut juga mewajibkan bank untuk memelihara *reserve* dan *likuiditas* terhadap produk *e-money* yang dikeluarkan. Selain itu, bank-bank yang mengeluarkan *e-money* wajib memberikan laporan bulanan mengenai jumlah dan *outstanding e-money* yang telah dikeluarkan. Sebelum memberikan persetujuan kepada bank yang akan mengeluarkan *e-money*, MAS harus memastikan bahwa bank tersebut telah membuat perlindungan yang baik bagi nasabahnya. Dalam hal ini termasuk adanya sistem keamanan yang kuat untuk mencegah terjadinya kejahatan atau penyalahgunaan yang dapat mengakibatkan kerugian. Adapun produk *e-money* yang sudah digunakan di Singapore pada saat itu yang berbasis kartu atau *card based product* adalah *Cash Card*. Sedangkan yang berbasis jaringan atau perangkat lunak belum ada. Pada tahun 2017 perkembangan e-money di Singapura terbilang cukup pesat, hal itu ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang mengeluarkan sistem pembayaran non tunai.

#### **2.2.2. Perkembangan Electronic-Money di Indonesia**

Perkembangan teknologi dan perekonomian modern ini membuat pola dan sistem pembayaran transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Hal ini menggeser

peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran dan beralih kepada pembayaran non-tunai yang lebih efisien. Salah satu alat pembayaran yang dikeluarkan Bank Indonesia adalah *Electronic Money*.



Grafik 2.1 Perkembangan e-money di Indonesia

Perkembangan uang elektronik di Indonesia sangat pesat, pertama kali terbit April tahun 2007 hanya sebanyak 165.193 instrumen, dan terus meningkat sampai tahun 2013 sebanyak 36.225.373, tetapi mulai awal Januari 2014 sampai September 2014 mengalami penurunan, September 2014 berjumlah 33.686.956 instrumen, kemudian kembali meningkat pada Oktober 2014 sampai November 2015 menjadi sebanyak 44.540.498 dan kemudian kembali mengalami penurunan yang cukup jauh pada Desember 2015 hingga menjadi 34.314.795 instrumen ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Meskipun *e-money* sangat efisien tetapi masih banyak masyarakat yang belum menggunakan layanan ini, hal ini dapat dibuktikan bahwa masih banyak masyarakat yang menggunakan uang *cash* untuk membayar barang atau jasa yang ingin dimiliki. Masyarakat juga beranggapan bahwa uang elektronik sama dengan kartu jenis lain seperti kartu debit atau kredit, padahal hal tersebut jelas berbeda, pembayaran

menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di bank sebab *e-money* tersebut merupakan produk '*stored value*'. Masyarakat pada umumnya lebih memilih bertransaksi secara manual karena beranggapan akan mengurangi risiko.

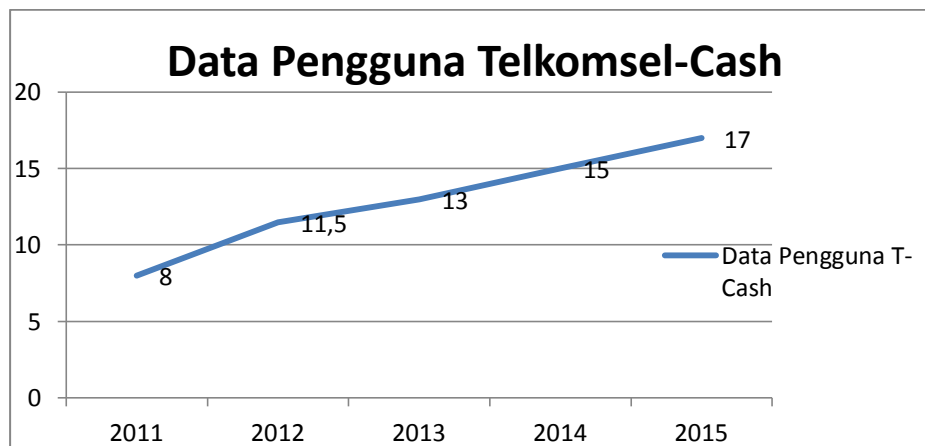
Oleh karena itu pihak perbankan juga perlu mengkaji lebih lanjut faktor apa saja yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan layanan *e-money* tersebut. *E-money* tersedia dalam dua jenis yaitu : *card-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam media *integrated circuit* (IC) yang tertanam dalam kartu, dan *software-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam bentuk *software* yang terdapat pada *personal computer* ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Konsumen *e-money* dapat memperoleh *e-money* melalui penerbit yang telah terdaftar di Bank Indonesia terdiri dari 10 bank, 5 operator seluler dan 6 perusahaan teknologi informasi ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Saat ini *e-money* yang mendominasi pasar diantaranya FLAZZ BCA yang dikatakan sebagai pelopor *e-money* di Indonesia, BRIZZI yang dikeluarkan BRI, Indomaret card yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri, Telkomsel-Cash yang dikeluarkan oleh salah satu operator seluler ternama TELKOMSEL.

### **2.3. Telkomsel-Cash**

Telkomsel-Cash merupakan layanan keuangan digital dari Telkomsel berupa uang elektronik (*e-money*). Layanan yang dicakup oleh T-Cash diantaranya adalah pengiriman uang, isi pulsa, belanja online, pembayaran tagihan, transaksi jual-beli, dan penarikan uang. Program pelayanan ini resmi diluncurkan pada tahun 2007. Pada tanggal 15 Oktober 2015 layanan T-Cash telah diperbaharui dengan mengadopsi

teknologi *Near Field Communication* (NFC) yang merupakan pengembangan metode pembayaran T-Cash pada *merchant* fisik, dengan menggunakan media stiker dan mesin *Electronic Data Capture* (EDC) yaitu *Tcash Tap*, ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)).

NFC merupakan teknologi komunikasi untuk mengirimkan data dan juga sebagai alat pembayaran. Sedangkan stiker T-cash Tap adalah sebuah media pembayaran melalui t-cash yang terhubung dengan akun t-cash pelanggan. Setiap pembayaran melalui stiker t-cash tap akan memotong saldo dari akun t-cash pelanggan. Stiker tersebut bias didapatkan di Grapari terdekat dengan syarat telah terdaftar sebagai pengguna t-cash terlebih dahulu. Pelanggan t-cash tap dapat menggunakannya cukup dengan menyentuhkan (tap) device pelanggan yang telah ditempelkan stiker ke terminal reader / mesin EDC yang terdapat pada mesin POS kasir dan pelanggan memasukan PIN t-cash. Layanan ini sangat aman karena menggunakan 6 digit PIN untuk memproteksi transaksinya.



Grafik 2.2 Data Pengguna Telkomsel-Cash

Hingga tahun 2013, pelanggan T-Cash berjumlah 13 juta pelanggan, dan pada tahun 2012 telah menjalin kerjasama dengan lebih dari 530 perusahaan lain

(*merchant*) dan terminal sebanyak 32.737 di seluruh Indonesia, pada tahun 2014 T-Cash telah bekerjasama dengan ATM Bersama untuk *cash-in* dan *cash-out*. Bank-bank yang telah bekerjasama dengan layanan uang elektronik ini adalah Bank Mandiri, Bank BNI, selain itu *T-Cash* juga telah bekerjasama dengan layanan keuangan elektronik lain seperti Indosat Dompetku dan XL Tunai. Dengan kerjasama melalui Dompetku dan XL Tunai, pelanggan *T-Cash* dapat melakukan transaksi transfer ke pelanggan dua layanan uang elektronik tersebut. Data pengguna T-Cash pada tahun 2011 sebesar 8 juta pengguna sampai dengan pada tahun 2015 pengguna T-Cash telah mencapai 17 juta pengguna di Indonesia. Dari keseluruhan total pengguna T-Cash yang ada, jumlah pengguna T-Cash berbasis *Near Field Communication* (NFC) sebesar 300.000 pengguna. Dengan pertumbuhan *mobile wallet* T-Cash yang selalu meningkat setiap tahunnya maka target T-Cash pada tahun 2016 adalah sebesar 20 juta pengguna dan target T-Cash berbasis NFC sebesar 5-6 juta pengguna ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com))

Terdapat dua macam tipe layanan di dalam *T-Cash* yaitu tipe layanan dasar (*basic service*) dan layanan penuh (*full service*). Layanan dasar adalah segala jenis fasilitas transaksi dasar seperti pembayaran tagihan dan belanja, sedangkan layanan penuh adalah pelayanan dasar yang ditambah dengan layanan tarik tunai, dan layanan ini diperuntukan bagi pelanggan yang mendaftar ke GraPARI dengan data pribadi yang lengkap. T-Cash dapat digunakan bertransaksi pada sejumlah *merchant* yang telah bekerjasama. Sejumlah *merchant* menawarkan diskon menarik untuk layanan T-Cash. ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)).

## **2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel-Cash**

### **2.4.1. Kepercayaan**

Kepercayaan telah menjadi hal mendasar yang harus ada dalam semua interaksi manusia. Konsep kepercayaan dikatakan sebagai hal yang penting dalam banyak disiplin ilmu seperti komunikasi, kepemimpinan, manajemen, dan lainnya. Kepercayaan merupakan elemen penting dalam penentu bisnis yang sukses. Sulit bagi perusahaan untuk mendapatkan eksistensi jangka panjang ketika mereka gagal dalam mendapatkan kepercayaan konsumen. Dalam lingkungan bisnis, kepercayaan merupakan faktor kunci untuk mengurangi persepsi konsumen mengenai risiko dan ketidakpastian. Proses untuk mengembangkan kepercayaan dimulai dengan memahami informasi yang mengindikasikan perusahaan mungkin layak dipercaya (Walton dan Kibbee, 2008).

### **2.4.2. Ekspektasi Kinerja**

Ekspektasi kinerja merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya untuk memperoleh keuntungan kinerja dalam aktivitasnya (Venkateshet *al.*, 2003). Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem akan memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan. Sistem informasi mampu memberikan hal positif dalam penggunaannya ketika sistem tersebut dapat mempermudah seseorang dalam peningkatan kinerjanya (Pertiwi dan Wayan, 2017). Menurut teori konfirmasi ekspektasi, ketika ekspektasi pengguna di

konfirmasi maka pengguna akan merasa puas. Variabel *ekspektasi kinerja* dalam UTAUT ini merupakan konstruk yang sama dengan *perceived usefulness* dalam *technology acceptance model* (TAM) dan *combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* dalam *motivational model* (MM), *job-fit* dalam *model of PC utilization* (MPCU), *relative advantage* dalam *innovation diffusion theory* (IDT), dan *outcome expectations* dalam *social cognitive theory* (SCT) (Walton dan Kibbee, 2008).

#### **2.4.3. Ekspektasi Usaha**

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan suatu sistem dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas (Venkatesh *et al.*, 2003). Jika pengguna harus menginvestasikan usaha yang besar untuk belajar menggunakan t-cash dengan terampil, maka kemungkinan besar pengguna tidak akan merasa tertarik untuk menggunakan hal tersebut. Dengan demikian ekspektasi usaha akan mempengaruhi pengguna dalam memutuskan untuk menerima dan menggunakan suatu sistem teknologi tersebut atau tidak. Ekspektasi usaha ini sama dengan *perceived ease of use* dalam *technology acceptance model* (TAM), *complexity* dalam *model of PC utilization* (MPCU), dan *ease of use* dalam *innovation diffusion theory* (IDT) (Walton dan Kibbee, 2008).

#### **2.4.4. Pengaruh Sosial**

Pengaruh sosial adalah taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem yang baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.*, (2003), Venkatesh *et al.*, (2012) dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial merupakan

prediktor niat mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi. Pengaruh sosial sama dengan konstruk *subjective norm* dalam *theory of reasoned action* (TRA), *theory of planned behavior* (TPB), dan *combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *social factors* dalam *model of PC utilization* (MPCU), and *image* dalam *innovation diffusion theory* (IDT) (Walton dan Kibbee, 2008).

#### **2.4.5. Kondisi yang Memfasilitasi**

Kondisi yang memfasilitasi adalah taraf kepercayaan seorang individu jika organisasi dan infrastruktur teknis yang ada dapat membantu penggunaan suatu sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). Ketersediaan fasilitas yang cukup dapat memberikan keyakinan bagi individu bahwa suatu sistem yang akan digunakan akan mudah dalam penggunaannya. Konstruk *facilitating condition* dinyatakan dengan *perceived behavioral control* dalam *theory of planned behavior* (TPB) dan *combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *kondisi yang memfasilitasi* dalam *model of PC utilization* (MPCU), and *compatibility* dalam *innovation diffusion theory* (IDT) (Walton dan Kibbee, 2008).

#### **2.4.6. Motivasi Hedonis**

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Seseorang yang merasa bahwa penggunaan suatu teknologi menyenangkan akan semakin besar kemungkinan untuk tetap terus menggunakan teknologi tersebut.

#### **2.4.7. Nilai Harga**

Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang harus dikeluarkan dalam penggunaannya

(Venkatesh *et al.*,2003). Dalam konteks penggunaan teknologi untuk konsumen, harga jual merupakan faktor penting karena tidak seperti teknologi yang berada di tempat kerja, konsumen harus menanggung biaya yang terkait dengan pembelian perangkat dan layanan.

#### **2.4.8. Kebiasaan**

Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Limayem *et al.*,2007). Seseorang yang sudah terbiasa melakukan suatu hal secara otomatis akan cenderung memilih untuk terus melakukan sesuatu hal secara otomatis.

#### **2.4.9. Minat Penggunaan**

Minat Penggunaan mengacu kepada tujuan individu untuk melakukan perilaku yang beragam dan dapat dipertimbangkan sebagai alasan khusus terhadap keyakinan. *Intention* merupakan probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu (Limayem *et al.*, 2007).

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian menggunakan teori

UTAUT. Berikut adalah beberapa hasil penelitian sebelumnya :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel		Metode, alat analisis dan sampel	Hasil
		Independen	Dependen		
1	Nor Liza, <i>et al</i> (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Kondisi yang memfasilitasi</li> <li>• Nilai harga</li> <li>• Motivasi hedonis</li> <li>• Kebiasaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan</li> <li>• Perilaku penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif-Structural Equation Modelling (SEM)</li> <li>• 450 pengguna e-money</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i></li> <li>-Minat penggunaan dan fasilitas yang menunjang juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan <i>e-money</i></li> </ul>
2	Chiwara J.R, <i>et al</i> (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Kondisi yang Memfasilitasi</li> <li>• Kepercayaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Behavioral intention to use</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif-Generalised Linear Mode (GLM)</li> <li>• 346 calon pencari kerja yang merupakan mahasiswa tingkat akhir di South</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja,ekspektasi usaha, kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan</li> </ul>

				African university.	internet dalam proses mencari pekerjaan.
3	Arianto dan Ni Wayan (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• ekspektasi usaha</li> <li>• faktor sosial budaya</li> <li>• kondisi yang memfasilitasi</li> <li>• motivasi hedonis</li> <li>• nilai harga</li> <li>• kebiasaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan</li> <li>• perilaku penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif - Regresi berganda (Multiple Regression) SPSS</li> <li>• 100 pengguna mobile banking di Kota Denpasar</li> </ul>	<p>-Ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i></p> <p>-Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga diketahui tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> di Kota Denpasar kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>
4	A.Emmanuel <i>et al</i> (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Kondisi yang Memfasilitasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Behavioral intention</li> <li>• use behavior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif-Multiple Linear Regression (MLR)</li> <li>• 250 pelajar di Ghana yang dipilih secara acak</li> </ul>	<p>-Ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat dan penggunaan e-counseling, sedangkan</p> <p>-Ekspektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat dan penggunaan</p>

					e-counseling di Ghana.
5	Fenrianto (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Budaya</li> <li>• Keamanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif-Structural Equation Modelling (SEM)</li> <li>• Konsumen di beberapa situs e-commerce</li> </ul>	-Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, budaya, keamanan berpengaruh positif terhadap intention to use e-payment system
6	Curtis, dan A.Payne (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Kondisi yang memfasilitasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan</li> <li>• Perilaku penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif-Lisrel 8.80</li> <li>• 75 auditor</li> </ul>	-Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi audit
7	Saibaba & T.Naryana (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Sikap</li> <li>• Kepercayaan</li> <li>• Kesadaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif – SEM dengan SPSS Version 17</li> <li>• 325 customer bank</li> </ul>	-Ekspektasi kinerja, pengaruh social, sikap, kepercayaan, dan kesadaran berpengaruh positif terhadap minat penggunaan -Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking.

