

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGUNAAN *E-MONEY* PADA MAHASISWA STIE NOBEL  
INDONESIA MAKASSAR**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen



**Diajukan oleh : DEVIA SRI**

**WULANDARI**

**2016 212 078**

**KONSENTRASI PERBANKAN DAN KEUANGAN MIKRO  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
NOBEL INDONESIA  
MAKASSAR  
2020**

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA  
STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR**

Diajukan oleh :

**Nama Mahasiswa : Devia Sri Wulandari**

**Nim : 2016212078**

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi  
**STIE Nobel Indonesia** pada tanggal 27 Februari 2020  
dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
akademik  
**Sarjana Manajemen – SM**

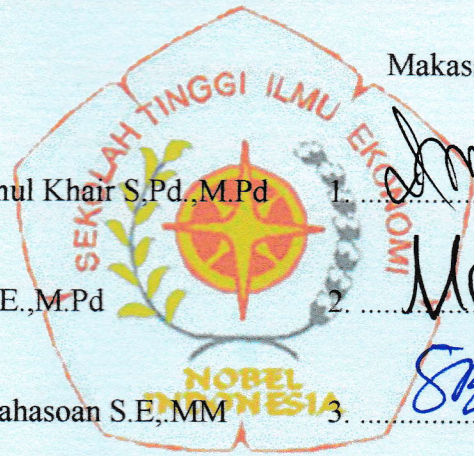
Makassar, 03 Maret 2020

Tim Penguji

Ketua : Andi Ummul Khar S.Pd.,M.Pd 1. 


Sekretaris : Mariah, S.E.,M.Pd 2. 

Anggota : Shandra Bahasoan S.E.,MM 3. 

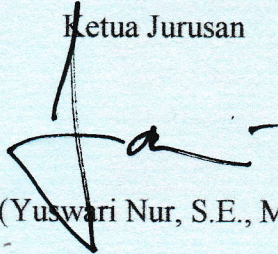


Mengesahkan,

Wakil Ketua I  
Bidang Akademik

  
(Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si)

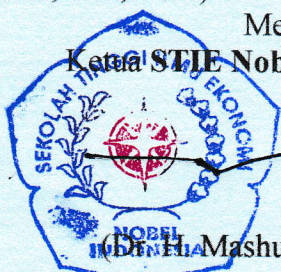
Ketua Jurusan

  
(Yuswari Nur, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar

  
(Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.Si)



## SURAT PERNYATAAN

Nama : Devia Sri Wulandari

NIM : 2016212078

Jurusan : Manajemen

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada  
Mahasiswa Stie Nobel Indonesia Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari ternyata yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 03 Maret 2020

Yang menyatakan



Devia Sri Wulandari

NIM : 2016212078

## ABSTRAK

**DEVIA SRI WULANDARI (2020).** Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan E-money pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar (dibimbing oleh Andi Ummul Khair ).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan E-money pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar yang terdaftar aktif.

Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 66 responden dari populasi semua mahasiswa aktif yang menggunakan ovo. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan metode penelitian yang di gunakan adalah Kualitatif. Pengambilan sample dilakukan menggunakan rumus purposive sampling. Analisis data menggunakan alat analisis uji regresi berganda yang didahului dengan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t , uji f dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan e-money pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar. Dan menunjukkan kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan e-money.

Kata kunci : kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, keamanan minat, e-money.



## ABSTRACT

*Devia Sri Wulandari. 2020. Factors Affecting Interest in Using E-money at STIE Nobel Indonesia Makassar Students, supervised by Andi Ummul Khair.*

*This study aims to determine the factors that affect the interest in using e-money at STIE Nobel Indonesia Makassar students who are actively registered.*

*The sample of the study was 66 respondents from the population of all active students who use OVO. The type of data used is primary data and the method used is quantitative. Sampling is processed using a purposive sampling formula. Data analysis used multiple regression analysis, which was preceded by validity and reliability tests. Hypothesis testing is processed using the t-test, f test, and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*The results showed that the variables of convenience, usefulness, trust, and security had a significant positive effect toward the interest in using e-money at STIE Nobel Indonesia Makassar students. Simultaneously also showed that convenience, usefulness, trust, and security affect the interest of students in using e-money.*

**Keywords:** *convenience, usefulness, trust, the security of interest, e-money*



## **MOTTO**

Selama ada keyakinan, semua akan menjadi mungkin. Proses tidak akan mengkhianati hasil, apa yang kamu terima setara dengan apa yang kamu usahakan

-via-

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh kerendahan Hati Dan Rasa  
Syukur Tiada Henti, skripsi Ini kupersembahkan

Untuk :

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Kedua Kakak-ku dan adikku Tercinta

Dan sahabat-sahabatku tercinta

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa Stie Nobel Indonesia Makassar”**. Salam serta shalawat senang tiasa kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Konsentrasi keuangan mikro dan perbankan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.

Penulisan Skripsi ini dapat terwujud atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah tulus ikhlas memberikan sumbangan berupa pikiran, motivasi, dan nasihat. Untuk semua itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Kedua orang tua penulis, yang telah membesarkan dan mendidik penulis secara ikhlas serta memberikan motivasi dan do'a yang tiada henti-hentinya.

Dan ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, SE., MM selaku Ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Dr. Ahmad Firman, SE., M. Si selaku Wakil Ketua Satu Bidang Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis.
3. Bapak Yuswari Nur SE., M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini.
4. Ibu Fitriani Latief SP., MM selaku Ketua P3M yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terlaksana.
5. Ibu Andi Ummul Khair S.Pd.,M.Pd selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan masukan-masukan juga senantiasa sabar membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Mariah, SE.,M.Pd dan Ibu Shandra Bahasoan SE., MM selaku penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan masukan-masukan juga senantiasa sabar membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf STIE NOBEL yang selama ini banyak membagi ilmunya dan memberikan bantuan kepada penulis.
8. Special For Rivai Andika Saputra Terkasih atas pengertian dan bantuan ide selama penulis menyusun skripsi.



