

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (STUDI KASUS PADA PENGGUNA E-MONEY KOTA PALEMBANG)

¹Dwi Marchelina, ²Raisa Pratiwi

Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang

e-mail:¹chelinamarchelina@mhs.mdp.ac.id, ²raisapратиwi@stie-mdp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e-money dengan studi kasus pada pengguna e-money yang terdapat di kota Palembang. Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik analisis kuantitatif dan terdiri dari beberapa hipotesis awal dalam penelitian. Populasi penelitian ini adalah pengguna e-money yang ada di kota Palembang menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis teknik convenience sampling. Berdasarkan teknik sampel tersebut ditentukanlah 100 sampel pengguna e-money sebagai responden penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner serta memanfaatkan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat penggunaan e-money.

Kata kunci : *Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan, kuantitatif, convenience sampling, regresi linear berganda.*

Abstract

This study was conducted to determine the effect form perception of benefits, perceptions of ease, perceptions of risk and service features on the interest of using e-money with case studies on e-money users that found in the city of Palembang. The research was conducted using quantitative analysis techniques and consisted of several initial hypotheses in the study. The population of this research is e-money users in Palembang city using non probability sampling technique with convenience sampling technique. Based on the sample technique is determined 100 samples of e-money users as respondents. Type of data used is the primary data using questionnaires and utilize multiple linear regression analysis to determine the effect between independent variables and dependent variables. The results of this study indicate that the perception of benefits does not positively affect the interest in the use of e-money, perceptions ease, risk perceptions and service features partially positive effect on interest in the use of e-money

Keywords: *Perception of benefits, perceptions of ease, perceptions of risk, service features, quantitative, convenience sampling, multiple linear regression.*

I.PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah perubahan pada alat pembayaran. Masyarakat yang dahulunya menggunakan alat pembayaran tunai (*case based*) kini telah mulai mengenal dan menggunakan pembayaran non-tunai (*non cash*) dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Salah satu instrumen pembayaran non-tunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) atau yang disebut dengan *e-money*, yaitu alat pembayaran dengan nilai uang yang tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu. Kartu *e-money* ini kemudian dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun *merchant – merchant* yang telah bekerja sama dengan bank pembuat kartu *e-money*. (Dini Hafisari:2017)

Menurut Bank Indonesia saat ini, nilai transaksi *e-money* menunjukkan peningkatan sejak tahun 2013. Pada tahun 2013 total nilai transaksi *e-money* sebesar Rp 2,907,432 triliun, pada tahun 2014 sebesar Rp 3,319,556 triliun, dan tahun 2015 sebesar Rp 5,283,018 triliun. Penyedia layanan *e-money* di Indonesia diantaranya adalah Bank Mandiri yang memiliki tiga jenis *e-money* yaitu Indomaret Card untuk belanja di Indomaret, GazCard untuk membeli bahan bakar minyak di Pertamina, dan *E-Toll* untuk membayar akses tol. Selain itu juga ada Bank BCA dengan produknya Flazz berupa kartu dan Sakuku yang bisa digunakan melalui media *smartphone*, Bank BNI dengan TapCash yang mirip penggunaannya dengan Flazz, Bank Pertama dengan layanan *e-wallet* yang bernama BBM Money yang bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik, mengirim uang dari bank lain dan menarik uang dari ATM Bank Pertama. Dari sisi operator selular juga terdapat Telkomsel dengan layanan *e-money* mereka berupa T-Cash dengan memanfaatkan teknologi NFC pada *smartphone*, XL dengan nama Tunaiku dan Indosat Ooredoo dengan Dometku. (<https://www.bi.go.id>)