Dari hasil penelitian terdahulu, dapat kita lihat bahwa UTAUT merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Adapun objek atau teknologi, lokasi, serta alat uji dan jumlah sampel yang di gunakan dari penelitian terdahulu cukup beragam. Dari hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa hasil yang sama dengan peneliti lainnya, namun juga terdapat hasil yang berbeda, hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian dari Chiwara J.R *et al.*, (2017) dan penelitian dari Fenrianto (2015) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha berengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi, sedangkan hal berbeda ditunjukkan oleh Arianto dan Ni Wayan (2017) dan A. Emmanuel *et al.*, (2015) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

Hasil penelitian tersebut tentu saja di pengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lokasi penelitian, teknologi yang diteliti, serta jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut.

## **2.6. Kerangka Pengembangan Hipotesis**

### **2.6.1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Biasanya, dalam mengadopsi teknologi baru konsumen cenderung akan menghadapi konteks ketidakpastian, dan dalam situasi yang seperti ini konsumen akan mulai mengevaluasi berdasarkan persepsi mereka sendiri mengenai teknologi dan penyedia teknologi baru tersebut. Persepsi ini akan menjadi penting, sebab hasil evaluasi ini akan menjadi tingkat kepercayaan. Kepercayaan dalam konteks penelitian ini adalah kepercayaan terhadap teknologi yaitu telkomsel-cash. Kepercayaan yang diharapkan dari pengguna teknologi bahwa telkomsel-cash akan memberikan tanggungjawab terhadap pengguna yang berdampak terhadap rasa puas pengguna terhadap teknologi tersebut (telkomsel-cash). Penelitian yang dilakukan oleh (Walton dan Kibbee, 2008), (Saibaba dan T.Naryana, 2013) dan (Juliet R, *et al*, 2017) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>1</sub> : Kepercayaan berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta

### **2.6.2. Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Ekspektasi kinerja mengukur tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya untuk memperoleh keuntungan kinerja dalam aktivitasnya, (Venkatesh *et al.*,2003). Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem akan memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan. Sistem informasi mampu memberikan hal positif dalam penggunaannya ketika sistem

tersebut dapat mempermudah seseorang dalam peningkatan kinerjanya, (Pertiwi dan Wayan, 2017). Menurut teori konfirmasi ekspektasi, ketika ekspektasi pengguna di konfirmasi maka pengguna akan merasa puas.

Penelitian Venkatesh *et al.*, (2003) menunjukkan bahwa *ekspektasi kinerja* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang dalam penggunaan suatu sistem. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arianto dan Wayan, 2017), (Sedana dan Wijaya, 2010), (Alwahaishi dan Snásel, 2013), (Harsono dan Suryana, 2014). Namun penelitian tersebut berlawanan dengan hasil penelitian (Susanto., *et al.*, 2017), (Susanto *et al.*, 2017) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan niat penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>2</sub> : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta

### **2.6.3. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Ekspektasi usaha dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana harapan pengguna terhadap suatu teknologi yang akan digunakan apakah teknologi tersebut dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas. Jika pengguna harus menginvestasikan usaha yang besar untuk belajar menggunakan *t-cash* dengan terampil, maka kemungkinan besar pengguna tidak akan merasa tertarik untuk menggunakan hal tersebut. Dengan demikian ekspektasi usaha akan mempengaruhi pengguna dalam memutuskan untuk menerimakan menggunakan suatu sistem teknologi tersebut atau tidak. Konstruk ekspektasi usaha dalam percobaan pertama memberikan pengaruh yang signifikan, kemudian menjadi tidak

signifikan dalam percobaan kedua dan seterusnya (Venkatesh *et al*, 2003). Penelitian dari (Pertiwi dan Wayan, 2017) menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susanto *et al.*,2017), sedangkan penelitian dari Sedana dan Wijaya (2010), Harsono dan Suryana (2014) menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>3</sub> : Ekspektasi usaha berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **2.6.4. Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Pengaruh sosial dalam penelitian ini menggambarkan taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem yang baru. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh *et al*, 2003), (Venkatesh *et al*, 2012) dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial merupakan prediktor niat mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Susanto *et al*, (2017), Pertiwi dan Wayan (2017) menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh pada minat penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sedana dan Wijaya (2010), Alwahaishi dan Snásel (2013), Harsono dan Suryana (2014) dan Curtis dan A.Payne (2014) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>4</sub> : Pengaruh sosial berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **2.6.5. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Kondisi yang memfasilitasi merupakan bagian dari dukungan organisasi, dalam penelitian ini merupakan taraf kepercayaan seorang individu jika organisasi dan infrastruktur teknis yang ada dapat membantu penggunaan suatu sistem. Penelitian yang dilakukan Susanto *et al.*, (2017), menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi, namun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan. Hal berbeda ditunjukkan oleh penelitian dari Pertiwi dan Wayan (2017) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan suatu teknologi, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sedana dan Wijaya, 2010) dan (Alwahaishi dan Snásel, 2013) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan perilaku penggunaan, namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sedangkan penelitian dari Harsono dan Suryana (2014) menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan dan perilaku penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>5</sub> : Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **2.6.6. Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Motivasi hedonis merupakan hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Motivasi hedonis menggambarkan suatu hal yang dapat menggerakkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya khususnya kebutuhan pemenuhan kesenangan dan kenikmatan materi sebagai bentuk tujuan utama. Hasil penelitian dari Susanto *et al.*, (2017), Harsono dan Suryana (2014) menyatakan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan suatu teknologi, dimana kesenangan yang timbul dari penggunaan teknologi baru tersebut memiliki pengaruh yang positif dalam penentuan niat untuk menggunakan teknologi tersebut atau tidak. Sedangkan penelitian dari Pertiwi dan Wayan (2017), menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh pada minat penggunaan suatu teknologi. Dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan:

H<sub>6</sub> : Motivasi hedonis berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **2.6.7. Pengaruh nilai harga terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang harus dikeluarkan dalam penggunaannya. Dalam konteks penggunaan teknologi untuk konsumen, harga jual merupakan faktor penting karena tidak seperti teknologi yang berada di tempat kerja, konsumen harus menanggung biaya yang terkait dengan pembelian perangkat dan layanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.*, (2012) menyimpulkan bahwa nilai harga berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk memanfaatkan suatu sistem. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanto *et al.*, (2017), Harsono

dan Suryana (2014) yang menyatakan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan suatu teknologi. Namun penelitian dari Pertiwi dan Wayan (2017) menyatakan bahwa nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan suatu teknologi. Dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan:

H<sub>7</sub> : Nilai harga berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **2.6.8. Pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash**

Kebiasaan merupakan kecenderungan untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Limayem *et al.*, 2007). Penelitian dari Venkatesh., *et al* (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kebiasaan konsumen pada penggunaan teknologi pribadi ketika mereka menghadapi lingkungan yang beragam dan selalu berubah. Penelitian dari Susanto *et al.*, (2017), Harsono dan Suryana (2014) menunjukkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dan perilaku penggunaan teknologi, penelitian dari Pertiwi dan Wayan (2017) menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan suatu teknologi. Dari penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>8</sub> : Kebiasaan berpengaruh positif pada minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

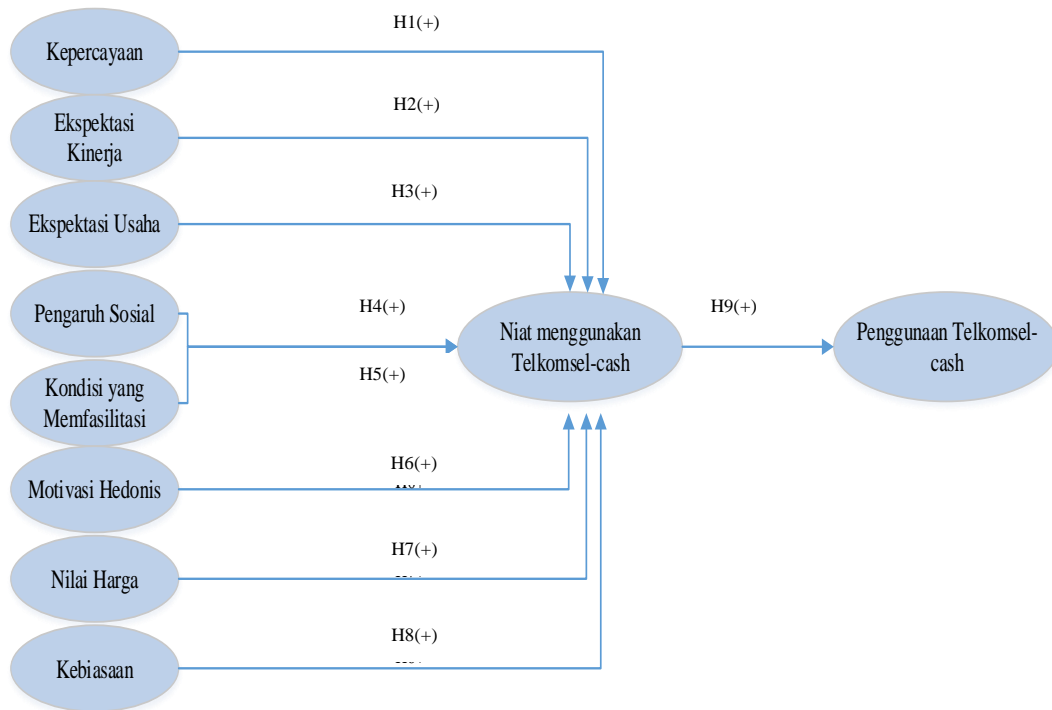
#### **2.6.9. Pengaruh minat terhadap perilaku penggunaan telkomsel-cash**

Minat mengacu kepada tujuan individu untuk melakukan perilaku yang beragam dan dapat dipertimbangkan sebagai alasan khusus terhadap keyakinan.

Minat merupakan probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat penggunaan pada penelitian ini menjelaskan sejauhmana konsumen tertarik dalam menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran, sedangkan perilaku penggunaan (*use behavior*) dalam penelitian ini menjelaskan seberapa sering konsumen menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran sehari-hari. Menurut penelitian dari Susanto *et al.*, (2017), minat penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku penggunaan suatu teknologi. Hal serupa juga ditunjukkan oleh hasil penelitian dari Pertiwi dan Wayan (2017), Sedana dan Wijaya (2010), Susanto *et al.*, (2017), Harsono dan Suryana (2014), Alwahaishi dan Snásel (2013) yang menyatakan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan. Temuan ini sesuai dengan konsep dasar dari teori penerimaan dan penggunaan , yaitu niat untuk menggunakan suatu teknologi akan mempengaruhi penggunaan sebenarnya teknologi tersebut. Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan :

H<sub>9</sub> : Minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta

## 2.7. Kerangka Model Penelitian



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah berdasar teori yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, selanjutnya diuji untuk mendapatkan kebenaran dari teori.

#### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna *e-money* yang dikeluarkan oleh Telkomsel berupa telkomsel-cash. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah kepercayaan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan terhadap minat dan perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan April-Mei 2018.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Malhotra (2009:364) Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Populasi bukan sekedar jumlah dari objek atau subjek yang dipelajari tetapi seluruh karakteristik yang melekat pada objek. Populasi dalam penelitian ini yaitu

semua pengguna operator seluler telkomsel yang menggunakan layanan *e-money* yang dikeluarkan oleh pihak telkomsel berupa telkomsel-cash (*t-cash*) di Yogyakarta.

Menurut Malhotra (2009:364), Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian pengguna telkomsel-cash di Yogyakarta. Menurut Sekaran (2003) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Ukuran sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dari pengguna telkomsel-cash di Yogyakarta.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel dari populasi dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur dalam populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pemilihan responden menggunakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan metode penarikan dari sebuah populasi didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Sekaran, 2003). Oleh karena itu, responden dari penelitian ini adalah pengguna operator seluler telkomsel yang menggunakan layanan *e-money* yang dikeluarkan oleh pihak telkomsel berupa Telkomsel-Cash (*T-Cash*) di Yogyakarta yang bersedia untuk mengisi kuesioner.

### **3.5 Sumber Data**

#### **1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini data sangat diperlukan untuk menjawab rumusan masalah. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu sumber data yang langsung

memberikan data kepada pengepul data, Wiyono (2011). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data identitas responden serta persepsi responden terkait penelitian ini.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari survey yang dilakukan oleh peneliti, yaitu dengan mengambil sampel langsung dari populasi dengan menggunakan kuesioner atau angket secara *paper based* dan *online* kepada pengguna *e-money* telkomsel-cash di Yogyakarta. Kuesioner yang disusun adalah kuesioner tertutup dimana jawaban telah tersedia pada kolom yang ditentukan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *linkert*. Dalam penelitian ini seluruh variable diukur menggunakan skala linkert dengan skor 1 sampai 6. Skala linkert dengan kriteria seperti disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Skala linkert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

### **3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel penelitian meliputi faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Variabel akan diukur melalui dimensi dan indikator-indikator yang relevan (Supardi, 2005). Menurut Widhiarso (2010), penggunaan kategori tengah menunjukkan adanya keengganan responden untuk memilih arah tanggapan terhadap pernyataan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini seluruh variabel menggunakan skala linkert dengan skor 1 sampai 6. Responden harus memilih jawaban yang tersedia. Nilai 1 sampai 3 bermakna sangat tidak setuju hingga agak tidak setuju. Nilai 4 sampai 6 bermakna agak setuju hingga sangat setuju.