9. Seluruh keluargaku dan saudara ku Afip dan Lusy dan adikku Cindy yang selama ini banyak memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
10. Sahabat seperjuanganku yang sudah seperti saudara sendiri, Puspa, Kiki, Linda, dan Sani yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi, yang selalu bersama dalam susah maupun senang :) See you On the Top Guys....
11. Rekan-rekan Mahasiswa Angkatan 2014 STIE NOBEL yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya yang kompak dalam memberikan dukungan dan membagi pengetahuannya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini penuh kekurangan segala kritik dan saran yang membantu sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Namun, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

*Makassar,*  
Penulis

DEVIA SRI WULANDARI

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Uang .....	11
2.2 Jenis-jenis Transaksi .....	15
2.3 E-money .....	17
2.4 Persepsi Kemudahan .....	19
2.5 Persepsi Kebermanfaatan .....	20
2.6 Kepercayaan .....	21
2.7 Keamanan .....	22
2.8 Minat .....	22
2.9 Definisi Pelayanan .....	23
2.9 Penelitian Terdahulu .....	25
2.10 Kerangka pikir .....	28
2.11 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.2 Jenis Penelitian .....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5 Metode Analisis .....	34
3.6 Definisi Operasional .....	38
<b>BABIV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1. Karakteristik responden .....	43
4.2.2. Analisis Deskriptif.....	45
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
4.2.3. Analisis Regresi Berganda.....	54
4.2.4. Analisis Koefisien Determinasi .....	56
4.2.5. Uji Hipotesis .....	56
4.3 Pembahasan .....	60
<b>BABV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
5.2.1. Bagi Perusahaan .....	67
5.2.2. Bagi Peneliti .....	67

## DAFTAR TABEL

<b>NO</b>	<b>Uraian</b>	<b>Hal</b>
Tabel 1.1	Data Perusahaan .....	4
Tabel 2.1	Data Uang Elektronik.....	5
Tabel 4.1	Karakteristik Responden JK .....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Jurusan .....	44
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif .....	45
Tabel 4.4	Variabel kepercayaan .....	47
Tabel 4.5	Variabel kebermanfaatan .....	48
Tabel 4.6	Variabel kemudahan .....	49
Tabel 4.7	Variabel keamanan.....	50
Tabel 4.8	Variabel minat.....	51
Tabel 4.9	Uji Validitas .....	52
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.11	Analisis Regresi Berganda .....	54
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.13	Tabel Uji Parsial.....	56
Tabel 4.14	Tabel Uji Simultan .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir .....	22
---------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi pada masa kini terus mengalami kemajuan, sehingga menjadikan masyarakat modern begitu bergantung dan terasa semakin sulit untuk dipisahkan dengan teknologi. Sedangkan dengan adanya teknologi tersebut, seperti tidak ada lagi batasan di lingkungan kehidupan. Banyak hal yang dapat diketahui, dilakukan, dan dipermudah dengan hadirnya sebuah teknologi. Sehingga dengan berkembangnya suatu teknologi secara terus menerus diharapkan dapat memberi dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan bangsa.

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi berhasil merubah pola hidup dan sistem pembayaran transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Dewasa ini, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Pada masa lalu seseorang harus membayar tagihan-tagihan dengan mengirimkan cek lewat pos, tetapi sekarang bank menyediakan situs-situs Web di mana seseorang bisa masuk ke dalamnya, dengan mengklik beberapa tombol dan dengan cara demikian, pembayaran atas tagihan seseorang dapat dilakukan secara elektronik .

Dengan adanya teknologi dan komunikasi yang terus berkembang menyebabkan industri perbankan ikut melakukan inovasi-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 kartu kredit serta kartu debit/kartu ATM.

Sistem pembayaran elektronik kian mengalami perkembangan. Masyarakat biasa mengenal pembayaran non tunai dilakukan dengan cara transfer antar bank maupun lintas bank yang dilakukan di internal bank atau menggunakan mesin ATM. Akan tetapi kini masyarakat dapat melakukan transaksi menggunakan *e-money* yang memiliki perbedaan dengan pembayaranelektronis sebelumnya. 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 *store value* dimana sejumlah nilai dana tertentu (*monetary value*) telah terekam (tersimpan) dalam alat pembayaran yang digunakan tersebut (Bank Indonesia, 2006).

Di beberapa negara maju pergerakan alat pembayaran non-tunai lebih cepat karena mereka mementingkan efisiensi dan efektifitas. Sebagai contoh, Hong Kong sudah menggunakan *e-money* (electronic money) sejak tahun 1997 dengan mengeluarkan produk Octopus Card, kartu ini bisa digunakan di ATM, beberapa gerai restoran, dan secara langsung terhubung dengan akun bank pengguna. Lingkup pasar dan populasi yang besar di Hong Kong berjalan dengan efektif dengan adanya Octopus Card

(Diana, 2018). Negara maju lainnya ialah Jepang dengan Suica Card yang dirilis sudah sejak tahun 2001 (Diana, 2018) .

Melihat jumlah pengguna *E-money* yang semakin meningkat serta peranan pentingnya sebagai bagian dari sarana untuk mewujudkan cita-cita Bank Indonesia, maka hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Kemudian, pada penelitian kali ini penulis akan meneliti beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, antara lain adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan.

Melihat jumlah pengguna *E-money* yang semakin meningkat serta peranan pentingnya sebagai bagian dari sarana untuk mewujudkan cita-cita Bank Indonesia, maka hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Kemudian, pada penelitian kali ini penulis akan meneliti beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, antara lain adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan.

Persepsi kebermanfaatan juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. manfaat itu merupakan kemampuan dari teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif



terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan mempengaruhi minat penggunaan *e-money* (Davis, 1989).

Mengejar ketertinggalan negara maju lainnya, di Indonesia sendiri mulai dikenalkan dengan *e-money* pada tahun 2007 (Permana, 2015).

Melihat perkembangan yang sangat pesat dan peluang bisnis dalam sektor keuangan, beberapa bank di Indonesia sebagai perusahaan di bidang jasa keuangan ikut andil dalam pergeseran teknologi ini. Kondisi ini membuka layanan perbankan untuk meluncurkan layanan perbankan digital salah satunya dengan *e-money*. Selain itu, munculnya *e-money* sebagai alat pembayaran non-tunai juga menunjukkan adanya potensi untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai (Hidayati et al., 2006) demi mewujudkan masyarakat Indonesia sebagai masyarakat *cashless society* (Candraditya, 2013).

Banyak issuer yang tercatat di Bank Indonesia turut mengembangkan produk *e-money* guna mendukung program Bank Indonesia dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*) di Indonesia (Nurmalasari, 2018).