Pada Januari 2016 menurut Bank Indonesia, jumlah *e-money* yang beredar di kisaran 35,084 juta, di Februari naik menjadi 35,876 juta, Maret meningkat kembali menjadi 36,813 juta, dan April mencapai 37,372 juta. Nilai transaksi uang elektronik pada Januari 2016 sebesar Rp 387,404 miliar, pada Februari 2016 menjadi Rp 519,364 miliar, Maret 2016 meningkat menjadi Rp 492,166 miliar, April 2016 senilai Rp 515,232 miliar, dan Mei 2016 menjadi Rp 587, 052 miliar. Sedangkan volume transaksi uang elektronik pada Januari 2016 sebanyak 41,300 juta transaksi, Februari 2016 sebanyak 46,579 juta transaksi, Maret 2016 sebanyak 50,700 juta transaksi, April 2016 sebanyak 51,016 juta transaksi, dan Mei 2016 sebanyak 63.883 juta transaksi. (<https://www.bi.go.id>).

Meskipun dengan menggunakan *e-money* sangat cepat, mudah dan efisien namun masih banyak masyarakat menggunakan uang *cash* untuk membayar barang atau jasa. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dari masing – masing *provider e-money* dan terbatasnya *merchant-merchant* yang menyediakan transaksi menggunakan *e-money*. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya pemahaman mengenai manfaat sehingga kepercayaan terhadap pembayaran dengan *e-money* belum sesuai dengan tujuannya yang mengatakan bahwa bertransaksi dengan menggunakan *e-money* dapat mempermudah bukan mempersulit. Hal ini ditambah lagi dengan adanya rasa tidak aman dari masyarakat dengan semua tindak kriminal yang semakin beranekaragam cara dan media yang digunakan. Masyarakat beranggapan bahwa penggunaan *e-money* akan memberikan celah tersendiri bagi orang lain untuk melakukan tindak kriminal dan merugikan masyarakat secara umum dengan pemahaman yang kurang baik dari masyarakat terhadap penggunaan

e-money yang baik dan benar. Penolakan dari masyarakat secara sepihak memberikan kesulitan tersendiri bagi perusahaan penyedia jasa dalam memberikan pengarahan serta sosialisasi untuk memberikan informasi yang tepat guna bagi masyarakat.

Pada penelitian dari Ratna Dzulhaida, dkk (2016) menyatakan bahwa Faktor-faktor yang ternyata berpengaruh signifikan mempengaruhi minat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan *e-money* yaitu variabel *Performance Expectancy* (PE), *Effort expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Perceived Trust* (PT). Namun pada penelitian ini variabel *Perceived Risk* (PR) menjadi faktor yang berpengaruh paling kecil atau lemah terhadap minat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan *e-money*.

Pada penelitian dari Setyo Ferry Wibowo, dkk (2015) mendapatkan kesimpulan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money*. Di mana minat sendiri pada penelitian ini adalah sesuatu yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk ikut menggunakan layanan yang ada terutama dalam hal ini adalah penggunaan *e-money*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk (2015) menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dan persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

Pada penelitian dari Arsita Ika Adiyanti (2015) menyatakan bahwa Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu sektor bisnis perbankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-money*.

Pada penelitian dari Indrawan Firdauzi (2016) menunjukkan bahwa variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat dan kemudahan, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen minat dan kemudahan, variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kemudahan merupakan faktor yang paling mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan fenomena tersebut penulis mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-money*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-money*?
4. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-money*?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini membahas tentang pengaruh minat *e-money* pada mahasiswa Kota Palembang dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Mahasiswa dipilih sebagai sampel penelitian karena masyarakat pada usia dan tingkat pendidikan tersebut merupakan kumpulan masyarakat yang paling aktif menggunakan teknologi informasi yang ada saat ini. Dan para penyedia layanan jasa *e-money* secara tidak langsung menargetkan *e-money* pada mahasiswa yang lebih mudah memahami cara penggunaan *e-money* setelah terbiasa dengan teknologi yang ada saat ini sebagai pelopor pengguna *e-money*. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dan menguji pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-money*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, terhadap minat penggunaan *e-money*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-money*.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-money*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat terhadap mahasiswa dalam penggunaan *e-money* dalam bertransaksi.
 - b. Sebagai referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis

Setelah Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penggunaan *e-money*
 - b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan informasi dalam penerapan ilmu pengetahuan dalam mengetahui minat penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.

II. LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi

atau *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*) (Jogiyanto, 2007).

TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna komputer yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi.

2.2 Theory of Reasoned Action (Teori Tindakan Beralasan)

Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (*saliency*), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif (Jogiyanto, 2007). Secara singkat, praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan hasil dari tindakan yang telah lalu. Norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar ia melakukannya.

2.3 E-MONEY

Menurut Kim et al (2013) secara umum, konsep e-money adalah menjalankan fungsi uang dengan peralatan elektronik. Selanjutnya adalah sebuah informasi yang bernilai yang dijelaskan dengan sinyal digital dimana suatu bank mengirimkannya dengan menjamin nilai nominal tersebut. Uang elektronik (*electronic money*) merupakan perwujudan atas system perbankan modern yang menggunakan system Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK). Adapun pengertian *electronic money* menurut Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 adalah alat pembayaran yang memenuhi 4 unsur, yaitu :

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

2.4 Minat Penggunaan

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan.

2.5 Persepsi Manfaat

Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya.

2.6 Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya

2.7 Fitur Layanan

Menurut Schmitt (2010) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing.

2.8 Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dan menguji pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-money*.

3.2. Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis memilih objek penelitian terlebih dahulu. Objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan dan minat penggunaan *e-money*.

3.2.2 Subjek Penelitian

Segala sesuatu yang sangat penting kedudukannya di dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Kota Palembang.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan, secara garis besar dibagi menjadi dua kategori, yaitu *Probability Sampling* dan *Non*

Probability Sampling. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis teknik *Convenience Sampling*. *Convenience Sampling* adalah sebagai kumpulan informasi dan anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut.

Namun pada populasi yang berukuran besar dengan jumlah total populasi yang tidak diketahui maka dapat digunakan rumus sebagai berikut (Widiyanto, 2008):

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan jumlah sampel sebesar 96,04 dan pada penelitian ini digenapkan menjadi 100 sampel atau responden untuk memudahkan dalam proses penelitian.

3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah data yang didapat dari hasil pembagian kuesioner di Kampus – kampus yang ada di Kota Palembang. Di mana pada penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen jurnal terdahulu yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner ini akan berisi pertanyaan, dan akan dijawab oleh responden dimana responden akan diminta jawaban dengan sadar dan tanpa ada paksaan.

3.6 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013:60) definisi operasional merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Jenis Variabel	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala
<i>Independent</i>	Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu - Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu - Penggunaan sistem mampu 	Interval

		pekerjaannya.	meningkatkan efektifitas kinerja individu - Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (Sumber: Reza Andryanto, 2016)	
	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.	- Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti - Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut - Sistem mudah digunakan - Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (Sumber: Reza Andryanto, 2016)	Interval
	Persepsi Risiko (X3)	Persepsi risiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidak pastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan	- Pemikiran tentang risiko - Tingkat keamanan - Gangguan yang menyebabkan kerugian - Jaminan dalam risiko (Sumber: Anik Susanti, 2015)	Interval
	Fitur Layanan (X4)	Fitur layanan adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional	- Keragaman fitur - Fitur sesuai harapan - Fitur memiliki keunggulan (Sumber: Hutami Permita Sari, 2016)	Interval

		fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing.		
<i>Dependent</i>	Minat Penggunaan <i>E-Money</i> (Y)	Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan.	<ul style="list-style-type: none"> - Ketertarikan dalam menggunakan - Minat penggunaan jangka panjang - Minat transaksional - Minat berdasarkan preferensial (Sumber: Anik Susanti, 2015) 	Interval

Sumber : Penulis, 2018

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:243) mengatakan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik deskriptif. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Teknik analisis data menggunakan bantuan *software* SPSS 23.