#### **3.6.1 Kepercayaan**

Kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan terhadap teknologi, yaitu telkomsel-cash. Kepercayaan terhadap teknologi ini mengukur sejauh mana konsumen percaya terhadap telkomsel-cash sebagai alat pembayaran mereka. Kepercayaan menjadi hal mendasar yang harus ada dalam semua interaksi manusia. Menurut Saibaba dan Naryana (2013) konsep kepercayaan dikatakan sebagai hal yang penting dalam banyak disiplin ilmu seperti komunikasi, kepemimpinan, manajemen, dan lainnya . Variabel kepercayaan akan diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Walton dan Kibbee (2008). Adapun item pertanyaan mengenai kepercayaan disajikan dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Item Pertanyaan Kepercayaan

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Kepercayaan	Telkomsel-cash merupakan alat pembayaran yang dapat dipercaya.	Walton dan Kibbee (2008)
	Telkomsel-cash adalah salah satu e-money yang dapat bekerja dengan baik	
	Telkomsel-cash sesuai dengan harapan saya	
	Saya percaya telkomsel-cash tidak akan mengecewakan saya	

### 3.5.2 Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi Kinerja merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya untuk memperoleh keuntungan kinerja dalam aktivitasnya (Venkatesh *et al.*, 2003). Variabel ini menjelaskan mengenai manfaat-manfaat yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi tertentu. Sistem informasi mampu memberikan hal positif dalam penggunaannya ketika sistem tersebut dapat mempermudah seseorang dalam peningkatan kinerjanya (Pertiwi dan Wayan, 2017). Variabel ekspektasi kinerja diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun item pertanyaan mengenai ekspektasi kinerja disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Item Pertanyaan Ekspektasi Kinerja

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Ekspektasi kinerja	Menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran sangat berguna dalam keseharian saya	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Menggunakan telkomsel-cash dapat membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan cepat	
	Menggunakan telkomsel-cash dapat meningkatkan produktifitas saya	
	Dengan menggunakan telkomsel-cash, saya mempunyai lebih banyak cara untuk melakukan pembayaran	

### 3.5.3 Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha mengukur tingkat kemudahan dari penggunaan suatu sistem tertentu (Venkatesh *et al.*, 2012). Variabel ini menjelaskan mengenai kemudahan dalam penggunaan telkomsel-cash dan ada tidaknya rintangan dalam penggunaan telkomsel-cash. Variabel ekspektasi usaha diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Item Pertanyaan Ekspektasi Usaha

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Ekspektasi Usaha	Mempelajari cara menggunakan telkomsel-cash adalah hal yang mudah bagi saya	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Cara penggunaan telkomsel-cash begitu jelas dan mudah dipahami	
	Telkomsel-cash sangat mudah untuk digunakan	
	Saya mampu menggunakan telkomsel-cash dengan deng,an mudah	

### 3.5.4 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial mengukur sejauh mana seseorang merasa bahwa orang lain yang penting bagi mereka percaya bahwa dia harus menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayarannya (Venkatesh *et al.*, 2012). Variabel pengaruh social dukur menggunakan 4 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al.*, (2012) dan Walton dan Kibbee (2008). Adapun item pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Item Pertanyaan Pengaruh Sosial

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Pengaruh sosial	Orang terdekat saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan telkomsel-cash	Venkatesh <i>et al.</i> (2012) dan Walton dan Kibbee (2008)
	Keluarga saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan t-cash	
	Orang tua saya menyarankan untuk menggunakan telkomsel-cash	
	Teman-teman saya mengatakan bahwa menggunakan <i>telkomsel-cash</i> adalah hal yang bagus.	

### 3.5.5 Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi merupakan persepsi pengguna terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu tindakan (Venkatesh *et al.*, 2012). Variabel ini menjelaskan mengenai sumber daya yang dibutuhkan dalam menggunakan suatu sistem informasi. Kondisi yang memfasilitasi dalam penelitian ini diukur dengan indikator sumber daya, pengetahuan dan bantuan dalam menggunakan telkomsel-cash. Variabel kondisi yang memfasilitasi diukur menggunakan 4 item pertanyaan yang meruakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun pertanyaan yang dimaksud dalam Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Item Pertanyaan Kondisi yang Memfasilitasi

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Kondisi yang memfasilitasi	Saya mempunyai infrastruktur yang diperlukan dalam menggunakan telkomsel-cash	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan telkomsel-cash	
	Saya memperoleh bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan telkomsel-cash	
	Telkomsel-cash cocok dengan teknologi lainnya yang saya gunakan	

### 3.5.6 Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Variabel motivasi hedonis dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Item Pertanyaan Motivasi Hedonis

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Motivasi Hedonis	Menggunakan telkomsel-cash cukup menguntungkan	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Saya menikmati penggunaan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran	
	Menggunakan telkomsel-cash sangat menyenangkan	

### 3.5.7 Nilai Harga

Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang harus dikeluarkan dalam penggunaannya (Venkatesh *et al.*, 2012). Variabel nilai harga dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al.*, (2012). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Item Pertanyaan Nilai Harga

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Nilai Harga	Telkomsel-cash memiliki harga yang terjangkau	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Manfaat yang diperoleh dalam menggunakan telkomsel-cash sebanding dengan harga yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya	
	Dengan harga saat ini, telkomsel-cash mampu memberikan manfaat yang cukup baik.	

### 3.5.8 Kebiasaan

Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Limayem *et al.*,2007). Variabel kebiasaan dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.9.

Tabel 3.9 Item Pertanyaan Kebiasaan

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Kebiasaan	Saya sudah terbiasa menggunakan telkomsel-cash	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Saya ingin selalu menggunakan telkomsel-cash	
	Saya harus menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran.	
	Menggunakan telkomsel-cash sudah menjadi hal yang selalu saya lakukan	

### 3.5.9 Minat Penggunaan

Minat penggunaan merupakan probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut penelitian dari Susanto *et al.*, (2017), *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku penggunaan suatu teknologi. Variabel minat penggunaan diukur menggunakan 4 item pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2012). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.10.

Tabel 3.10 Item Pertanyaan Minat Penggunaan

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Minat Penggunaan	Saya berniat untuk terus menggunakan telkomsel-cash di masa depan	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)
	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan telkomsel-cash di keseharian saya	
	Saya berencana untuk melanjutkan menggunakan telkomsel-cash sesering mungkin	
	Saya berencana merekomendasikan telkomsel-cash kepada teman-teman saya	

### 3.5.10 Perilaku Penggunaan

Perilaku penggunaan (*use behavior*) dalam penelitian ini menjelaskan seberapa sering konsumen menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran sehari-hari. Frekuensi dalam item pertanyaan pada variabel ini diukur mulai dari “tidak pernah” sampai dengan “sering”. Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam tabel 3.11.

Tabel 3.11 Item Pertanyaan Perilaku penggunaan

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
Penggunaan	<p>Seberapa sering anda menggunakan telkomsel-cash dalam :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembayaran tagihan listrik</li> <li>• Pembelian pulsa</li> <li>• Pembelian paket internet</li> <li>• Berbelanja online</li> <li>• Berbelanja langsung</li> <li>• Transfer uang</li> <li>• Pembayaran asuransi</li> </ul>	Venkatesh <i>et al.</i> , (2012)

### 3.6. Uji Kualitas Data

Data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari instrument yang digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi 2 (dua) persyaratan penting yaitu valid dan reliabel (Ghozali,2008).

#### 3.6.1 Alat Analisis Data

Semua data yang dikumpulkan sesuai dengan karakteristik responden yang dituju pada pengguna telkomsel-cash. Data-data tersebut berupa data tentang demografi responden dan jawaban responden atas pertanyaan pada kuesioner yang telah diberikan. Data demografi dijelaskan menggunakan metode deskriptif yaitu

metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu, (Hidayat, 2010).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif. Model penelitian kuantitatif dianalisa dengan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan bantuan software PLS (Partial Least Square). Pada dasarnya PLS digunakan untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau adanya masalah normalitas data (Latan dan Ghozali, 2012). Menurut Ghozali (2006:316) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruknya) dispesifikasi hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen.

### **3.6.2 Analisis Kualitatif**

Analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan bentuk uraian terhadap hasil penelitian yang didukung teori dan data yang telah ditabulasi kemudian diikhtisarkan (Sugiyono, 2003). Analisis ini digunakan untuk memperkuat analisis kuantitatif dengan cara menginterpretasikan hasil-hasil yang diperoleh dari analisis kuantitatif. Analisis deskriptif dalam penelitian ini juga menggunakan analisis kualitatif adalah karakteristik responden dan diskripsi variabel.

### **3.6.3. Analisis Kuantitatif**

Data kuantitatif yaitu data dalam bentuk jumlah yang dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau diperbandingkan dari beberapa gambaran sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat/ uraian. Analisis kuantitatif merupakan suatu metode analisis data berdasarkan data-data statistik dimana pengumpulan, pengolahan, penyajian dan penganalisisan data diketahui melalui perhitungan tertentu (Hidayat, 2010). Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Analisis dalam penelitian ini menggunakan program aplikasi PLS.

### **3.7. Model Pengukuran (*Outer Model*)**

*Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Model pengukuran dalam PLS digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas melalui literasi algoritma. Selain dalam pengukuran validitas dan reliabilitas, model pengukuran (*outer model*) memberikan informasi nilai  $R^2$  sebagai parameter ketetapan model prediksi.

#### **3.7.1. Uji Validitas**

Menurut Jogiyanto (2011) Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas konstruk yang terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan.

### 1. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Menurut Jogiyanto (2011) *rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading*  $> 0,7$  *communality*  $> 0,5$  dan *average variance extracted* (AVE)  $> 0,5$ . Menurut Jogiyanto jika skor loading  $< 0,5$  maka indikator ini dapat dihapus dari konstruknya karena indikator tidak termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor loading antara 0,5-0,7 sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki loading tersebut sepanjang skor AVE dan *communality indicator* tersebut  $> 0,5$ .

### 2. Uji Validitas Diskriminan

Menurut Jogiyanto (2011), “Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi”. Sehingga uji validitas diskriminan dengan membandingkan nilai korelasi *cross loading* dengan variable latennya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi dengan variable latennya yang lain.

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, PLS juga melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Menurut Hartono (2008), reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dalam PLS menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Menurut Jogiyanto (2011) “*Rule of thumb* dari *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima.

*Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas sedangkan *Composite reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya suatu konstruk. Kedua nilai estimasi ini menurut Jogiyanto (2011) menilai bahwa pengujian reliabilitas dengan menggunakan *composite reliability* lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal dalam suatu konstruk. Berdasarkan pada pengertian diatas, dalam penelitian ini menggunakan *composite reliability* untuk mengukur reliabilitas dengan *rule of thumb* harus lebih besar dari 0,7.

### **3.8 Model Struktural (*Inner Model*)**

Model structural pada prinsipnya adalah menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya (Wiyono, 2011).

#### **3.8.1. Uji R-Square ( $R^2$ )**

Model structural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$  untuk konstruk endogen. Uji structural dilakukan setelah data telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis model penelitian dengan menggunakan PLS menggunakan nilai  $R^2$  yang diperoleh dari proses algoritma PLS. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variansi perubahan variable eksogen terhadap variable endogen. Pengukuran persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi R-Square ( $R^2$ ) antara satu dan nol, di mana nilai R-Square ( $R^2$ ) yang mendekati satu memberikan persentase pengaruh yang besar (Ghozali, 2008).

#### **3.8.2. Uji T-Statistik**

Setelah diketahui  $R^2$  yang dimiliki oleh model yang diajukan, proses selanjutnya adalah menguji hipotesis untuk menjawab rumusan masalah yang

diajukan dalam penelitian. PLS dalam menguji hipotesis dilakukan dengan menggunakan skor koefisien path atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic. Uji t-statistic digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu apakah berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat *output* dengan bantuan program aplikasi PLS Graph. Jika nilai t-hitung  $>$  t-tabel, pada taraf signifikansi 5% maka diterima atau signifikan (Ghozali, 2008).

### **3.8.3. Path Coefficient**

Prosedur selanjutnya adalah menguji hipotesis yang diajukan dengan melihat path coefficient. Nilai t statistic merupakan nilai signifikansi model prediksi dalam PLS jika nilai t-statistik  $>$  t-tabel ini bermakna signifikan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian dua sisi, dengan membandingkan antara t-tabel dengan t-statistik. Dalam uji hipotesis nilai koefisien beta dalam SmartPLS menggunakan original sampel yang merupakan skor beta *unstandardized* yang digunakan untuk melihat sifat prediksi variable eksogen terhadap variable endogen (Jogiyanto, 2011). Nilai positif koefisien beta menunjukkan sifat pengaruh yang positif, sedangkan nilai negative menunjukkan pengaruh negative variable eksogen terhadap variable endogen.

### **3.8.4. Pengujian Hipotesis Penelitian**

Pengujian seluruh hipotesis penelitian menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Dengan metode PLS, maka model yang diuji dapat mempergunakan asumsi bahwa data tidak harus berdistribusi normal, skala pengukuran dapat berupa nominal, ordinal, interval, maupun rasio. Jumlah sampel tidak harus besar dan

indikator tidak harus dalam bentuk refleksif karena dapat pula berbentuk formatif, serta model tidak harus berdasarkan teori (Ghozali, 2008).

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan telkomsel-cash. Peneliti menyebarkan 101 kuesioner kepada para pengguna e-money telomsel-cash yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Hasil pengolahan data digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dapat didukung atau tidak.

Analisis dalam penelitian ini terbagi atas empat bagian, yaitu bagian pertama yang merupakan hasil pengumpulan data yang menjelaskan jumlah data yang siap dianalisis. Bagian kedua yaitu deskripsi mengenai responden yang menjadi target penelitian. Bagian ketiga adalah hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan reliabilitas, dan bagian keempat merupakan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

#### **4.1. Hasil Pengumpulan Data**

Hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner seperti yang sudah dijelaskan pada bab 3. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan subjek responden para pengguna e-money yang dikeluarkan oleh Telkomsel berupa t-cash. Adapun hasil pengumpulan data kuesioner yang berhasil dan memenuhi syarat adalah sebagai

berikut :

Tabel 4.1 Klasifikasi Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	%
Kuesioner <i>paper based</i>	50	48,54%
Kuesioner online	53	51,46%
Total kuesioer disebar	103	100%
Kuesioner kembali	98	95,15%
Kuesioner tidak lengkap	4	3,88%
Kuesioner memenuhi syarat	94	91,26%

Sumber : Data Diolah

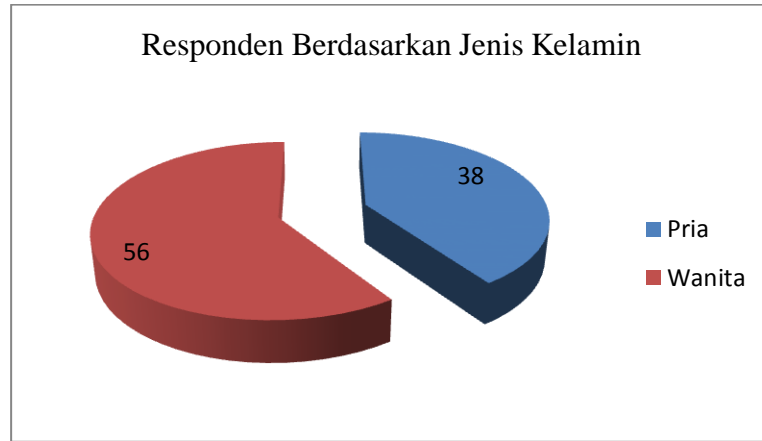
Pada penelitian yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner sebanyak 103 buah (100%), 5 buah (4,85%) kuesioner tidak kembali, 98 buah (95,15%) kuesioner kembali, 4 buah (3,88%) kuesioner pengisiannya tidak lengkap karena ada beberapa item pertanyaan yang tidak diisi. Dari data tersebut sebanyak 94 buah (91,26%) kuesioner memenuhi syarat untuk dapat diolah.