Per tanggal 8 Januari 2019, jumlah penerbit *e-money* yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia berjumlah 35 penerbit yang terdiri atas :

Tabel 1.1. Penerbit e-money yang memiliki izin dari Bank Indonesia

No.	Nama Penerbit	Nama Produk
1	BPD DKI JAKARTA	Jak Card
2	BANK MANDIRI	e-Toll card, Indomaret Card, Gaz
3	BANK CENTRAL ASIA	BCA Flazz
4	PT. TELEKOMUNIKASI	Flexy Card, i-Vas Card
5	PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR	T-cash, T-wallet
6	BANK MEGA	Studio Pass Card, Smart Card
7	PT. SKYE SAB INDONESIA	Skye Card
8	PT. INDOSAT	Dometku
9	BANK NEGARA INDONESIA	Java Jazz Card, Kartuku
10	BANK RAKYAT INDONESIA	Brizzi
11	PT. XL AXIATA	XL Tunai
12	PT. FINNET INDONESIA	T-Money
13	PT. ARTAJASA PEMBAYARAN	Mynt e-money
14	BANK PERMATA	BBM Money
15	BANK CIMB NIAGA	Rekening Ponsel
16	PT. NUSA SATU INTI ARTHA	Doku wallet
17	PT. BANK NATIONALNOBU	Nobu E-Money
18	PT. SMARTFREN TELECOM	Uangku
19	PT. MVCOMMERCE INDONESIA	PonselPay
20	PT. WITAMI TUNAI MANDIRI	True Money
18	PT. SMARTFREN TELECOM	Uangku
19	Grab Indonesia	OVO
20	GOJEK	Gopay

Sumber: Bank Indonesia, 2020

Berdasarkan data yang didapat dari terjadi peningkatan kebutuhan individu untuk mempunyai alat pembayaran yang mudah digunakan dan efisien. Peningkatan tersebut salah satunya dapat dilihat melalui jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia (Bank Indonesia, 2009).

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia pada tahun 2014-2018:

Tabel 1.2 Jumlah Peredaran Uang Elektronik dan Transaksi Uang Elektronik yang Terjadi di Indonesia Pada Tahun 2014-2018

No.	Tahun	Jumlah Peredaran Uang Elektronik	Transaksi Uang Elektronik
1.	2014	36,2 Juta	RP2,90 T
2.	2015	35,7 Juta	RP3,31 T
3.	2016	34,3 Juta	RP5,28 T
4.	2017	51,2 Juta	RP7,06 T
5.	2018	90,0 Juta	RP12,37 T

Sumber: Bank Indonesia, data diolah

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan pada peredaran dan transaksi uang elektronik, maka dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money* semakin meningkat. Berdasarkan data yang didapat dari terjadi peningkatan kebutuhan individu untuk mempunyai alat pembayaran yang mudah digunakan dan efisien. Peningkatan tersebut salah satunya dapat dilihat melalui jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia (Bank Indonesia, 2009).

Melihat jumlah pengguna *E-money* yang semakin meningkat serta peranan pentingnya sebagai bagian dari sarana untuk mewujudkan cita-cita Bank Indonesia, maka hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Kemudian, pada penelitian kali ini penulis akan meneliti beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, antara lain adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan.

Persepsi kemudahan yaitu tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu, bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sehingga,

kemudahan dalam penggunaan dianggap sebagai faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Kemudahan penggunaan yang dimaksud dalam konteks ini bukan saja hanya mengenai kemudahan yang didapat saat mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi, tetapi juga mengacu pada kemudahan serta manfaat yang didapat saat menggunakan teknologi dibandingkan dengan tidak menggunakan teknologi (Davis, 1989).

Persepsi kebermanfaatan juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. manfaat itu merupakan kemampuan dari teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan mempengaruhi minat penggunaan *e-money* (Davis, 1989).

Kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain. Sehingga penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan *e-money* (Morgan dan Hunt, 1994).

Faktor keamanan dari sebuah teknologi juga merupakan suatu hal yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Tingkat keamanan sebuah teknologi

menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-money*. Sehingga dengan jaminan keamanan yang diberikan, diharapkan akan memunculkan rasa aman serta kepercayaan pada pengguna teknologi dan mempengaruhi minat jumlah penggunaan *e-money*.

Tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Faktor keamanan dari sebuah teknologi juga merupakan suatu hal yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-money*. Sehingga dengan jaminan keamanan yang diberikan, diharapkan akan memunculkan rasa aman serta kepercayaan pada pengguna teknologi dan mempengaruhi minat jumlah penggunaan *e-money*.

Kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain. Sehingga penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan *e-money* (Morgan dan Hunt, 1994).

Berdasarkan uraian diatas mengenai segala kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi *e-money* khususnya Ovo kepada mahasiswa pengguna *Ovo* sebagai sarana alat pembayaran pengganti uang tunai, maka penulis ingin meneliti pengaruh kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap

minat penggunaan Teknologi *e-money*. Pada penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.”**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar?
2. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar?
4. Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar?
5. Apakah Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar

2. Mengetahui apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar
3. Mengetahui apakah persepsi kepercayaan penggunaan (*perceived trust ease of use*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar
4. Mengetahui apakah persepsi keamanan (*perceived technology security*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar
5. Mengetahui Apakah Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *E-money* oleh mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya *e-money*.
2. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia dan membantu mensosialisasikan penggunaan *e-money* terkait aspek-aspek dalam peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap *e-money*.
3. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi untuk menentukan strategi pemasaran alat pembayaran non tunai.
4. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan tentang alat pembayaran *e-money* dan untuk penelitian selanjutnya.





## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Uang**

##### **2.1.1. Pengertian Uang**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) uang adalah alat tukar atau standar pengukuran nilai (kesatuan hitung) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu. Seiring perkembangan uang yang semakin pesat, definisi uang mempengaruhi jenis-jenis uang yang masuk dalam definisi tersebut. Ekonomi mendefinisikan uang sebagai sesuatu yang secara umum diterima dalam pembayaran barang dan jasa atau pembayaran atas utang. Tetapi definisi ini masih sangat sederhana. Diperlukan definisi yang lebih kompleks dan lebih luas. Uang adalah persediaan asset yang dapat dengan segera digunakan untuk melakukan transaksi. Uang adalah segala sesuatu yang umum diterima sebagai alat penukaran dan sebagai alat pengukur nilai, yang pada waktu bersamaan bertindak sebagai alat penimbun kekayaan. Dari definisi ini, bahwa segala sesuatu yang sudah memenuhi definisi ini sudah dianggap uang, baik itu terbuat dari logam, kertas atau benda lainnya yang sudah diterima oleh masyarakat sebagai alat penukar, pengukur nilai dan sebagai alat penimbun kekayaan. Dengan demikian pengertian uang adalah sebuah alat pembayaran yang diterima secara umum untuk segala macam transaksi baik barang.