IV. HASIL PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini berfokus pada pengguna *e-money* di kota Palembang dengan sampel sebesar 100 orang pengguna *e-money*. Sebagian besar masyarakat kota Palembang aktif menggunakan *e-money* untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Dengan adanya *e-money* di kota Palembang membuat masyarakat dapat lebih mudah dalam melakukan transaksi. Semakin berkembangnya teknologi dan dengan berbagai kemudahan yang diberikan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat kota Palembang untuk menjadi salah satu pengguna *e-money*.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner sudah memenuhi ketentuan pertanyaan yang valid atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu signifikan menggunakan *r* tabel pada

tingkat signifikan 0,05 dengan uji satu arah. Jika nilai total pada hasil r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid. Dan jika nilai total dari r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil pengujian validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Hasil Validitas X₁

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	0,643	0,1986	Valid
2	0,528	0,1986	Valid
3	0,633	0,1986	Valid
4	0,709	0,1986	Valid
5	0,664	0,1986	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 4.2 Hasil Validasi X₂

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	0,626	0,1986	Valid
2	0,686	0,1986	Valid
3	0,813	0,1986	Valid
4	0,762	0,1986	Valid
5	0,754	0,1986	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 4.3 Hasil Validasi X₃

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	0,800	0,1986	Valid
2	0,810	0,1986	Valid
3	0,824	0,1986	Valid
4	0,731	0,1986	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 4.4 Hasil Validasi X₄

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	0,731	0,1986	Valid
2	0,726	0,1986	Valid
3	0,828	0,1986	Valid
4	0,764	0,1986	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 4.5 Hasil Validasi Y

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	0,605	0,1986	Valid
2	0,662	0,1986	Valid
3	0,716	0,1986	Valid
4	0,636	0,1986	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

4.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan melihat kolom *Cronbach's Alpha*, apabila nilainya diatas 0,6 (mendekati angka satu), maka

pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan reliabilitas. Hasil pengujian reliabilitas yang dimaksud dapat dilihat pada bagian di bawah ini :

Tabel 4.6 Reliabilitas Pertanyaan

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Hasil
X ₁	0,714	0,6	Reliabel
X ₂	0,784	0,6	Reliabel
X ₃	0,798	0,6	Reliabel
X ₄	0,764	0,6	Reliabel
Y	0,758	0,6	Reliabel

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

4.2.3 Method Successive Interval (MSI)

Sebelum dilakukan pengujian asumsi klasik terhadap data yang berhasil didapatkan dari kuesioner, data yang masih berbentuk data ordinal dikonversikan menjadi data dengan skala interval, sehingga data tersebut dapat diolah dengan pengujian statistik. Metode konversi data ini disebut dengan *Method Successive Interval* (MSI). Adapun langkah-langkah dari metode MSI adalah sebagai berikut

1. Menghitung frekuensi
2. Menghitung proporsi
3. Menghitung proporsi kumulatif
4. Menghitung nilai z
5. Menghitung nilai densitas fungsi z
6. Menghitung *scale value*
7. Menghitung *score interval*

Proses konversi data dihitung dengan bantuan aplikasi Ms. Excel dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Method Successive Interval (MSI)

Data Ordinal	Frekuensi	Proporsi	Proporsi Kumulatif	Nilai Z	Nilai Densitas Fungsi z	Scale Value	Score Interval
1	0	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
2	4	0.0018	0.0018	-2.9081	0.0058	3.1978	1.0000
3	180	0.0818	0.0836	-1.3810	0.1537	1.8079	2.3899
4	1431	0.6505	0.7341	0.6252	0.3281	0.2681	3.9297
5	585	0.265909091	1.0000			1.2339	5.4317
Total	2200	1.0000	<i>Scale Absolute</i>			3.1978	

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1 Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan one sample *Kolmogorov-Smirnov*. Syarat dari uji normalitas ini yaitu data harus berdistribusi normal di mana signifikansi harus diatas 0,05 (5%).