## 4.2. Deskripsi Responden

### 4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, dikategorikan dalam dua klasifikasi yaitu pria dan wanita. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan diperoleh data bahwa responden berjenis kelamin pria berjumlah 38 orang, sedangkan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 56 orang. Klasifikasi tersebut dapat dilihat pada Diagram 4.1.

Diagram 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



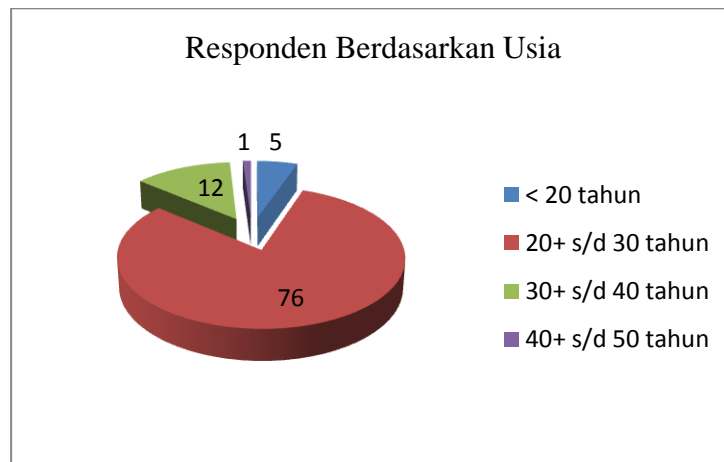
Sumber : Data Diolah

Pada penelitian ini responden wanita berjumlah 56 orang atau 59,57% dari total responden, hal ini dikarenakan pada saat penyebaran kuesioner lebih banyak ditemui responden wanita dibandingkan responden pria yang menggunakan e-money telkomsel-cash.

#### 4.2.2. Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, peneliti menetapkan 6 kelompok usia yaitu usia kurang dari 20 tahun, 20+ s/d 30 tahun, 30+ s/d 40 tahun, 40+ s/d 50 tahun, dan lebih dari 60 tahun. Setelah pengumpulan data dilakukan, diperoleh bahwa jumlah responden dengan usia 20+ s/d 30 tahun merupakan yang terbanyak yaitu 76 responden, kemudian usia 30+ s/d 40 tahun sebanyak 12 responden. Klasifikasi lebih lanjut dapat dilihat pada Diagram 4.2.

Diagram 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia



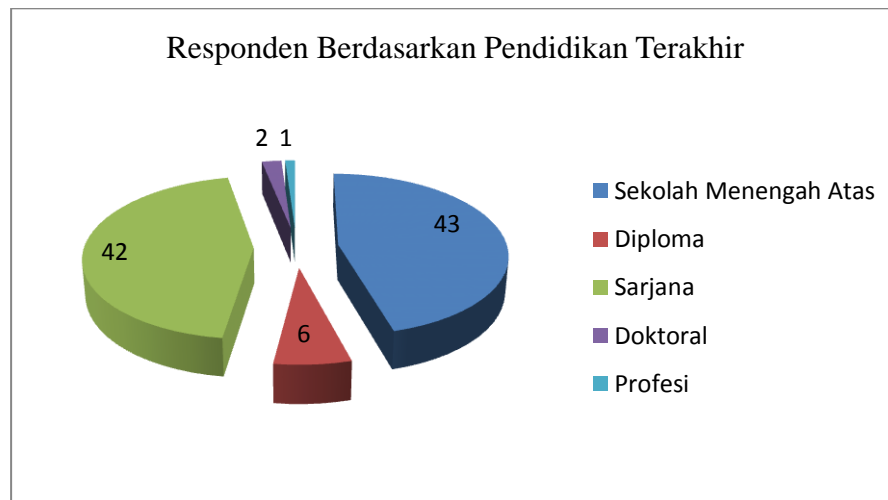
Sumber : Data Diolah

Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini memiliki usia diantara 20+ s/d 30 tahun atau 80,85% dari total keseluruhan responden dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan responden dengan rentang usia tersebut lebih aktif dalam menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran sehingga lebih mudah untuk ditemui.

#### 4.2.3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang diperoleh, responden terbanyak dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir di Sekolah Menengah Atas atau yang sederajat yaitu sebanyak 43 responden, kemudian pada urutan kedua responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana atau yang sederajat sebanyak 42 responden. Untuk klasifikasi lebih lanjut akan disajikan dalam Diagram 4.3.

Diagram 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



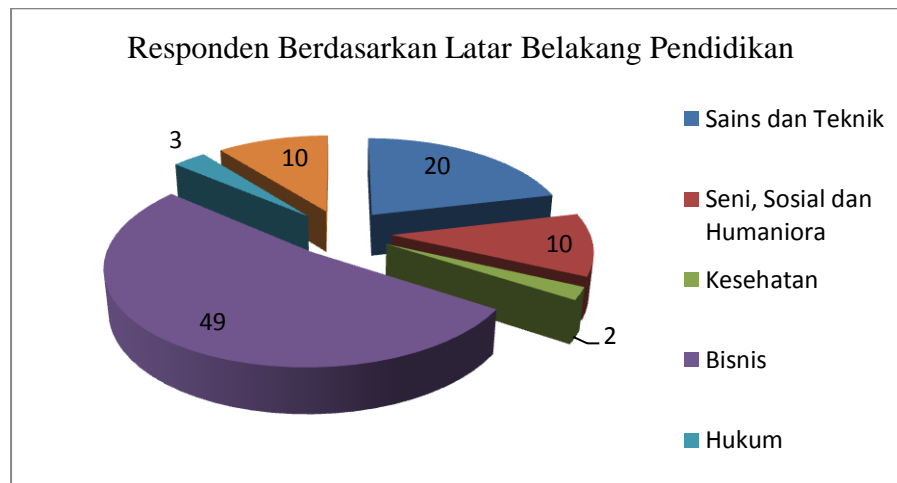
Sumber : Data Diolah

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak yang menggunakan telkomsel-cash memiliki pendidikan terakhir di Sekolah Menengah Atas yaitu sebanyak 43 responden atau 45,74% dari total keseluruhan responden, urutan kedua adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana yaitu sebanyak 42 responden atau 44,68% dari keseluruhan responden.

#### 4.2.4. Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa responden paling banyak memiliki latar belakang pendidikan bisnis sebanyak 49 responden atau 52,13% dari keseluruhan responden dalam penelitian ini, urutan kedua terbanyak memiliki latar belakang pendidikan sains dan teknik yaitu sebanyak 20 responden atau 21,27% dari total responden. Untuk klasifikasi lebih lanjut akan disajikan pada Diagram 4.4.

Diagram 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan



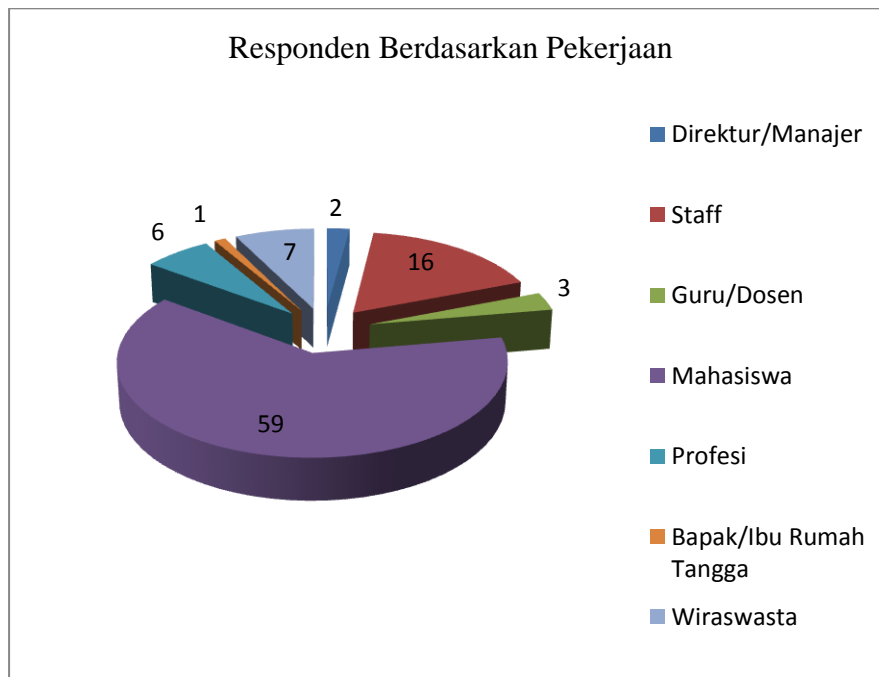
Sumber : Data Diolah

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh para pengguna t-cash dengan latar belakang pendidikan bisnis yaitu 52,13% dari jumlah keseluruhan responden. Hal ini disebabkan karena latar belakang pendidikan dibidang bisnis memungkinkan responden untuk lebih mengetahui mengenai e-money telkomsel-cash dan tertarik dalam penggunaannya.

#### 4.2.5. Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data yang telah diperoleh, dilihat dari jenis pekerjaan responden paling banyak merupakan seorang mahasiswa yaitu 59 responden atau 62,76%, kemudian selanjutnya responden yang memiliki pekerjaan sebagai staff yaitu sebanyak 16 responden atau 17,02%. Selanjutnya responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 7 responden atau 7,44%. Klasifikasi secara lengkap akan disajikan pada Diagram 4.5.

Diagram 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Data Diolah

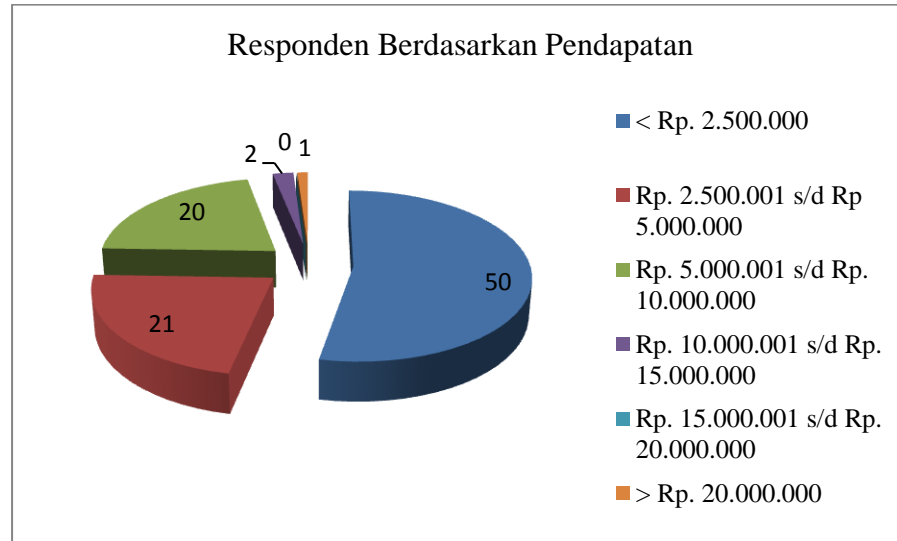
Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan telkomsel-cash didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 62,76% dari keseluruhan responden dalam penelitian ini. Hal ini mungkin disebabkan karena mahasiswa cenderung memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap sesuatu hal yang baru seperti telkomsel-cash.

#### 4.2.6. Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pendapatan, responden dikategorikan menjadi 6 kategori, yaitu dengan pendapatan kurang dari Rp. 2.500.000, Rp. 2.500.001 s/d Rp 5.000.000, Rp. 5.000.001 s/d Rp. 10.000.000, Rp 10.000.001 s/d 15.000.000, Rp 15.000.001 s/d Rp. 20.000.000, dan lebih dari Rp. 20.000.000. Adapun data yang diperoleh mengenai

pendapat responden akan disajikan pada Diagram 4.6.

Diagram 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan



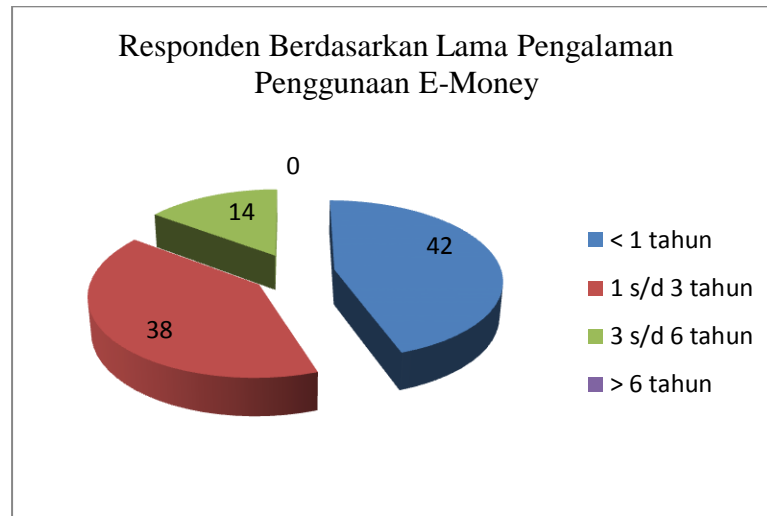
Sumber : Data Diolah

Berdasarkan data diatas, responden terbanyak memiliki penghasilan kurang dari Rp. 2.5000.000 yaitu sebanyak 50 responden atau sekitar 53,19% dari keseluruhan responden dalam penelitian ini.

#### 4.2.7. Berdasarkan Lama Pengalaman Penggunaan E-money

Dalam penelitian ini, lama pengalaman dalam penggunaan e-money di klasifikasikan kedalam 4 kategori, yaitu kurang dari 1 tahun, 1 s/d 3 tahun, 3 s/d 6 tahun, dan lebih dari 6 tahun. Adapun hasil yang diperoleh mengenai lama pengalaman penggunaan e-money ini akan disajikan pada Diagram 4.7

Diagram 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Pengalaman



Sumber : Data Diolah

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 42 responden memiliki pengalaman dalam penggunaan e-money kurang dari 1 tahun, 38 responden memiliki lama pengalaman selama 1 s/d 3 tahun, dan sisanya 14 responden dalam penelitian ini memiliki lama pengalaman dalam menggunakan e-money selama 3 s/d 6 tahun.

### 4.3. Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 4.3.1. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Rule of thumb yang digunakan untuk uji validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,70 dan *average variance extracted* (AVE) > 0,5. Jika skor *loading* < 0,5 maka indikator ini dapat dihapus dari konstraknya karena indikator tidak termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya (Jogiyanto, 2011).

Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi *cross loading* dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi dengan variabel latennya yang lain (Jogiyanto, 2011). Validitas diskriminan juga dapat dilihat dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4.2

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Awal*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Kepercayaan	T-cash merupakan alat pembayaran yang dapat dipercaya	KP1	0,644	0,672
	T-cash adalah salah satu e-money yang dapat digunakan dengan baik	KP2	0,782	
	T-cash sesuai dengan harapan saya	KP3	0,928	
	T-cash tidak akan mengecewakan saya	KP4	0,912	
Ekspektasi Kinerja	Menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran sangat berguna dalam keseharian saya	EK1	0,813	0,638
	Menggunakan t-cash dapat membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan cepat	EK2	0,838	
	Menggunakan t-cash dapat meningkatkan produktifitas saya	EK3	0,810	
	Dengan menggunakan t-cash, saya mempunyai lebih banyak cara untuk melakukan pembayaran	EK4	0,729	

Tabel 4.2 Lanjutan

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Awal*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Ekspektasi Usaha	Mempelajari cara menggunakan t-cash adalah hal yang mudah bagi saya	EU1	0,873	0,823
	Cara penggunaan t-cash begitu jelas dan mudah dipahami	EU2	0,931	
	T-cash sangat mudah untuk digunakan	EU3	0,916	
	Saya mampu menggunakan t-cash dengan mudah	EU4	0,919	
Pengaruh Sosial	Orang terdekat saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan t-cash	PS1	0,889	0,689
	Keluarga saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan t-cash	PS2	0,833	
	Orang tua saya menyarankan untuk menggunakan t-cash	PS3	0,857	
	Teman-teman saya mengatakan bahwa menggunakan t-cash adalah hal yang bagus	PS4	0,732	
Kondisi yang Memfasilitasi	Saya mempunyai infrastruktur yang diperlukan untuk menggunakan t-cash	KM1	0,715	0,605
	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan t-cash	KM2	0,831	
	Saya memperoleh bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan t-cash	KM3	0,774	
	T-cash cocok dengan teknologi lainnya yang saya gunakan	KM4	0,786	
Motivasi Hedonis	Menggunakan t-cash cukup menguntungkan	MH1	0,899	0,802
	Saya menikmati penggunaan t-cash sebagai alat pembayaran	MH2	0,856	
	Menggunakan t-cash sangat menyenangkan	MH3	0,931	

Tabel 4.2 Lanjutan

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Awal*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Nilai Harga	T-cash memiliki harga yang terjangkau	NH1	0,897	0,823
	Manfaat yang diperoleh dalam menggunakan t-cash sebanding dengan harga yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya	NH2	0,936	
	Dengan harga saat ini, t-cash mampu memberikan manfaat yang cukup baik	NH3	0,888	
Kebiasaan	Saya sudah terbiasa menggunakan t-cash	K1	0,807	0,719
	Saya merasa ingin selalu menggunakan t-cash	K2	0,871	
	Saya harus menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran	K3	0,836	
	Menggunakan t-cash sudah menjadi hal yang selalu saya lakukan dalam melakukan transaksi pembayaran	K4	0,877	
Minat Penggunaan	Saya berniat untuk terus menggunakan t-cash di masa depan	MP1	0,919	0,859
	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan t-cash di keseharian saya	MP2	0,936	
	Saya berencana untuk melanjutkan menggunakan t-cash sesering mungkin	MP3	0,944	
	Saya berencana merekomendasikan t-cash kepada teman-teman saya	MP4	0,909	

Tabel 4.2 Lanjutan

*Initial Item Loading* dan AVE dalam Model Awal

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Perilaku penggunaan	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembayaran tagihan listrik	PP1	0,528	0,481
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembelian pulsa	PP2	0,856	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembelian paket internet	PP3	0,805	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk berbelanja online	PP4	0,792	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk berbelanja offline	PP5	0,793	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk transfer uang	PP6	0,497	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembayaran asuransi	PP7	0,454	

Berdasarkan pengujian validitas pada Tabel 4.9 masih terdapat angka loading dibawah 0,7 untuk beberapa variabel yaitu variabel kepercayaan (KP) dimana item pertanyaan dari KP1 memiliki nilai loading sebesar 0,644 sedangkan untuk nilai AVE sudah diatas 0,5 dan variabel perilaku penggunaan (PP) dimana item pertanyaan PP1, PP6, dan PP7 masih memiliki nilai *loading* kurang dari 0,7 yaitu masing-masing 0,528, 0,497, dan 0,454 dengan nilai AVE kurang dari 0,5 yaitu sebesar 0,481. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian diatas belum memenuhi pengujian validitas konvergen yang mana nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5. Nilai AVE yang < 0,5 agar dapat memenuhi syarat pengujian validitas konvergen dapat

dilakukan dengan menghapus item pertanyaan yang memiliki nilai *loading* < 0,7 yaitu variabel KP1, PP1, PP6, dan PP7 dan menghitung ulang menggunakan PLS. Berikut adalah hasil perhitungan ulang yang disajikan dalam Tabel 4.10.

Tabel 4.3

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Akhir*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Kepercayaan	T-cash adalah salah satu e-money yang dapat digunakan dengan baik	KP2	0,782	0,768
	T-cash sesuai dengan harapan saya	KP3	0,928	
	T-cash tidak akan mengecewakan saya	KP4	0,912	
Ekspektasi Kinerja	Menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran sangat berguna dalam keseharian saya	EK1	0,813	0,638
	Menggunakan t-cash dapat membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan cepat	EK2	0,838	
	Menggunakan t-cash dapat meningkatkan produktifitas saya	EK3	0,810	
	Dengan menggunakan t-cash, saya mempunyai lebih banyak cara untuk melakukan pembayaran	EK4	0,729	

Tabel 4.3 Lanjutan

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Akhir*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Ekspektasi Usaha	Mempelajari cara menggunakan t-cash adalah hal yang mudah bagi saya	EU1	0,873	0,823
	Cara penggunaan t-cash begitu jelas dan mudah dipahami	EU2	0,931	
	T-cash sangat mudah untuk digunakan	EU3	0,916	
	Saya mampu menggunakan t-cash dengan mudah	EU4	0,919	
Pengaruh Sosial	Orang terdekat saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan t-cash	PS1	0,889	0,689
	Keluarga saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan t-cash	PS2	0,833	
	Orang tua saya menyarankan untuk menggunakan t-cash	PS3	0,857	
	Teman-teman saya mengatakan bahwa menggunakan t-cash adalah hal yang bagus	PS4	0,732	
Kondisi yang Memfasilitasi	Saya mempunyai infrastruktur yang diperlukan untuk menggunakan t-cash	KM1	0,715	0,605
	Saya mempunyai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan t-cash	KM2	0,831	
	Saya memperoleh bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan t-cash	KM3	0,774	
	T-cash cocok dengan teknologi lainnya yang saya gunakan	KM4	0,786	
Motivasi Hedonis	Menggunakan t-cash cukup menguntungkan	MH1	0,899	0,802
	Saya menikmati penggunaan t-cash sebagai alat pembayaran	MH2	0,856	
	Menggunakan t-cash sangat menyenangkan	MH3	0,931	

Tabel 4.3 Lanjutan

*Initial Item Loading* dan AVE dalam Model Akhir

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Nilai Harga	T-cash memiliki harga yang terjangkau	NH1	0,897	0,823
	Manfaat yang diperoleh dalam menggunakan t-cash sebanding dengan harga yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya	NH2	0,936	
	Dengan harga saat ini, t-cash mampu memberikan manfaat yang cukup baik	NH3	0,888	
Kebiasaan	Saya sudah terbiasa menggunakan t-cash	K1	0,807	0,719
	Saya merasa ingin selalu menggunakan t-cash	K2	0,871	
	Saya harus menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran	K3	0,836	
	Menggunakan t-cash sudah menjadi hal yang selalu saya lakukan dalam melakukan transaksi pembayaran	K4	0,877	
Minat Penggunaan	Saya berniat untuk terus menggunakan t-cash di masa depan	MP1	0,919	0,859
	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan t-cash di keseharian saya	MP2	0,936	
	Saya berencana untuk melanjutkan menggunakan t-cash sesering mungkin	MP3	0,944	
	Saya berencana merekomendasikan t-cash kepada teman-teman saya	MP4	0,909	

Tabel 4.3 Lanjutan

*Initial Item Loading dan AVE dalam Model Akhir*

Variabel	Item Pertanyaan	Kode	Loading	AVE
Perilaku penggunaan	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembelian pulsa	PP2	0,856	0,744
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk pembelian paket internet	PP3	0,805	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk berbelanja online	PP4	0,792	
	Seberapa sering menggunakan t-cash untuk berbelanja offline	PP5	0,793	

Pada tabel 4.3 seluruh item pertanyaan telah memiliki nilai *loading* lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE pada setiap variabel telah lebih besar dari 0,5. Pengujian validitas selanjutnya dilakukan dengan pengujian validitas diskriminan. Pengujian validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi *cross loadings* dengan variabel latennya yang mana harus lebih besar daripada korelasi dengan variabel latennya yang lain. Berikut hasil *cross loadings* dari setiap variabel disajikan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 *Cross Loadings*

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>EK1</b>	0,813	0,563	0,539	0,606	0,602	0,503	0,468	0,502	0,168	0,490
<b>EK2</b>	0,838	0,558	0,550	0,580	0,513	0,451	0,487	0,407	0,155	0,431
<b>EK3</b>	0,810	0,462	0,615	0,579	0,625	0,654	0,714	0,680	0,277	0,753
<b>EK4</b>	0,729	0,610	0,391	0,589	0,380	0,503	0,427	0,448	0,314	0,272

Tabel 4.4 Lanjutan *Cross Loadings*

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>EU1</b>	0,618	0,873	0,420	0,672	0,446	0,550	0,438	0,508	0,189	0,424
<b>EU2</b>	0,570	0,931	0,479	0,647	0,499	0,583	0,435	0,533	0,256	0,452
<b>EU3</b>	0,640	0,916	0,497	0,667	0,530	0,557	0,461	0,573	0,293	0,449
<b>EU4</b>	0,605	0,909	0,469	0,575	0,479	0,549	0,386	0,492	0,221	0,364
<b>K1</b>	0,617	0,572	0,807	0,610	0,534	0,577	0,629	0,490	0,376	0,540
<b>K2</b>	0,641	0,457	0,871	0,595	0,564	0,681	0,729	0,670	0,361	0,695
<b>K3</b>	0,535	0,442	0,836	0,507	0,507	0,461	0,579	0,355	0,074	0,563
<b>K4</b>	0,476	0,290	0,877	0,415	0,610	0,572	0,694	0,527	0,161	0,635
<b>KM1</b>	0,559	0,491	0,498	0,715	0,310	0,428	0,459	0,414	0,394	0,440
<b>KM2</b>	0,6222	0,662	0,548	0,831	0,340	0,561	0,532	0,506	0,336	0,491
<b>KM3</b>	0,504	0,418	0,417	0,774	0,441	0,559	0,637	0,599	0,295	0,674
<b>KM4</b>	0,639	0,662	0,507	0,786	0,425	0,584	0,492	0,585	0,096	0,434
<b>KP2</b>	0,585	0,659	0,531	0,443	0,782	0,561	0,409	0,478	0,117	0,358
<b>KP3</b>	0,597	0,426	0,586	0,425	0,928	0,657	0,602	0,640	0,171	0,608
<b>KP4</b>	0,616	0,407	0,605	0,443	0,912	0,579	0,619	0,565	0,164	0,608
<b>MH1</b>	0,597	0,516	0,552	0,608	0,564	0,899	0,710	0,847	0,509	0,615
<b>MH2</b>	0,648	0,683	0,643	0,654	0,559	0,856	0,563	0,675	0,309	0,480
<b>MH3</b>	0,592	0,496	0,653	0,606	0,697	0,931	0,758	0,809	0,362	0,665

Tabel 4.4 Lanjutan *Cross Loadings*

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>MP1</b>	0,648	0,458	0,706	0,660	0,574	0,688	0,919	0,719	0,382	0,679
<b>MP2</b>	0,614	0,451	0,799	0,617	0,583	0,722	0,936	0,745	0,417	0,706
<b>MP3</b>	0,630	0,431	0,780	0,633	0,577	0,686	0,943	0,682	0,439	0,698
<b>MP4</b>	0,647	0,426	0,692	0,658	0,613	0,737	0,909	0,740	0,414	0,763
<b>NH1</b>	0,574	0,529	0,563	0,597	0,535	0,766	0,714	0,897	0,508	0,586
<b>NH2</b>	0,636	0,546	0,561	0,661	0,596	0,801	0,737	0,936	0,364	0,623
<b>NH3</b>	0,589	0,509	0,554	0,601	0,627	0,813	0,664	0,888	0,262	0,543
<b>PP2</b>	0,252	0,267	0,275	0,313	0,164	0,393	0,407	0,360	0,903	0,281
<b>PP3</b>	0,260	0,203	0,325	0,365	0,157	0,407	0,442	0,388	0,909	0,398
<b>PP4</b>	0,304	0,216	0,244	0,296	0,166	0,338	0,337	0,337	0,787	0,294
<b>PP5</b>	0,184	0,237	0,155	0,259	0,113	0,390	0,338	0,361	0,845	0,205
<b>PS1</b>	0,564	0,444	0,583	0,634	0,532	0,610	0,665	0,574	0,401	0,889
<b>PS2</b>	0,500	0,298	0,692	0,406	0,549	0,494	0,555	0,450	0,103	0,833
<b>PS3</b>	0,535	0,336	0,711	0,484	0,500	0,487	0,634	0,474	0,141	0,857
<b>PS4</b>	0,549	0,452	0,430	0,663	0,463	0,589	0,672	0,618	0,464	0,732

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa korelasi *cross loadings* dari seluruh konstruk dengan variabel latennya sudah lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dengan variabel latennya yang lain. Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan diatas , menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh telah memenuhi syarat dalam pengujian validitas diskriminan.

Selain menggunakan nilai *cross loadings* dalam pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai AVE setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya. Jika akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya, maka dapat dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Korelasi antar konstruk dengan menguadratkan nilai AVE akan disajikan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Korelasi Antar Konstruk

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>EK</b>	0,799									
<b>EU</b>	0,671	0.907								
<b>K</b>	0,671	0,515	0,848							
<b>KM</b>	0,741	0,709	0,627	0,778						
<b>KP</b>	0,679	0,539	0,655	0,493	0,876					
<b>MH</b>	0,678	0,617	0,684	0,690	0,681	0,896				

Tabel 4.5 Lanjutan Korelasi Antar Konstruk

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>MP</b>	0,684	0,476	0,804	0,692	0,633	0,764	0,927			
<b>NH</b>	0,661	0,582	0,616	0,684	0,645	0,873	0,778	0,907		
<b>PP</b>	0,289	0,266	0,296	0,361	0,175	0,443	0,446	0,419	0,863	
<b>PS</b>	0,651	0,468	0,723	0,670	0,616	0,663	0,768	0,645	0,347	0,830

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk sudah lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya sehingga dapat dikatakan bahwa pengujian validitas diskriminan telah terpenuhi.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Menurut Jogiyanto (2011) *rule of thum* dari *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima. Apabila keduanya sudah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai lebih besar dari 0,7 maka data tersebut *reliable*. Tabel 4.13 dibawah ini menunjukkan nilai dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Tabel 4.6 *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<b>EK</b>	0,875	0,815
<b>EU</b>	0,949	0,928
<b>K</b>	0,911	0,870
<b>KM</b>	0,859	0,783
<b>KP</b>	0,908	0,849
<b>MH</b>	0,924	0,877
<b>MP</b>	0,964	0,945
<b>NH</b>	0,933	0,892
<b>PP</b>	0,921	0,885
<b>PS</b>	0,898	0,848

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk semua variabel dalam penelitian ini sudah memiliki nilai lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas yang tinggi.