### 2.1.2. Fungsi Uang

Uang merupakan bagian yang tidak dipisahkan dari denyut kehidupan ekonomi masyarakat. Stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditentukan oleh sejauh mana peranan uang dalam perekonomian oleh masyarakat dan otorita moneter. Definisi uang bisa dibagi dalam dua pengertian, yaitu definisi uang menurut hukum (*law*) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh undang-undang sebagai uang dan sah untuk alat transaksi perdagangan. Sedangkan definisi uang menurut fungsi, yaitu sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdangan serta untuk pembayaran hutang-piutang. Fungsi uang dalam perekonomian adalah sebagai alat untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan hidup. Uang mempunyai beberapa fungsi. Fungsi- fungsi uang dapat disholongkan dalam fungsi asli dan fungsi turunan. Yang termasuk fungsi asli uang adalah sebagai alat tukar dan alat satuan hitung. Sedangkan fungsi turunan mencakup standar atau ukuran pembayaran yang ditunda, alat penyimpanan kekayaan dan alat pengalih kekayaan. Uang dikenal mempunyai empat fungsi, dua diantaranya merupakan fungsi yang sangat mendasar sedangkan dua lainnya adalah fungsi tambahan. Dua fungsi dasar tersebut adalah peranan uang sebagai berikut:

- a. Alat Tukar ( Means of Exchange) Peranan uang seabgai alat tukar mensyaratkan bahwa uang tersebut harus diterima oleh masyarakat sebagai alat pembayaran. Artinya, si penjual barang mau menerima uang sebagai pembayaran untuk barangnya karena percaya bahwa uang

tersebut juga diterima oleh orang lain (masyarakat umum) sebagai alat pembayaran apabila ia nanti memerlukan untuk membeli suatu barang.

- b. Alat Penyimpanan nilai/daya beli (Store of Value) Terkait dengan sifat manusia sebagai pengumpul kekayaan. Pemegangan uang merupakan salah satu cara untuk menyimpan kekayaan. Kekayaan tersebut bisa dipegang dalam bentuk-bentuk lain seperti tanah, kerbau, berlian, emas, saham, mobil dan sebagainya. Syarat utama untuk ini adalah bahwa uang harus menyimpan daya beli atau nilai.

### **2.1.3. Jenis Uang**

Uang dapat dibedakan atas dasar pihak yang mengeluarkan, bahan uang, Negara yang mengeluarkan, dan nilai uang sebagai berikut:

- a. Jenis Uang Berdasarkan Pihak Yang Mengeluarkan Berdasarkan pihak yang mengeluarkan, uang dibedakan menjadi uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat. Uang giral adalah alat pembayaran berupa cek, bilyet giro, dan sejenisnya.
- b. Jenis Uang Berdasarkan Bahan Uang Berdasarkan bahan yang digunakan uang untuk membuat, uang dibedakan atas uang logam dan uang kertas. Uang logam adalah uang yang bahannya terbuat dari logam berupa emas, perak atau logam.
- c. Jenis Uang Berdasarkan Negara Yang Mengeluarkan Berdasarkan Negara yang mengeluarkan, uang dibedakan atas uang dalam negeri (domestik/nasional) dan uang luar negeri. Uang dalam negeri adalah uang

yang dikeluarkan oleh Negara yang bersangkutan. Uang luar negeri adalah uang yang beredar dalam suatu Negara, tetapi yang mengeluarkannya adalah Negara lain.

- d. Jenis Uang berdasarkan Nilai Uang Berdasarkan perbandingan nilai bahan dengan nilai tukar, uang dibedakan atas uang bernilai penuh dan uang tidak bernilai penuh. Uang nilai penuh (full bodied money) adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) sama dengan nilai nominal atau nilai penuh yang terdapat pada standar emas. Uang tidak bernilai penuh adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) lebih kecil daripada nilai nominalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis uang secara sederhana dapat dijelaskan dengan uang giral dan uang kartal, namun jika dijelaskan secara mendetail jenis uang dapat dibedakan menjadi 4 yaitu berdasarkan pihak yang mengeluarkan, jenis uang berdasarkan bahan uang, jenis uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan dan jenis uang berdasar nilai uang. Pada tahun 2007 muncul istilah baru dalam sistem pembayaran di Indonesia yaitu uang elektronik atau e-money yang kemudian pada bulan Agustus tahun 2014 dipelopori oleh Bank Indonesia dengan diluncurkannya program gerakan nasional non-tunai (GNNT), yaitu gerakan sosial penggunaan uang non-fisik (less cash society) sebagai bentuk pengurangan transaksi menggunakan uang fisik atau yang dikenal dengan uang kartal.

## **2.2. Jenis-Jenis Transaksi**

Uang merupakan aset dalam ekonomi yang biasanya digunakan oleh orang untuk bertransaksi dalam pembayaran barang dan jasa (Mankiw dkk, 2012). Terdapat empat generasi dalam transaksi pembayaran, mulai dari *full bodied money* (uang logam), *fiat money* (uang kertas), *checking accounts* (rekening giro), sampai transaksi elektronik. Hal tersebut menandakan bahwa ada pergeseran serta perkembangan yang terjadi dalam sistem pembayaran Indonesia dari tunai ke non tunai (Pohan, 2011).

### **2.2.1. Tunai**

Alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan dua jenis uang yaitu uang logam dan uang kertas. Saat ini keberadaan uang tunai masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dikarenakan transaksi non tunai dirasa masih kurang nyaman untuk digunakan dan dianggap masih sulit karena hanya dapat digunakan di tempat-tempat tertentu. Sehingga, pemerintah memiliki misi yang tertuang dalam Undang- Undang No. 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang yaitu bagaimana agar dapat memenuhi kebutuhan uang tunai di masyarakat dengan jumlah nominal yang cukup, jenis pecahan yang sesuai, tepat waktu, dan dalam kondisi yang layak untuk diedarkan. Uang tunai yang digunakan dalam kegiatan transaksi harus memiliki beberapa karakteristik (Pohan, 2011) sebagai berikut:

1. Setiap uang yang dikeluarkan dimaksudkan untuk mempermudah kelancaran transaksi pembayaran tunai, dapat diterima dan dipercaya oleh

masyarakat. Sehingga sejalan dengan hal tersebut maka uang diperlukan untuk memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- a. Mudah dan nyaman digunakan (*user friendly*)
  - b. Tahan lama (*durable*)
  - c. Tidak sulit untuk dikenali (*easily recognized*)
  - d. Sulit dipalsukan (*secure againts counterfeiting*)
2. Jumlah yang yang tersedia harus cukup untuk masyarakat dengan tidak melupakan kesesuaian jenis pecahannya. Hal tersebut membutuhkan perencanaan yang baik dalam pengadaan maupun saat pendistribusiannya.
  3. Diperlukan upaya untuk menyediakan lembaga pendukung guna mewujudkan terciptanya kelancaran arus uang tunai yang layak edar baik secara regional maupun nasional.