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)
Kolmogorov-Smirnov	0,144

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

4.2.4.2 Uji Multikolinearitas

Adapun pedoman yang harus dipenuhi agar model regresi tersebut bebas multikol menurut (Ghozali Imam, 2005) yaitu dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hubungan antara variabel dikatakan multikolinieritas apabila nilai *Tolerance* < 0,10 atau nilai *VIF* > 10.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Ketentuan	VIF	Ketentuan
X ₁	0,609	0,10	1,641	10
X ₂	0,557	0,10	1,796	10
X ₃	0,551	0,10	1,814	10
X ₄	0,541	0,10	1,847	10

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikut merupakan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan metode uji *Glejser*. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi semua variabel yang lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Ketentuan
X ₁	0,372	0,05
X ₂	0,201	0,05
X ₃	0,487	0,05
X ₄	0,361	0,05

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

4.2.4.4 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas X₁

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1					
Between Groups	248.579	32	7.768	2.174	.004
(Combined)					
Linearity	129.014	1	129.014	36.101	.000
Deviation from Linearity	119.565	31	3.857	1.079	.388
Within Groups	239.440	67	3.574		
Total	488.019	99			

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas X₂

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y*Total_X2	Between Groups	(Combined)	271.670	37	7.342	2.104	.005
		Linearity	171.091	1	171.091	49.030	.000
		Deviation from Linearity	100.579	36	2.794	.801	.762
	Within Groups	216.350	62	3.490			
Total			488.019	99			

Sumber : Data Hasil Pengelolahan SPSS 23

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas X₃

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y*Total_X3	Between Groups	(Combined)	323.427	28	11.551	4.983	.000
		Linearity	253.434	1	253.434	109.323	.000
		Deviation from Linearity	69.993	27	2.592	1.118	.345
	Within Groups	164.592	71	2.318			
Total			488.019	99			

Sumber : Data Hasil Pengelolahan SPSS 23

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas X₄

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y*Total_X4	Between Groups	(Combined)	306.631	25	12.265	5.004	.000
		Linearity	204.602	1	204.602	83.470	.000
		Deviation from Linearity	102.029	24	4.251	1.734	.379
	Within Groups	181.389	74	2.451			
Total			488.019	99			

Sumber : Data Hasil Pengelolahan SPSS 23

4.2.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel independen (Priyatno, 2013).

Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.050	.893		2.296	.024
	X1	.099	.063	.126	1.589	.115
	X2	.131	.059	.184	2.216	.029
	X3	.342	.066	.434	5.190	.000
	X4	.194	.072	.227	2.693	.008

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Hasil Pengelolahan SPSS 23

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.16 Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.296	.024
	Total_X1	1.589	.115
	Total_X2	2.216	.029
	Total_X3	5.190	.000
	Total_X4	2.693	.008

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Pada uji ini ditentukan probabilitas pada tabel t sebesar 5% dan df 98 (100 responden-2) sehingga diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 1,661.

4.2.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.17 Hasil Uji F

F hitung	F tabel
41,123	2,47

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Pada uji F kriterianya yaitu jika nilai F hitung > F tabel yang digunakan maka terdapat pengaruh secara simultan. Pada tabel analisis sebelumnya nilai F hitung adalah 41,629 dan probabilitas 0,05 pada F tabel didapatkan 2,47 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan dari setiap variabel X (variabel bebas) terhadap variabel Y (variabel terikat).

4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.18 Hasil Uji R^2

R Square	Persentase
0,634	63,4%

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas maka dapat kita simpulkan bahwa dari nilai R^2 sebesar 0,634 yang artinya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan mempunyai pengaruh sebesar 63,4% dalam menjelaskan minat penggunaan *e-money* yang ada di kota Palembang. Nilai R^2 yang mendekati angka 100% menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen yang diuji dengan variabel dependen pada objek penelitian.

Pada penelitian ini ditentukan probabilitas pada t tabel sebesar 5% dan df 98 sehingga diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 1,661. Berdasarkan nilai t tabel dan t hitung yang dibandingkan dapat diketahui bahwa nilai t hitung $>$ t tabel, sehingga didapatkan kesimpulan sebagai berikut sebagai pembahasan masing-masing hipotesis.