#### 4.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah dilakukan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan pengujian model structural (*inner model*). Model structural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$ . Persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi *R-Square* ( $R^2$ ) antara satu dan nol, dimana nilai  $R^2$  yang mendekati satu

memberikan persentase pengaruh yang besar (Ghozali,2008). Berikut nilai  $R^2$  pada konstruk yang akan disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Nilai *R Square* ( $R^2$ )

Variabel	R Square
Minat Penggunaan	0,812
Perilaku Penggunaan	0,199

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, nilai R Square pada variabel minat penggunaan adalah sebesar 0,812 yang artinya variabel Kepercayaan, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan mampu memberikan persentase pengaruh sebesar 81,2% terhadap minat penggunaan. Nilai  $R^2$  pada variabel perilaku penggunaan adalah sebesar 0.199 yang menunjukkan bahwa variabel Minat Penggunaan memberikan persentase pengaruh sebesar 19,9% terhadap perilaku penggunaan.

#### 4.5 Pengujian Hipotesis

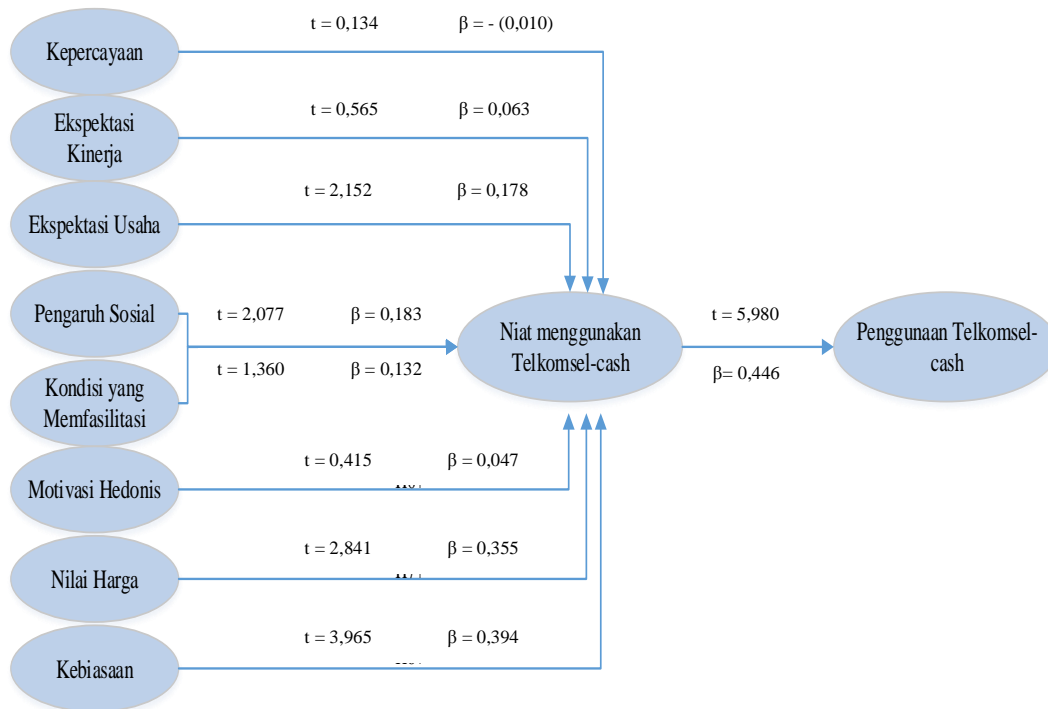
Setelah diketahui  $R^2$  yang dimiliki oleh model yang diajukan, maka proses selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistic untuk menentukan nilai signifikansi model, dan *original sample* yang merupakan skor beta yang digunakan untuk melihat sifat prediksi variabel eksogen terhadap variabel endogen (Jogiyanto,2011). Nilai positif koefisien beta menunjukkan sifat pengaruh yang positif, sedangkan nilai negative menunjukkan pengaruh negative variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis

yang akan disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil *Path coefficient* dan *t-value*

Hipotesa	Path	Original Sample	t-value	Hasil
H1	KP -> MP	-0,010	0,134	Tidak Didukung
H2	EK -> MP	0,063	0,565	Tidak Didukung
H3	EU -> MP	0,178	2,152	Didukung
H4	PS -> MP	0,183	2,077	Didukung
H5	KM -> MP	0,132	1,360	Tidak Didukung
H6	MH -> MP	0,047	0,415	Tidak Didukung
H7	NH -> MP	0,355	2,841	Didukung
H8	K -> MP	0,394	3,965	Didukung
H9	MP -> PP	0,446	5,980	Didukung

Hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa terdapat beberapa hipotesis yang tidak didukung antara lain H1, H2, H5, dan H6 karena memiliki nilai t-value kurang dari 1,96 atau pada taraf signifikansi 5%.



Gambar 4.1 Hasil Pengujian Hipotesis

## 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash

Bedasarkan hasil yang diperoleh dari model struktural, terlihat bahwa nilai *original sample* yang dimiliki oleh variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan adalah sebesar -0,010 dan nilai t-hitung sebesar 0,134 yang mana kurang dari 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Kepercayaan berpengaruh positif pada minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **tidak didukung**.

Nilai *original sample* sebesar -0,010 dan t-hitung sebesar 0,134 menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan karena nilai t-hitung kurang dari 1,96 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Walton dan Kibee, 2008) dan (Juliet R *et al*, 2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan namun hasil ini sesuai dengan penelitian dari Annisa (2016) dan Suci dkk, (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Kepercayaan dalam penelitian ini merupakan kepercayaan terhadap suatu teknologi yaitu telkomsel-cash, kepercayaan dari para pengguna bahwa telkomsel-cash akan memberikan tanggungjawab yang akan berdampak pada rasa puas pengguna terhadap teknologi tersebut tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat penggunaan t-cash di Yogyakarta. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena menurut sebagian besar responden selama teknologi tersebut

dapat berjalan dengan baik dan dapat memenuhi segala keperluan yang dibutuhkan oleh para penggunanya maka teknologi tersebut akan tetap digunakan.

Meskipun hasil yang diperoleh dari variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan tidak signifikan, namun pihak perusahaan harus tetap melakukan hal yang terbaik untuk memperoleh kepercayaan para konsumennya. Memiliki kepercayaan dari para konsumen merupakan salah satu kunci penting untuk keberlangsungan perusahaan dan produk-produk baru lainnya yang akan dikeluarkan dikemudian hari.

#### **4.6.2 Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Penggunaan T-Cash**

Menurut hasil yang diperoleh, dapat dilihat bahwa nilai *original sample* yang dimiliki oleh variabel ekspektasi terhadap minat penggunaan adalah sebesar 0,063 dan nilai t-hitung sebesar  $0,565 < 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa Hipotesis kedua “Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **tidak didukung**.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yang menguji pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,063 dan nilai t-hitung sebesar 0,565. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak memberikan pengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nor Liza, dkk (2017) dan Susanto dkk (2017) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi namun hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

(Arianto dan Wayan, 2017), (Sedana dan Wijaya, 2010) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Hal tersebut dapat terjadi kemungkinan karena sebagian besar responden belum mengetahui keseluruhan fitur yang ditawarkan oleh telkomsel-cash sehingga manfaat dan kemudahan yang mereka peroleh hanya sebagian kecil dari fitur yang mereka ketahui dan mereka gunakan. Meskipun hasilnya menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan, namun perusahaan tetap harus memberikan kinerja yang maksimal untuk membuat para konsumennya merasakan banyak manfaat dan kemudahan dari teknologi yang ditawarkan.

#### **4.6.3 Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Penggunaan T-Cash**

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, nilai *original sample* dan t-hitung dari variabel ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan adalah sebesar 0,178 dan 2,152 > 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga “Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **didukung**.

Hasil yang ditunjukkan yaitu *nilai original sample* sebesar 0,178 dan t-hitung sebesar 2,152 yang mana lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa variabel ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sedana dan Wijaya (2010), Harsono dan Suryana (2014) yang menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan telkomsel-cash serta cara penggunaannya yang cukup

jelas dan mudah dipahami membuat para konsumen tertarik dalam menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran mereka.

#### **4.6.4 Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan T-Cash**

Hasil yang diperoleh dari *inner model* menunjukkan bahwa variabel pengaruh social memiliki nilai *original sample* sebesar 0,183 dan nilai t-hitung sebesar  $2,077 > 1,96$ . Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ke empat “Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **didukung**.

Nilai positif *original sample* 0,183 menunjukkan bahwa variabel pengaruh social berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, dan nilai t-hitung sebesar  $2,077 > 1,96$  menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Sehingga disimpulkan bahwa pengaruh social berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Curtis dan A.Payne (2014), Harsono dan Suryana (2014) dan Alwahaishi dan Snásel (2013) yang menunjukkan bahwa pengaruh social berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya seperti keluarga, orangtua dan teman-temannya mampu memberikan pengaruh positif kepada seseorang terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta. Konsumen cenderung akan mengikuti saran-saran yang diberikan oleh orang terdekat mereka untuk menggunakan t-cash.

#### 4.6.5 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan T-Cash

Hasil dari inner model menunjukkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi memiliki nilai *original sample* sebesar 0,132 dan nilai t-hitung sebesar  $1,360 < 1,96$ . Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima “Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **tidak didukung**.

Nilai *original sample* 0,132 dan nilai t-hitung  $1,360 < 1,96$  menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Susanto *et al*, (2017) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, namun hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sedana dan Wijaya, 2010), dan (Alwahaishi dan Snasel, 2013) yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini dapat dikarenakan konsumen atau para pengguna telkomsel-cash merasa bahwa tanpa pengetahuan yang mendalam mengenai cara menggunakan telkomsel-cash, atau bantuan dari orang lain mereka tetap mampu dan terbiasa untuk menggunakan t-cash sebagai alat pembayaran. Meskipun hasil yang ditunjukkan tidak signifikan namun sudah seharusnya perusahaan tetap menyediakan fasilitas-fasilitas serta kemudahan dalam penggunaan t-cash, sehingga konsumen-konsumen lain yang belum memiliki pengalaman dalam menggunakan e-money dapat menggunakannya dengan mudah.

#### 4.6.6 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan T-Cash

Hasil dari *inner model* menunjukkan bahwa variabel motivasi hedonis memiliki nilai *original sample* 0,047 dan nilai t-hitung sebesar  $0,415 < 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta” **tidak didukung**.

*Original sample* 0,047 dan nilai t-hitung sebesar  $0,415 < 1,96$  menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta. Hasil penelitian serupa juga dikatakan oleh Arianto dan Ni Wayan (2017), Pertiwi dan Wayan (2017) yang menyatakan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, namun hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanto *et al*, (2017) dan Harsono dan Suryana (2014) yang menyatakan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini terjadi dapat dikarenakan menurut responden hal-hal menyenangkan ketika menggunakan t-cash tidaklah sangat diperlukan. Konsumen cenderung lebih memilih untuk melihat keuntungan dan manfaat yang diperoleh dalam penggunaan t-cash sebagai alat pembayaran. Meskipun hasilnya tidak signifikan, namun perusahaan tetap harus terus memberikan inovasi-inovasi baru yang dapat menyenangkan para konsumennya dalam menggunakan produk tersebut karena minat penggunaan suatu teknologi setiap konsumen berbeda.

#### **4.6.7 Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan T-Cash**

Hasil dari *inner model* untuk variabel nilai harga adalah *original sample* 0,355 dan nilai t-hitung sebesar  $2,841 > 1,96$ . Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis “Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta” **didukung**.

Hasil *original sample* sebesar 0,355 menunjukkan bahwa variabel nilai harga memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan, sedangkan t-hitung sebesar 2,841 lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al* (2012), Susanto dkk (2017), Harsono dan Suryana (2014) yang menyatakan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa harga jual menjadi factor penting dalam menentukan minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, dimana sebagian besar konsumen akan memberikan ekspektasi yang besar untuk manfaat yang akan mereka peroleh sesuai dengan jumlah tarif yang harus mereka keluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. Dengan demikian perusahaan harus bijak dalam menentukan harga jual produknya, karena hal ini dapat menentukan minat konsumen dalam menggunakan suatu teknologi atau produk.

#### **4.6.8 Pengaruh Kebiasaan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash**

Hasil yang ditunjukkan oleh *inner model* menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai *original sample* sebesar 0,394 dan nilai t-hitung sebesar

3,965 yang mana lebih besar dari 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta” **didukung**.

Nilai *original sample* sebesar 0,394 menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kepercayaan terhadap variabel minat penggunaan dan nilai t-hitung sebesar  $3,965 > 1,96$  menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan adalah signifikan. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nor Liza dkk (2017), Susanto dkk (2017), Harsono dan Suryana (2014) yang menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti bahwa kebiasaan-kebiasaan konsumen dalam menggunakan teknologi pribadi yang telah mereka gunakan sebelumnya membuat mereka dapat lebih mudah untuk menggunakan t-cash serta menghadapi kemajuan-kemajuan teknologi baru yang terus berkembang dan selalu berubah. Dengan begitu, kebiasaan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan teknologi lainnya.

#### **4.6.9 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Perilaku Penggunaan T-Cash**

Hasil yang ditunjukkan oleh *inner model* untuk variabel minat penggunaan adalah nilai *original sample* sebesar 0,446 dan nilai t-hitung sebesar  $5,980 > 1,96$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “Minat penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan t-cash di Yogyakarta” **didukung**.

Nilai *original sample* sebesar 0,446 menunjukkan adanya pengaruh positif

antara variabel minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan, sedangkan nilai t-hitung sebesar 5,980 yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Wayan (2017), Susanto dkk (2017), Harsono dan Suryana (2014), Alwahaishi dan Snásel (2013) serta Sedana dan Wijaya (2010) yang menyatakan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan. Hasil ini sesuai dengan konsep dasar penerimaan dan penggunaan dimana niat menggunakan suatu teknologi akan mempengaruhi penggunaan sebenarnya teknologi tersebut (Harsono dan Suryana, 2014). Hasil ini juga menunjukkan bahwa semakin besar ketertarikan seorang konsumen dalam menggunakan t-cash maka akan semakin sering pula orang tersebut menggunakan t-cash dalam pembayarannya. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan hal-hal apa saja yang dapat membuat konsumen tertarik dalam menggunakan produknya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab terakhir ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, keterbatasan penelitian, serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada para pembaca.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Variabel kepercayaan, ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, dan motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta.
2. Variabel ekspektasi usaha, pengaruh sosial, nilai harga dan kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan t-cash di Yogyakarta.
3. Variabel minat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan telkomsel-cash di Yogyakarta.