### **2.2.2. Non Tunai**

Perkembangan sistem non tunai diawali dengan instrumen pembayaran yang bersifat *paperbased* seperti cek, bilyet giro, dan warkat lainnya. Kemudian dunia perbankan mengalami perkembangan dan mendorong masyarakat untuk mulai membiasakan diri menggunakan alat pembayaran dengan sistem elektronik. Sehingga lama kelamaan penggunaan alat pembayaran *paperbased* mengalami penurunan.

Alat pembayaran non tunai dapat digolongkan menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu alat pembayaran *credit transfer* dan alat pembayaran *debit transfer*. Dimana

berdasarkan trimonologi yang dibuat oleh Bank *International Settlement* (1996) *credit transfer* merupakan perintah untuk pembayaran yang bertujuan guna penempatan dana dari pengirim ke penerima yang memungkinkan untuk menggunakan bank lain sebagai perantara. Sedangkan *debit transfer* adalah sistem transfer dana dimana perintah transfer dibuat atau diotorisasi oleh pihak yang memiliki dana dan akan melakukan pengiriman dana tersebut kepada pihak lain (Pohan,2011).

### **2.3.E-Money**

Sejalan dengan perkembangan alat pembayaran di Indonesia yang berbasis dengan kartu, maka perkembangan tersebut terus mengalami kemajuan pesat dengan bertambahnya inovasi di dunia perbankan dengan variasi-variasi yang dilakukan melalui kartu kredit, kartu ATM dan berbagai jenis uang elektronik. Pembayaran elektronik secara garis besar merupakan pembayaran yang menggunakan teknologi informasi sebagai sarannya. Penerbitan uang elektronik pada awalnya hanya dalam bentuk chip yang tertanam dalam kartu namun saat ini sudah mengalami perkembangan dengan telah diterbitkannya melalui media lain yaitu suatu media yang jika ingin digunakan untuk bertransaksi maka harus terkoneksi dahulu dengan server penerbit. Dalam Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic money*) disebutkan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur- unsur sebagai berikut:

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

Saat ini hampir seluruh uang elektronik bersifat *multi purpose* yaitu dapat digunakan dan diterima untuk bertransaksi di banyak merchants yang berbeda. Berikut beberapa kelebihan yang ditawarkan oleh *e-money* jika dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya (BI, 2006):

1. Lebih cepat dan nyaman jika dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi dengan jumlah nominal yang kecil sehingga tidak perlu menyediakan uang yang pas atau tidak perlu menyimpan uang kembalian. Selain itu juga untuk menghindari terjadinya salah penghitungan saat transaksi;
2. Waktu transaksi yang diperlukan saat menggunakan *e-money relative* lebih singkat jika dibandingkan saat menggunakan kartu kredit ataupun



debit karena tidak perlu melakukan proses otorisasi online, tanda tangan dan PIN;

3. Jumlah uang dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang telah disediakan dan telah bekerja sama dengan issuer (penerbit kartu).

#### **2.4. Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha (Davis, 1989). Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan (Wibowo, 2015). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwafi dan Magnadi, 2016), yang mengungkapkan jika sebuah layanan ternyata lebih rumit dibandingkan dengan manfaat yang didapat maka pelanggan akan memutuskan lebih memilih melakukan transaksi secara konvensional atau tidak lagi menggunakan teknologi tersebut.

Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan (Nurmalasari, 2018).

1. Penggunaan yang mudah dipelajari
2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami
3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar
4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan

## 2.5. Persepsi Kebermanfaatan

Manfaat merupakan kemampuan suatu teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan (Davis, 1989) . Persepsi kebermanfaatan merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut (Tjini & Baridwan, 2012). Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibanding saat tidak menggunakan teknologi baru tersebut (Wibowo, Rosmauli, & Suhud, 2015). Sehingga persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya (Nurmalasari, 2018).

Penilaian positif terhadap faktor persepsi kebermanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi (Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J, 2017). Indikator pengukur persepsi kebermanfaatan terdiri dari:

1. Meningkatkan produktivitas;
2. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari;
3. Mengurangi waktu bertransaksi;
4. Sangat bermanfaat.

## 2.6. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain (Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak (Tjini & Baridwan, 2012). Kepercayaan (trust) tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Jika suatu kepercayaan dapat terjadi di antara kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini nasabah. Jika seorang konsumen dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah sistem baik, maka konsumen akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya (Saputro & Sukirno, 2013).

Indikator pengukuran variabel kepercayaan diantaranya yaitu (Verhagen & Dolen, 2007) :

1. Dapat diandalkan;
2. Memiliki reputasi yang baik;
3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi.

## 2.7. Keamanan

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko- risiko yang terjadi (Afghani & Yulianti, 2017). Kemudian, jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah & Djawoto, 2017). Dapat diambil kesimpulan dari uraian diatas bahwa tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-money*.

Keamanan dapat diukur menggunakan indikator (Waspada, 2012) :

1. Tidak khawatir saat memberikan informasi;
2. Percaya akan mendapat perlindungan atas informasi yang diberikan;
3. Percaya bahwa uang yang tersimpan dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

## 2.8. Minat

Minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu (Davis, 1986). Minat adalah sesuatu yang timbul setelah melihat rangsangan dari produk yang dilihat nya (Kotler & Keller, 2012). Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu (Tjini &

Baridwan, 2012). Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan kemanan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat menggunakannya lagi.

## **2.9. Definisi Pelayanan**

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Sedangkan menurut Groomros (1990:27) dalam Ratminto dan Atik (2005:2) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Berbeda dengan Supranto (2006:227) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler dalam Supranto (2006:228) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak terwujud)

Suatu jasa memiliki sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan sebelumnya.

#### **2.10. Penelitian Terdahulu**

1. Rakhmawati dan Isharijadi (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking pada nasabah Bank Muamalat cabang pembantu Madiun”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking, sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Dan seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.
2. Saripah dkk (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi resiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* bagi wajib pajak orang pribadi di kpp

pratama pekanbaru tampan tahun 2015”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*. Secara simultan menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*.