4.3.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-money*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t pada aplikasi SPSS 23 dan dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel maka pada penelitian ini di dapatlah nilai t hitung sebesar 1,589 dan t tabel sebesar 1,661 di mana $1,589 < 1,661$. Sehingga dari hasil uji t SPSS 23 tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis ditolak.

4.3.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money*

Berikut ini adalah statistik deskriptif dari penelitian yang telah dilakukan antara lain:

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t pada aplikasi SPSS 23 dan dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel maka pada penelitian ini di dapatlah nilai t hitung sebesar 2,216 dan t tabel sebesar 1,661 di mana $2,216 > 1,661$. Sehingga dari hasil uji t SPSS 23 tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis diterima.

4.3.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-money*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t pada aplikasi SPSS 23 dan dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel maka pada penelitian ini di dapatlah nilai t hitung sebesar 5,190 dan t tabel sebesar 1,661 di mana $5,190 > 1,661$. Sehingga dari hasil uji t SPSS 23 tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis diterima.

4.3.4 Pengaruh fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-money*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji t pada aplikasi SPSS 23 dan dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel maka pada penelitian ini di dapatlah nilai t hitung sebesar 2,693 dan t tabel sebesar 1,661 di mana $2,693 > 1,661$. Sehingga dari hasil uji t SPSS 23 tersebut dapat dinyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis diterima.

V. KESIMPULAN

5. 1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan *e-money* secara parsial sedangkan persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan berpengaruh secara positif terhadap penggunaan *e-money* secara parsial. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan memberikan keterdukungan terhadap penggunaan *e-money* khususnya pada masyarakat di kota Palembang untuk menggunakan layanan *e-money*.

2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap penggunaan *e-money*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *e-money* dengan tingkat persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan yang tinggi akan membuat semakin tinggi niat masyarakat kota Palembang untuk menggunakan *e-money*.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi masyarakat dengan adanya penelitian ini dapat diketahui betapa pentingnya persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan fitur layanan dalam meningkatkan penggunaan *e-money* khususnya pada masyarakat kota Palembang. Berdasarkan penelitian ini penulis menyarankan agar masyarakat dapat lebih berpartisipasi dalam kemajuan teknologi dan ikut serta dalam pemanfaatan *e-money* sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam membantu masyarakat itu sendiri untuk melakukan transaksi di kehidupan sehari-harinya.
2. Bagi penyedia *e-money* pengaruh yang positif dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan dapat didukung dengan penyelenggaraan sosialisasi di berbagai lokasi dengan tema *e-money* agar masyarakat di kota Palembang yang belum mengenal lebih dalam tentang *e-money* dapat ikut tertarik menggunakan *e-money* dan para penyedia layanan *e-money* dapat meningkatkan kembali kemudahan, manfaat dan fitur layanan dari *e-money* agar lebih menarik minat pengguna *e-money* lain yang ada di kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya), Jurnal Ilmiah, Universitas Brawijaya, Malang.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.
- Deni Rahmatsyah, 2011, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (studi kasus: E-money kartu Flazz BCA) tahun 2011," Tesis. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Dzulhaida, 2017. Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan *E-Money* di Indonesia dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2)*, Majalah Ilmiah, Universitas Telkom, Bandung.
- Hafsari, 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Mahasiswa di Yogyakarta Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada, Universitas Negri Yogyakarta, Universitas Alma Ata, Universitas Sanata Dharma, Univeritas Atma Jaya), Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.

- Ibnu, Widiyanto, 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Indrawan, 2016, Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. Thesis, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto, HM. 2009, *Analisis dan Desain*. Yogyakarta : Andi OFFSET.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., 2007, *Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, pp. 157.
- Rahmatsyah, Deny. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. Thesis. Universitas Indonesia, Depok, 2011.
- Schmitt, Bernd H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung
- Priambodo, Prabawani, 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang), *Jurnal Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Wibowo, Rosmauli dan Suhud, 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa *Commuterline* di Jakarta), *Jurnal Universitas Negeri Jakarta*, Jakarta Timur.