#### **5.2 Kontribusi dan Implikasi Penelitian**

Penelitian ini berkontribusi pada literatur *e-money* dengan memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat dan perilaku penggunaan *e-money* khususnya telkomsel-cash di Yogyakarta. Bagi para

akademisi penelitian ini memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan *e-money*, dengan adanya penelitian ini semoga dapat membantu peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan variabel yang objek yang lain. Penelitian ini juga memberikan kontribusi, referensi, dan masukan kepada para penerbit dan praktisi dibidang *e-money* dengan memberikan gambaran mengenai hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dan diperbaiki untuk meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan produknya.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel kepercayaan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor social, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan minat penggunaan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 94 responden pengguna *e-money* telkomsel-cash yang berdomisili di Yogyakarta.

### **5.4 Saran**

Sebagai tindak lanjut atas kesimpulan penelitian diatas, maka penulis mengajukan saran untuk peneliti selanjutnya antara lain sebagai berikut :

1. Sebaiknya penelitian selanjutnya mencari variabel lain atau menambahkan variabel lain yang dianggap cocok dalam penerimaan model teknologi. Karena untuk mengembangkan dan mencari tahu faktor-faktor yang lain dalam mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan produk *e-money*.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan jumlah responden yang lebih

banyak lagi sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jenis *e-money* lainnya sebagai objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita. 2015. *“Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money”*. Malang: Universitas Brawijaya
- A.Emmanuel, dkk. 2015. *Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model to Predict Students' Behavioral Intention to Adopt and Use E-Counseling in Ghana*. I.J. Modern Education and Computer Science, 11, 1-11.
- Annisa. 2016. *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Bank Muamalat Indonesia Tulungagung*: Skripsi. IAIN Tulungagung.
- Antara.2014. *"Transaksi Pembayaran Elektronik di Indonesia Masih Rendah"*. METROTVNEWS.COM. [\(http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/08/23/281613/transaksi-pembayaran- elektronik-di-indonesia-masih-rendah\)](http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/08/23/281613/transaksi-pembayaran- elektronik-di-indonesia-masih-rendah), diakses pada 29 Oktober 2017
- Alwahaishi, S dan Snásel, V. 2013. *Consumers' Acceptance and Use of Information and Communications Technology: A UTAUT and Flow Based Theoretical Model*. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(2), 9–10.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000200005>
- Bank Indonesia. *"Instrumen Pembayaran Non Tunai"*. Diperoleh Oktober 2017, dari [www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/instrumen-nontunai/kartu/contents/default.aspx](http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/instrumen-nontunai/kartu/contents/default.aspx)
- Bank Indonesia. 2009. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu dan Uang Elektronik*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada Oktober 2017.
- Bank Indonesia. 2014. *Lembaga Penerbit Uang Elektronik*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada Oktober 2014. Bank Indonesia. 2014. *Jumlah Uang Elektronik yang Beredar*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Di akses pada Oktober 2017.
- Chiwara.J.R, Chinyamurindi, W.T., dan Mjoli. T.Q. 2017. *Factors that influence the use of the Internet for job-seeking purposes amongst a sample of final-year students in the Eastern Cape province of South Africa*. *SA Journal of Human*

Resource Management SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur, 15(0), a 790.  
<https://doi.org/10.4102/sajhrm.v15i0.790>

- Cutis, Mary B dan Elizabeth A. Payne. 2014. Modeling Voluntary CAAT utilization decisions in auditing. *Managerial Auditing Journal* Vol.29 No.4, pp. 304-326 Emerald Group Publishing Limited 0268-6902 DOI 10.1108/MAJ-07-2013-0903
- Fitri, Isnani N. 2011. "*Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu E-Money Sebagai Alat Transaksi*". Malang : Universitas Brawijaya
- Ghozali, I. 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. dan Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2012. Partial Least Squares "Konsep, Metode dan Aplikasi" menggunakan program WarpPLS 2.0. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harsono, L. D., dan Suryana, L. A. 2014. *Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences*, (August), 1–14.
- Hartono, 2008. *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat syah. 2010. *Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verivikatif*. Pekanbaru : Suska Pres.
- Jogiyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varians dalam Penelitian Bisnis*. STIM YKPN, Yogyakarta
- Kerlinger. 2006. *Asas-Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Latan, H., & Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square: Konsep Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Limayem, M., Hirt, S. G., dan Cheung, C. M. K. 2007. *How Kebiasaan Limits the Predictive Power of Intentions: The Case of IS Continuance*. *MIS Quarterly*, 31 (4), pp: 705-737.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index.
- Pertiwi, Ni Wayan D.M.S. 2017. *Penerapan Model Utaut 2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, ISSN :2302-8556, 18, 1369–1397.
- Rina, Dewi .2016. "Gerakan Non Tunai BI, Ini Penghematannya". TEMPO.CO. (<https://bisnis.tempo.co/read/811191/gerakan-non-tunai-bi-ini-penghematannya>), diakses pada 29 Oktober 2017.
- Rizky, Demis.2017. "Kaki Lima di Singapura Terima Pembayaran GrabPay". (<http://industri.bisnis.com/read/20171102/105/705450/kaki-lima-di-singapura-terima-pembayaran-grabpay->). di akses pada 6 Februari 2018.
- Rofiq, Ainur.2007. *"Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggaran E-Commerce"*.Tesis.Universitas Brawijaya,Malang.
- Saibaba. S dan T. Naryana Murthy. 2013. *Factor influencing the behavioral intention to adopt internet banking : an empirical study in India..International Refereed Research Journal*.Vol.- IV, Issue-4 (1), Oct, 2013 [77]. E-ISSN 2229-4686, ISSN 2231-4172
- Sedana, I., dan Wijaya, S. W. 2010. *Penerapan Model Utaut Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Learning Management System Studi Kasus: Experiential E-Learning of Sanata Dharma University*. *Journal of Information System*, 5(2), 114–120. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21609/jsi.v5i2.271>
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods For Business*. Jakarta : Salemba Empat
- Suci, Dewi Wisni, dkk. 2016. "Effect of Public Perception of Interest Using Internet Banking Service. SKRIPSI. Fakultas Ekonomika & Bisnis. Universitas Pandanaran Semarang.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima: Penerbit CV. Alfabeta:Bandung
- Supardi.2015. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta :UII Press

- Susanto, P., Liza, N., Iskandar, A., Rela, Z., dan Wardi, Y. 2017. *Understanding E-Money Adoption : Extending the Unified Theory of Acceptance and use of Technology ( UTAUT )*. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, ISSN : 0972-7302, 15, 335–345.
- Tempo.co.2017. "Penggunaan E-Money di Jepang dan Australia". TEMPO.CO. (<https://bisnis.tempo.co/read/911730/begini-penggunaan-e-money-di-jepang-dan-australia>). diakses pada 6 Februari 2018.
- Tim Inisiatif Bank Indonesia. 2006. *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia
- Venkatesh, Viswanath., Morris, Michael G., Davis, Gordon B., dan Davis, Fred D. 2003. *User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View*. *MIS Quarterly*, 27 (3), pp: 425-478.
- Venkatesh, Viswanath, James Y.L. Thong, X. X. 2012. *Consumer A Cceptance And U Se Of I Nformation T Echnology : E Xtending The U Nified T Heory*, 36(1), 157–178.
- Walton, W. A., dan Kibbee, D. A. 2008. *Adoption Process for VOIP : The influence of Trust in the UTAUT Model*. Thesis / Dissertation Acceptance, 9.
- Widhiarso, W. 2010. *Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?*, 1-5
- Wiyono, Gendro. 2011. *"Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analitis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0"* UPP STIM YKPN. Yogyakarta

## **LAMPIRAN**







Sangat Tidak Setuju      Tidak Setuju      Agak Tidak Setuju      Agak Setuju      Setuju      Sangat Setuju

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

**Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silahkan merujuk pada Telkomsel-cash yang telah anda gunakan.**

<b>Bag 9</b>		<b>Kode: BI</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
1.	Saya berniat untuk terus menggunakan telkomsel-cash di masa depan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan telkomsel-cash di keseharian saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Saya berencana untuk melanjutkan menggunakan telkomsel-cash sesering mungkin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Saya berencana merekomendasikan telkomsel-cash kepada teman-teman saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Bagian 10

### Kode UB

Seberapa sering anda menggunakan telkomsel-cash sebagai alat pembayaran dari pernyataan berikut dibawah ini ?

	Hampir tidak pernah					Hampir selalu
	1	2	3	4	5	6
1. Pembayaran tagihan listik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pembelian pulsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Pembelian paket internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Berbelanja online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Berbelanja offline	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Transfer uang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pembayaran asuransi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Untuk bagian berikut di bawah ini, silakan menjawab dengan memberi tanda cek (√) untuk jawaban yang paling sesuai menurut anda pada (  ) atau dengan mengisi tempat yang telah tersedia.**

**Bagian 11****Informasi Demografi**

1. Jenis kelamin:  Pria  Wanita
2. Kelompok usia:
  - Kurang dari 20 tahun
  - 20+ s/d 30 tahun
  - 30+ s/d 40 tahun
  - 40+ s/d 50 tahun
  - 50+ s/d 60 tahun
  - Lebih dari 60 tahun
3. Apakah pendidikan terakhir anda?
  - Sekolah Menengah Atas atau yang sederajat
  - Diploma atau yang sederajat
  - Sarjana atau yang sederajat
  - Doktoral atau yang sederajat
  - Profesi
  - Lain-lain. Harap disebutkan \_\_\_\_\_
4. Latar belakang pendidikan
  - Sains dan Teknik (Komputer, Matematika, Fisika, Kimia, Teknik)
  - Seni, Sosial dan Humaniora (Sosial, Politik, Budaya, Psikologi, Bahasa, Seni)
  - Kesehatan (Kedokteran, Farmasi, Keperawatan, Kesehatan masyarakat)
  - Bisnis (Manajemen, Akuntansi, Keuangan, Ekonomi, Pemasaran)
  - Hukum

- Pendidikan
- Lain-lain. Harap disebutkan \_\_\_\_\_

## 5. Pekerjaan

- Direktur/Manajer\*
- Staff
- Guru/Dosen\*
- Mahasiswa (diploma/sarjana/master/doctoral)\*
- Programmer/spesialis Teknologi Informasi
- Profesi (Pengacara/Akuntan/Dokter/Konsultan)\*
- Bapak/Ibu rumah tangga\*
- Wiraswata
- Lain-lain. Harap disebutkan \_\_\_\_\_

\*) *coret yang tidak perlu*

## 6. Pendapatan per bulan

- Kurang dari Rp. 2.500.000,-
- Rp. 2.500.001 s/d Rp. 5.000.000
- Rp. 5.000.001 s/d Rp. 10.000.000
- Rp. 10.000.001 s/d Rp. 15.000.000
- Rp. 15.000.001 s/d Rp. 20.000.000
- Lebih dari Rp. 20.000.000

## 7. Seberapa lama pengalaman penggunaan e-money anda?

- Kurang dari 1 tahun
- 1 s / d 3 tahun
- 3 s / d 6 tahun
- Lebih dari 6 tahun

## Lampiran 2

### Data Hasil Penelitian

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	KP1	KP2	KP3	KP4	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS	PS3	PS4	KM1	KM2	KM3	KM4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	5	4	3	2	3	4	3	5	5	5	5	5	4	1	1	4	5	5	5	4
3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	1	2	2
4	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	2	4	5	5
5	6	6	1	1	6	6	1	6	6	6	6	6	1	1	1	1	6	6	1	6
6	5	4	4	3	4	5	4	5	6	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	4
7	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	5	6	4	3	3	3	5	5	3	5
8	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
9	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4
11	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	5
12	5	5	5	4	6	6	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	4
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
15	5	5	5	5	4	4	4	2	5	6	6	6	4	4	4	4	2	5	4	6
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	2	4	2	4	5	5
17	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	6	6	6	3	2	6	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
20	5	2	2	2	2	5	2	5	4	4	4	4	2	1	1	2	4	5	3	4

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	KP1	KP2	KP3	KP4	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS	PS3	PS4	KM1	KM2	KM3	KM4
21	5	5	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5	2	4	5
22	6	5	3	3	5	4	5	4	5	5	6	6	3	3	3	5	5	5	4	4
23	5	6	5	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
24	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6
25	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5
26	5	4	2	4	2	4	4	3	4	4	2	5	4	5	3	2	2	3	4	3
27	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5
28	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
30	5	6	6	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	5	2	1	2	2	2	2
31	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	6	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
37	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	5	2	5
38	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	3	2	2	5	1	2	5	6
39	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
40	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5
41	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	4	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	6	6	5	4	4	5	3	5	6	5	5	5	4	2	1	4	1	5	6	5

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	KP1	KP2	KP3	KP4	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS	PS3	PS4	KM1	KM2	KM3	KM4
44	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	1	1	1	4	2	4	2	3
45	5	5	5	6	4	5	5	5	5	5	6	5	3	2	2	4	5	5	5	5
46	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	3	2	2	2	5	4	4	4
47	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	2	3	4	5
49	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
50	5	5	4	3	5	4	3	6	5	5	4	5	3	2	1	4	5	5	4	5
51	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5
54	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	2	4	2	5	3	5
55	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	4	4	4	4	6	6	2	6
56	3	3	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	3	5	3	4
57	6	5	2	4	5	2	2	5	4	5	5	4	2	1	1	4	4	2	5	5
58	6	5	2	2	2	3	3	5	6	5	5	6	2	1	1	3	2	3	3	5
59	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	3	3	5	2	2	5	5	5	5	5
60	5	4	4	3	4	2	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3
61	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5
62	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	6	5	5	3	3	5	6	5	5	5
63	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	6	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	4
65	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5
66	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	6	6	6	6	6

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	KP1	KP2	KP3	KP4	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS	PS3	PS4	KM1	KM2	KM3	KM4
67	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4
68	5	5	4	4	5	4	4	5	6	6	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
69	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	3	3
70	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	5	4	3	3	3
71	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3
72	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	2	2	4	4	4	3	3
73	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4
75	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5
76	5	5	5	5	4	4	3	5	5	6	6	6	3	3	3	5	5	5	4	4
77	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	2	2	5	5	5	5	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4
79	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4
81	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	2	4	5	5	4	4
82	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
84	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
85	5	6	5	5	4	3	5	5	6	6	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3
87	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
89	2	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	3	2	5	5	4	4	4

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	KP1	KP2	KP3	KP4	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS	PS3	PS4	KM1	KM2	KM3	KM4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	6
91	5	5	4	4	5	4	4	5	6	6	6	6	6	4	4	6	5	5	5	4
92	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	6	6
93	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	6	5	3	5	5	5	6	5
94	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
No.	MH1	MH2	MH3	NH1	NH2	NH3	K1	K2	K3	K4	MP1	MP2	MP3	MP4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	6	3	3	1	1	3	1
2	4	3	3	5	5	3	4	2	2	1	4	3	3	4	1	2	2	1	2	2
3	3	2	3	2	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1
4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	5	1	1	2	2	2	1
5	1	6	1	1	1	1	6	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
6	5	5	5	4	4	5	3	4	2	2	4	4	3	4	1	4	4	1	1	1
7	5	5	5	5	5	4	6	4	4	4	4	4	4	4	2	6	4	2	2	1
8	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	1	1	1	1	1	1
9	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	1	1	1	1	1	1
10	4	4	4	3	5	4	3	3	3	2	4	4	3	4	1	4	4	2	1	1
11	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1
12	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	6	6	1	1	4	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	1	2	3	1	1	2
15	6	6	5	6	6	6	4	3	3	3	4	4	2	3	1	2	2	1	1	1
16	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	2	2	3	3	3	2
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
18	4	2	3	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1
19	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1
20	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	2	1	1	1	1	2	1