3. Wu dkk (2010) dalam penelitiannya yang memiliki judul “*A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking*” dengan menggunakan beberapa variabel yaitu *relative advantage, trust and perceived ease of use*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *relative advantage, trust and perceived ease of use* dirasakan sangat penting dan berpengaruh secara positif terhadap niat pelanggan untuk menggunakan sistem online banking.
4. Afghani dan Yulianti (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi resiko serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya”. Data dikumpulkan dengan metode convenience sampling dengan membagikan 90 kuisioner kepada nasabah BRI Surabaya yang telah menggunakan layanan e-banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi e-banking. Namun,



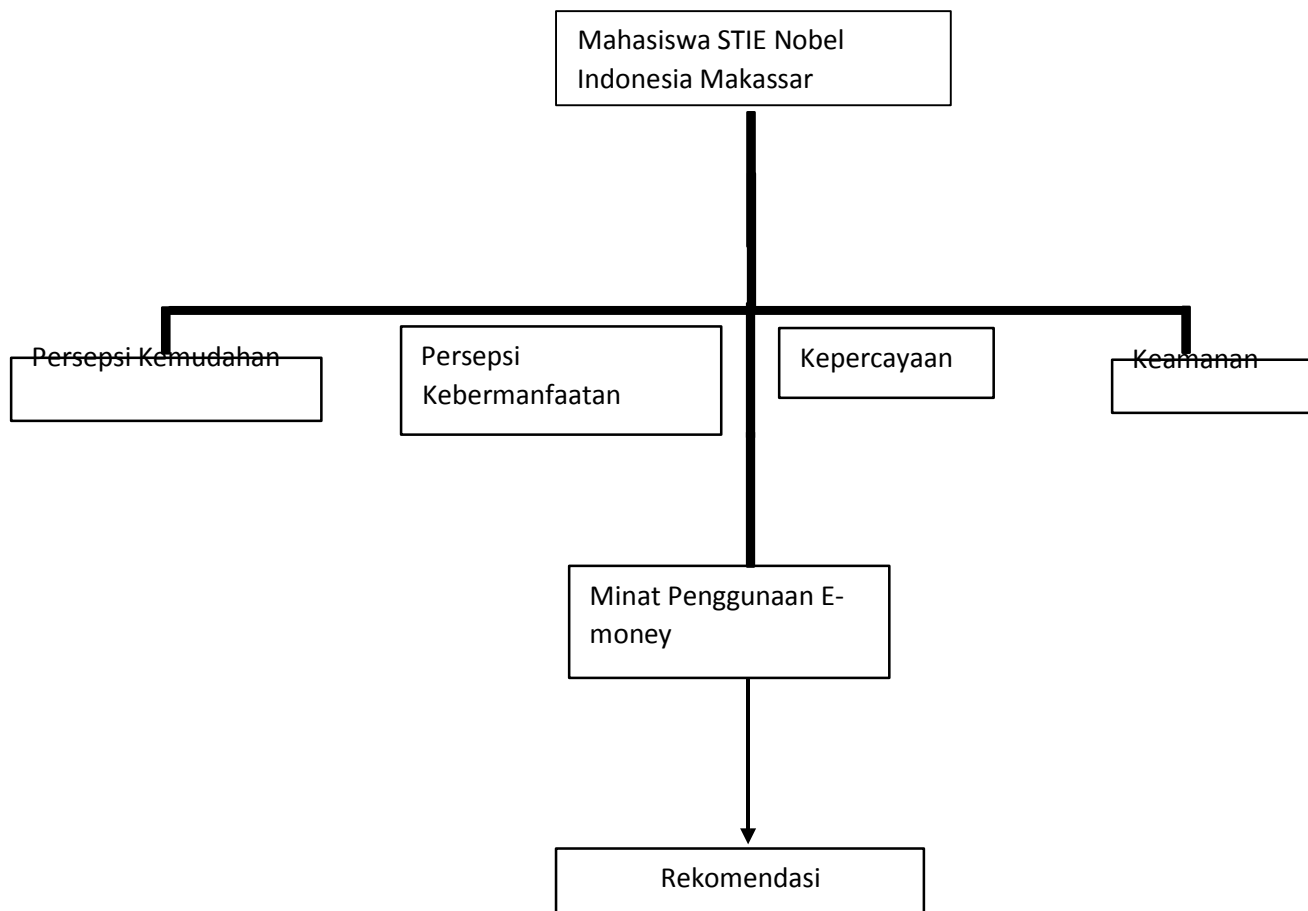
kemanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan e-banking.

5. Alwafi dan Magnadi (2016) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalam Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com”. penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan membagikan kuisisioner kepada 100 responden. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Sedangkan hasil sebaliknya diperoleh dari variabel pengalaman yang tidak berpengaruh pada minat penggunaan Tokopedia.com.
6. Wibowo dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)” variabel yang digunakan oleh peneliti selama penelitian ialah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan dimana hasil yang didapat dari keempat variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan e-money.
7. Tjini dan Baridwan (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet *Banking*”

menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan internet banking dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model*. Peneliti memperoleh responden pengguna layanan internet banking sebanyak 125 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Brawijaya Malang. Hasil yang diperoleh dari analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan internet banking, serta konstruk kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan internet banking. Sebaliknya, konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap digungkannya layanan internet banking.

### **2.11. Kerangka Pikir**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka kerangka pikir penelitian adalah Sebagai gambaran dalam penyelesaian masalah untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar maka diperlukan adanya kerangka teoritik yang terperinci, agar penelitian ini akan lebih terarah. Yang mana variabel terikat nya adalah kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, keamanan dan untuk variabel bebasnya adalah minat pengguna e-money (Ovo) Adapun kerangka teoritik tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2.1. Kerangka pikir**

### **2.11. Hipotesis**

H1 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

H2 : Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

H4: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

H5: Persepsi kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kampus STIE NOBEL Makassar yang beralamat di Jl. Sultan Alauddin No 212 Makassar. Pada Mahasiswa pengguna *e-money*.

Waktu penelitian dan penyusunan laporan diperkirakan kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu bulan november-januari.

#### **3.2. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **3.2.1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Penelitian Lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung mengenai pengguna *e-money* khususnya Ovo untuk memperoleh data yang berhubungan penulisan dengan cara:

##### **a. Metode Angket (Kuesioner)**

Kuesioner merupakan daftar pernyataan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti diberikan kepada responden, yaitu pengguna *e-money*. Metode kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju kepada setiap statemen yang berkaitan dengan objek yang dinilai. Jadi teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden secara langsung dengan selebaran kertas untuk memudahkan pengisian kuesioner. Penggunaan angket diharapkan dapat memudahkan responden dalam memberikan jawaban karena telah disediakan alternative jawaban, sehingga untuk menjawabnya hanya perlu waktu yang singkat. Pada setiap point soal disediakan 5 pilihan jawaban dikarenakan telah disediakan alternative jawaban, sehingga untuk menjawabnya hanya perlu waktu yang singkat. Pada setiap point soal disediakan 5 pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju (SS) : 5
- b) Setuju (S) : 4
- c) Ragu-ragu (RR) : 3
- d) Tidak Setuju (TS) : 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

### **3.2.2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan buku-buku atau literatur-literatur yang relevan dengan obyek penelitian.

## **3.3. Jenis dan Sumber Data**

### **3.3.1. Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan penelitian penulis.

### **3.3.2. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi serta wawancara langsung dengan konsumen dengan menggunakan kuesioner.

## **3.4. Populasi dan Sampel**

### **3.4.1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek maupun subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari lebih lanjut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Uraian diatas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Stie Nobel Indonesia Makassar sebanyak 523 orang namun yang menjadi sampel yaitu yang telah menggunakan *E-money* khususnya Ovo sebagai alat pembayaran non tunai.

### **3.4.2. Sampel**

Sampel merupakan bagian ataupun jumlah dari karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel merupakan kelompok yang mewakili populasi yang berperan sebagai responden. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi dimana dalam pengambilan sampel penulis harus didasarkan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Tuckman, 1972).

Bila populasi banyak dan peneliti tidak mungkin mempelajari kesemuanya, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus secara representative. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam populasi ini adalah teknik sampling purposive. Teknik sampling purposive merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Menentukan sampel didalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting karena semakin tidak sama sifat sampel dengan populasinya maka akan memiliki kemungkinan yang besar terjadi kekeliruan dalam menggeneralisasikan kesimpulan penelitian (Suryabrata, 1973).

Oleh karena itu diupayakan dalam penentuan sampel tidak terjadi kekeliruan. Sampel yang digunakan penulis memiliki karakteristik pertimbangan tertentu yaitu: jumlah persentase Mahasiswa aktif STIE Nobel Indonesia sebanyak 66 orang yang sudah pernah menggunakan *OVO*.

### **3.5. Metode Analisis Data**

#### **3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur kesahihan suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Validitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan suatu alat ukur telah mengukur dengan benar apa yang hendak diukur (Azuar et al, 2011). Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data penyebaran kuisisioner. Kuesioner sebagai alat ukur harus bisa menjadi pengukur



apa yang ingin diukur. Sedangkan untuk dapat mengetahui kuisisioner tersebut layak atau tidak untuk mengukur apa yang hendak diukur maka harus dilakukan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item (pertanyaan) dengan skor total kuisisioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Azuar et al, 2011). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

### **3.5.2. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dengan tujuan agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Untuk melakukan uji asumsi klasi, maka yang harus dilakukan yaitu:

#### **3.5.2.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Tingkat normalitas suatu data tidak begitu penting, tetapi sebaiknya data yang ada tersebut dapat berkontribusi normal. Namun uji normalitas merupakan uji tentang normal atau tidaknya distribusi variabel dependen dan variabel

independen dalam model regresi (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah yang normal atau mendekati normal.

### 3.5.3. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data berisikan tahapan-tahapan yang akan digunakan untuk menolah data, untuk kemudian hasil data olahan yang diperoleh tersebut dianalisa sehingga menghasilkan kesimpulan. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa:

#### 3.5.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linear berganda berguna untuk mendapatkan pengaruh dua variabel kriterium atau untuk mencari hubungan fungsional dua prediktor atau lebih dengan variabel kriteriumnya atau untuk meramalkan dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya (Ndruru dkk, 2014). Regresi dilain pihak menjelaskan pengaruh satu variabel atau lebih disebut variabel independen terhadap variabel lain disebut variabel dependen (Warjono, 2015). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Dimana :**

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y = Minat penggunaan *E-money*

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kebermanfaatan

$X_3$  = Kepercayaan

$X_4$  = Keamanan

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$  = Koefisien Regresi Variabel Independen

$e$  = *error*

#### 3.5.4. Uji t-statistik

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji statistik distribusi t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual (Warjono, 2015).

Hal ini berarti, uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  (kemudahan penggunaan, kebermanfaatan penggunaan, kepercayaan dan keamanan) berpengaruh terhadap variabel Y (minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar) secara terpisah atau parsial.

#### 3.5.5. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Afghani & Yulianti, 2016). Dalam penelitian ini berarti menguji pengaruh secara serempak dari pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-money*.

### **3.6. Definisi Operasional Variabel**

#### **3.6.1. Variabel Independen**

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang tidak dipengaruhi dan dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Variabel independen merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh dan menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, variabel independen berupa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan serta keamanan dalam penggunaan *e-money*. Keempat variabel ini akan diuji pengaruhnya terhadap minat mahasiswa STIE Nobel dalam menggunakan *e-money*. Serta manakah dari keempat variabel ini yang paling berpengaruh.

##### **3.6.1.1. Persepsi Kemudahan**

Melalui kemunculan *e-money*, kemudahan dalam sistem pembayaran saat ini banyak dirasakan oleh masyarakat. Masyarakat dapat merasakan kemudahan dari *e-money* karena, dengan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat. Dalam penelitian ini Kepercayaan merupakan tingkat keyakinan seorang individu merasa aman ketika melakukan sebuah transaksi dengan siapa pun atau dengan penyedia layanan (*service provider*). Berikut adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai persepsi kemudahan:

- a) Penggunaan yang mudah dipelajari;
- b) Interaksi yang jelas dan mudah dipahami;
- c) Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar;
- d) Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

### 3.6.1.2 Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Peneliti mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai sebuah sistem yang akan selalu berkaitan erat dengan produktivitas dan efektivitas suatu sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh.

Berikut adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai persepsi kebermanfaatan:

- a) Meningkatkan produktivitas;
- b) Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari;
- c) Mengurangi waktu bertransaksi;
- d) Sangat bermanfaat.

### 3.6.1.3 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Sehingga, penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan *e-money*. Berikut ini adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai variabel kepercayaan:

- a) Dapat diandalkan;
- b) Memiliki reputasi yang baik;
- c) Memberikan keamanan dalam bertransaksi

#### **3.6.1.4 Keamanan**

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan asset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sebuah teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamanan saat proses penggunaan teknologi.

Berikut ini adalah beberapa pernyataan penelitian mengenai variabel keamanan:

- a) Tidak khawatir saat memberikan informasi;
- b) Percaya akan mendapat perlindungan atas informasi yang diberikan;
- c) Percaya bahwa uang yang tersimpan dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

#### **3.6.2. Variabel Dependen**

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah minat mahasiswa STIE Nobel dalam menggunakan *Ovo*. Minat mahasiswa STIE Nobel dalam menggunakan *E-money* dianggap sebagai tolok ukur keberhasilan *e-moneymembantu* Bank Indonesia dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*) di Indonesia.