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
No.	MH1	MH2	MH3	NH1	NH2	NH3	K1	K2	K3	K4	MP1	MP2	MP3	MP4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
21	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	4	1	2	2	1	4	1
22	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	1	1
23	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	5	1	2	2	1	1	2
24	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	2	2	3	2	2	2
25	4	3	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	1	2	1	1	1	1
26	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	1	2	1	1	1	1
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	1	3	3	1	4	1
28	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	1	1	1	1
29	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	1	1
30	4	5	5	4	3	4	3	3	4	5	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	2	1	1
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	1	1	1
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
36	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	1	1	1
37	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	4	4	1	5	3	1	5	1
38	5	5	4	4	4	5	2	3	3	3	5	3	3	4	1	1	1	2	1	1
39	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	6	6	6	4	5	5	5	3	2
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	1	1	1
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	3	3
43	5	5	5	3	4	6	4	2	3	3	3	3	4	4	1	4	1	4	6	5

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
No.	MH1	MH2	MH3	NH1	NH2	NH3	K1	K2	K3	K4	MP1	MP2	MP3	MP4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
44	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1
45	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	1	2	1	3	2	2
46	5	4	4	4	4	6	3	3	4	4	3	4	4	3	2	2	2	3	1	2
47	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1
48	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	1	1	1	1	1	1
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	2	2	2
50	4	5	4	4	5	4	4	3	2	2	3	2	2	4	1	2	1	1	2	1
51	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	1	1	2	2	4	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	4	2
53	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1
54	5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	4	4	2	4	1	1	1	1	1	1
55	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	5	4	1	3	3	3	1	3
56	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1
57	2	3	5	2	4	5	3	2	2	2	2	2	3	4	1	4	1	1	1	1
58	4	4	3	4	4	4	3	3	3	1	3	3	3	2	1	4	1	1	4	4
59	5	5	5	4	5	5	2	4	4	2	4	5	5	5	1	1	1	1	2	1
60	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1
61	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
62	6	5	4	6	5	5	4	4	1	2	3	3	3	3	1	4	4	5	5	1
63	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	5	5	4	5	1
64	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2
65	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	5	4	5	2
66	6	6	6	6	6	6	6	4	4	3	6	6	6	6	1	6	6	4	6	1

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
No.	MH1	MH2	MH3	NH1	NH2	NH3	K1	K2	K3	K4	MP1	MP2	MP3	MP4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
67	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	1	5	5	5	5	1
68	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	1	4	2	1	5	1
69	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1
70	5	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	5	5	5	2
71	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	4	4	3	4	1
72	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	5	4	4	2
73	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	1	5	5	4	5	2
74	6	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	5	2	6	1
75	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	1	4	4	1	1	1
76	6	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	2	5	4	2	5	1
77	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	1	4	1
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	1	5	1
79	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	1	4	4	2	3	1
80	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	5	6	1	5	1
81	6	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	2	5	5	3	4	1
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	1	1	1
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	1	1
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	3	1
85	6	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	1	5	6	1	4	1
86	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	1	4	4	3	4	1
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	1	1	1
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	1	1
89	6	4	4	6	5	6	4	4	3	3	4	4	4	5	1	4	6	2	6	1

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

1	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
No.	MH1	MH2	MH3	NH1	NH2	NH3	K1	K2	K3	K4	MP1	MP2	MP3	MP4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6
90	6	6	6	5	5	6	3	5	4	4	4	4	4	5	2	5	5	5	6	2
91	6	6	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	6	6	4	6	3
92	6	6	6	6	6	5	4	3	3	3	5	5	5	5	1	4	4	4	4	2
93	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	2	6	6	6	6	2
94	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	3

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	42	43	44	45	46	47	48	49
No.	PP7	JK	KU	PT	LBP	PK	Pen	PE
1	1	2	2	1	4	4	1	1
2	1	2	2	3	4	2	1	2
3	1	1	2	1	2	4	1	1
4	1	2	2	1	4	4	1	1
5	1	1	2	5	2	6	5	3
6	1	2	2	1	2	4	1	1
7	1	1	2	1	4	4	1	1
8	1	1	2	1	4	4	1	1
9	1	2	2	1	1	4	1	1
10	1	1	2	1	1	4	1	2
11	1	1	2	1	4	4	1	1
12	1	2	2	3	6	6	3	1
13	1	1	6	4	5	1	4	1
14	1	2	2	3	5	4	1	2
15	1	2	2	3	4	6	2	2
16	2	2	2	1	4	4	1	1
17	2	1	2	3	1	4	3	1
18	1	2	2	1	4	4	1	1
19	1	1	2	1	4	4	1	1
20	1	1	2	3	2	1	4	2

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	42	43	44	45	46	47	48	49
No.	PP7	JK	KU	PT	LBP	PK	Pen	PE
21	2	2	2	1	2	4	1	2
22	1	1	2	3	1	4	1	3
23	1	2	2	3	6	3	1	1
24	1	2	1	4	6	4	3	2
25	1	1	3	1	6	2	3	2
26	1	2	2	1	6	4	2	1
27	1	2	2	1	4	4	1	2
28	1	2	2	3	4	4	1	3
29	1	2	1	1	6	4	1	1
30	1	1	2	3	1	8	2	1
31	2	1	2	3	1	4	1	3
32	1	2	2	2	2	4	1	1
33	1	2	2	3	6	4	3	1
34	2	1	1	1	6	4	2	2
35	1	1	2	3	6	2	2	1
36	1	1	2	3	6	2	2	1
37	1	2	2	1	1	4	1	1
38	1	1	2	3	1	4	2	1
39	1	2	2	3	2	6	3	2
40	2	2	2	3	4	6	1	1
41	1	2	2	1	1	2	1	1
42	1	2	1	3	4	6	1	1

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	42	43	44	45	46	47	48	49
No.	PP7	JK	KU	PT	LBP	PK	Pen	PE
43	3	2	2	1	4	4	1	1
44	1	2	2	3	2	4	1	1
45	2	2	2	3	4	4	1	1
46	1	2	2	3	4	4	1	1
47	1	1	2	1	4	4	1	2
48	1	2	2	1	4	4	1	1
49	2	1	2	3	4	4	1	1
50	1	1	2	3	4	4	1	1
51	1	1	2	1	4	4	1	2
52	1	2	2	1	4	4	1	1
53	1	1	2	1	4	4	1	3
54	1	2	2	1	4	4	1	1
55	1	1	2	3	4	4	1	2
56	1	2	2	1	4	4	1	1
57	1	2	2	3	4	7	1	1
58	1	2	2	1	4	4	1	1
59	1	2	1	1	1	4	1	1
60	1	2	2	1	4	4	1	2
61	1	2	2	1	4	4	1	1
62	1	1	2	2	4	4	2	2
63	1	1	2	3	5	4	2	2
64	1	2	2	1	2	4	2	2

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	42	43	44	45	46	47	48	49
No.	PP7	JK	KU	PT	LBP	PK	Pen	PE
65	1	2	3	3	4	2	3	3
66	1	2	3	3	1	8	3	2
67	1	1	2	3	4	4	2	2
68	1	2	2	3	3	2	2	3
69	1	2	2	1	2	4	2	2
70	1	2	3	2	4	2	3	3
71	1	1	3	3	4	2	3	3
72	1	1	3	3	4	2	3	3
73	1	2	3	3	4	2	3	2
74	1	1	2	1	1	4	3	3
75	1	2	2	1	1	4	2	2
76	1	2	3	3	4	2	3	3
77	1	1	2	1	1	3	2	2
78	1	2	2	1	1	4	1	2
79	1	2	2	3	4	2	3	2
80	1	1	2	2	4	8	3	2
81	1	2	3	2	4	8	3	2
82	1	2	2	3	1	2	2	2
83	1	1	2	1	1	4	1	2
84	1	2	2	3	4	8	2	2
85	1	2	3	3	4	8	3	3
86	1	1	2	3	4	4	2	2

## Lanjutan Data Hasil Penelitian

	42	43	44	45	46	47	48	49
No.	PP7	JK	KU	PT	LBP	PK	Pen	PE
87	1	1	2	1	1	4	1	2
88	1	1	2	3	1	3	1	1
89	1	1	2	2	4	8	2	2
90	1	1	2	1	1	4	1	2
91	3	2	3	3	4	2	3	3
92	1	2	2	1	3	4	2	2
93	2	2	2	1	4	4	2	2
94	2	2	3	3	4	2	3	2

## Lampiran 3

## Output PLS

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (  O/STDEV  )	P Value
<b>EK1&lt;-EK</b>	0,813	0,799	0,079	10,336	0,000
<b>EK2&lt;-EK</b>	0,838	0,819	0,075	11,160	0,000
<b>EK3&lt;-EK</b>	0,810	0,829	0,033	24,419	0,000
<b>EK4&lt;-EK</b>	0,729	0,705	0,114	6,399	0,000
<b>EU1&lt;-EU</b>	0,873	0,871	0,038	23,131	0,000
<b>EU2&lt;-EU</b>	0,931	0,930	0,021	44,298	0,000
<b>EU3&lt;-EU</b>	0,916	0,917	0,024	38,115	0,000
<b>EU4&lt;-EU</b>	0,909	0,903	0,037	24,561	0,000
<b>K1&lt;-K</b>	0,807	0,794	0,064	12,515	0,000
<b>K2&lt;-K</b>	0,871	0,878	0,027	32,623	0,000
<b>K3&lt;-K</b>	0,836	0,822	0,072	11,568	0,000
<b>K4&lt;-K</b>	0,877	0,879	0,027	33,010	0,000
<b>KM1&lt;-KM</b>	0,715	0,711	0,083	8,599	0,000
<b>KM2&lt;-KM</b>	0,831	0,821	0,069	12,119	0,000
<b>KM3&lt;-KM</b>	0,774	0,787	0,063	12,334	0,000
<b>KM4&lt;-KM</b>	0,786	0,777	0,075	10,534	0,000
<b>KP2&lt;-KP</b>	0,782	0,763	0,121	6,482	0,000
<b>KP3&lt;-KP</b>	0,928	0,931	0,018	52,619	0,000
<b>KP4&lt;-KP</b>	0,912	0,916	0,024	37,425	0,000
<b>MH1&lt;-MH</b>	0,899	0,903	0,026	33,927	0,000
<b>MH2&lt;-MH</b>	0,856	0,842	0,106	8,043	0,000
<b>MH3&lt;-MH</b>	0,931	0,936	0,023	40,596	0,000
<b>MP1&lt;-MP</b>	0,919	0,919	0,023	39,589	0,000
<b>MP2&lt;-MP</b>	0,936	0,937	0,014	66,095	0,000
<b>MP3&lt;-MP</b>	0,943	0,944	0,014	68,091	0,000
<b>MP4&lt;-MP</b>	0,909	0,909	0,023	39,461	0,000

<b>NH1&lt;-NH</b>	0,897	0,899	0,025	35,995	0,000
<b>NH2&lt;-NH</b>	0,936	0,936	0,017	56,547	0,000
<b>NH3&lt;-NH</b>	0,888	0,886	0,039	22,496	0,000
<b>PP2&lt;PP</b>	0,903	0,904	0,024	38,321	0,000
<b>PP3&lt;-PP</b>	0,909	0,911	0,021	43,143	0,000
<b>PP4&lt;-PP</b>	0,787	0,788	0,046	16,992	0,000
<b>PP5&lt;-PP</b>	0,845	0,842	0,038	22,134	0,000
<b>PS1&lt;-PS</b>	0,889	0,890	0,022	40,006	0,000
<b>PS2&lt;-PS</b>	0,833	0,832	0,051	16,419	0,000
<b>PS3&lt;-PS</b>	0,857	0,859	0,027	32,293	0,000
<b>PS4&lt;-PS</b>	0,732	0,734	0,055	13,409	0,000

**Path Coefficient (Mean, ST Dev, T-Value)**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics (   O/STDEV   )</b>	<b>P Value</b>
<b>EK-&gt;MP</b>	0,063	0,066	0,112	0,565	0,572
<b>EU-&gt;MP</b>	0,178	0,164	0,083	2,152	0,032
<b>K-&gt;MP</b>	0,394	0,406	0,099	3,965	0,000
<b>KM-&gt;MP</b>	0,132	0,145	0,097	1,360	0,174
<b>KP-&gt;MP</b>	-0,010	-0,010	0,077	0,134	0,893
<b>MH-&gt;MP</b>	0,047	0,057	0,113	0,415	0,679
<b>MP-&gt;PP</b>	0,446	0,455	0,075	5,980	0,000
<b>NH-&gt;MP</b>	0,355	0,324	0,125	2,841	0,005
<b>PS-&gt;MP</b>	0,183	0,162	0,088	2,077	0,038

**Overview**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Rho_A</b>	<b>Composire Reliability</b>	<b>A verage Variance Extracted (AVE)</b>	<b>R Square</b>
<b>EK</b>	0,815	0,848	0,875	0,638	0,000
<b>EU</b>	0,928	0,931	0,949	0,823	0,000
<b>K</b>	0,870	0,882	0,911	0,719	0,000
<b>KM</b>	0,783	0,792	0,859	0,605	0,000
<b>KP</b>	0,849	0,887	0,908	0,768	0,000
<b>MH</b>	0,877	0,896	0,924	0,802	0,000
<b>MP</b>	0,945	0,946	0,961	0,859	0,812
<b>NH</b>	0,892	0,895	0,933	0,823	0,000
<b>PP</b>	0,885	0,900	0,921	0,744	0,199
<b>PS</b>	0,848	0,849	0,898	0,689	0,000

**Latent Variable Correlations**

	<b>EK</b>	<b>EU</b>	<b>K</b>	<b>KM</b>	<b>KP</b>	<b>MH</b>	<b>MP</b>	<b>NH</b>	<b>PP</b>	<b>PS</b>
<b>EK</b>	1,000	0,671	0,671	0,741	0,679	0,678	0,684	0,661	0,289	0,651
<b>EU</b>	0,671	1,000	0,515	0,709	0,539	0,617	0,476	0,582	0,266	0,468
<b>K</b>	0,671	0,515	1,000	0,627	0,655	0,684	0,804	0,616	0,296	0,723
<b>KM</b>	0,741	0,709	0,627	1,000	0,493	0,690	0,692	0,684	0,361	0,670
<b>KP</b>	0,679	0,539	0,655	0,493	1,000	0,681	0,633	0,645	0,175	0,616
<b>MH</b>	0,678	0,617	0,684	0,690	0,681	1,000	0,764	0,873	0,443	0,663
<b>MP</b>	0,684	0,476	0,804	0,692	0,633	0,764	1,000	0,778	0,446	0,768
<b>NH</b>	0,661	0,582	0,616	0,684	0,645	0,873	0,778	1,000	0,419	0,645
<b>PP</b>	0,289	0,266	0,296	0,361	0,175	0,443	0,446	0,419	1,000	0,347
<b>PS</b>	0,651	0,468	0,723	0,670	0,616	0,663	0,768	0,645	0,347	1,000