##### **3.6.2.1 Minat**

minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang individu mendapatkan

rangsangan yang menguntungkan bagi dirinya, maka hal tersebut akan meningkatkan minat individu tersebut untuk melakukan suatu hal tertentu.

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan penelitian mengenai minat seseorang untuk menggunakan *e-money*:

- a) Saya akan mencoba menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi
- b) Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran
- c) Saya akan menggunakan *e-money* dalam jangka waktu yang panjang

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1. Sejarah Perusahaan Ovo**

Ovo merupakan layanan dompet digital (smart financial apps yang menawarkan berbagai transaksi di sejumlah mitra Ovo. Perusahaan ini merupakan besutan Grup Lippo yaitu LippoX. Ovo pertama kali diluncurkan pada Maret 2017 dan berada di bawah naungan PT Visionet Internasional. Pada awalnya Ovo menjalin kerjasama dengan perusahaan Lippo lainnya seperti Hypermart dan juga RS Siloam. Walau demikian Ovo memang dirancang untuk menjadi open platform.

Pada Mei 2018, Grup Lippo dan Tokyo Century telah membentuk serangkaian kemitraan di Indonesia termasuk investasi di OVO, di mana Tokyo Century menginvestasikan sekitar US\$120 juta. Pada bulan Juli 2018, OVO mengumumkan kemitraan strategis dengan beberapa perusahaan penting sekaligus di Indonesia. Perusahaan yang digandeng, antara lain Bank Mandiri, Alfamart, Grab, dan Moka. Kemitraan baru ini, bersama dengan kemitraan yang telah dijalin dengan jaringan Lippo, menjadikan OVO sebagai platform pembayaran dengan penerimaan terluas di Indonesia.

Untuk memperluas basis penggunanya, OVO juga mengumumkan kerja sama dengan platform belanja online Tokopedia pada bulan November. Tokopedia resmi menggandeng OVO sebagai digital payment pengganti Tokocash. OVO menambahkan 80 juta pengguna aktif bulanan Tokopedia ke dalam 60 juta basis pengguna OVO.



Berbagai kemitraan tersebut membuat pengguna Ovo meningkat drastis. Pada bulan Oktober dan November 2018, diklaim OVO bertumbuh dalam jumlah merchant dengan pangsa lebih dari 70 persen. “2018 menjadi tahun dengan perkembangan eksponensial bagi OVO. Berawal pilot project di wilayah Karawaci, kini OVO telah hadir pada 303 kota di Indonesia. Pencapaian ini menegaskan peran OVO sebagai solusi inklusi keuangan di mana saja. OVO telah menjangkau Sabang hingga Merauke dengan 77 persen pengguna OVO berada di luar Jabodetabek,” ungkap Director OVO, Harianto Gunawan beberapa waktu lalu.

## 4.2. Hasil Penelitian

### 4.2.1. Karakteristik Responden

Responden (sampel) dalam penelitian ini adalah pengguna ovo pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar (sebanyak 66 orang). Penentuan responden tersebut didasarkan pada data yang di peroleh dari mahasiswa STIE Nobel yang menggunakan ovo sebagai alat pemabayaran.

Terdapat 3 karakteristik responden dalam penelitian, yaitu bedasarkan jenis kelamin, dan jurusan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden seperti yang dijelaskan berikut ini :

#### 1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1. Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki – laki	37	56.1
Perempuan	29	42.4
<b>TOTAL</b>	66	100,0

Sumber : Data primer di olah 2020

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang berjumlah 66 orang, responden berjenis kelamin Laki – laki sebanyak 37 orang sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 29 orang. Hal ini membuktikan bahwa minat Laki-laki menggunakan *E-money* (Ovo) lebih banyak dibandingkan dengan perempuan karena pada saat penyebaran kuesioner responden laki-laki lebih banyak ditemui dibanding perempuan dan laki-laki lebih loyal terhadap penggunaan *e-money*.

## 2. Jurusan

Tabel 4.2. Jurusan

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Manajemen	45	68.2
Akuntansi	21	31.8
<b>TOTAL</b>	66	100.0

Sumber : Data primer di olah 2020

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang berjumlah 66 orang, responden yang dari jurusan manajemen sebanyak 39 orang dan responden yang dari jurusan akuntansi sebanyak 21 orang.

Hal ini membuktikan bahwa minat konsumen yang dari jurusan manajemen yang paling banyak menggunakan *e-money* (Ovo) di bandingkan dengan jurusan akuntansi, karena yang berkuliah di nobel lebih banyak mahasiswa manajemen dibandingkan jumlah mahasiswa akuntansi.

#### 4.2.2. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan secara lebih rinci. Dengan menggunakan SPSS, statistik deskriptif menjabarkan jawaban tentang responden dalam bentuk nilai minimum, nilai maximum, dan mean dari masing masing jawaban.

Nilai Minimum (min) menggambarkan skor minimum yang diberikan responden dan sebaliknya nilai maksimum (max) menggambarkan skor maximum yang diberikan oleh responden, nilai mean menggambarkan rata – rata skor yang diberikan responden dan standar deviation mendekati nol maka jawaban yang diberikan semakin homogeny begitupula sebaliknya.

**Tabel 4.3. Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN	66	3.25	5.00	294.00	4.4545	.40409
KEBERMANFAATAN	66	3.50	5.00	292.75	4.4356	.44357
KEPERCAYAAN	66	3.67	5.00	294.33	4.4596	.42068
KEAMANAN	66	3.33	5.00	301.33	4.5657	.44901
MINAT	66	3.25	5.00	299.75	4.5417	.39609
Valid N (listwise)	66					

Sumber : Data primer di olah spss versi 25

Dari data deskriptif statistik terlihat bahwa jawaban responden pada pertanyaan keamanan tertinggi sebesar 4.5657 yang menunjukkan responden menyatakan setuju bahwa keamanan yang paling dibutuhkan untuk penggunaan e-money (Ovo) Pernyataan ini di dukung dengan penggunaan e-money dan terus

bertambahnya konsumen e-money (Ovo). Sedangkan pada pernyataan kebermanfaatan dengan mean terendah yaitu 4.4356 ini di karenakan kebermanfaatan yang masih kurang dirasakan oleh kalangan mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar bagi pengguna e-money (Ovo).

#### **A. Analisis deskriptif tiap variabel**

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari 4 variabel X dan 1 variabel Y. Masing-masing variabel tersebut adalah kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan sebagai variabel independen (X) dan minat sebagai variabel dependen (Y). Untuk mengetahui hasil penelitian responden terhadap masing-masing pernyataan pada setiap variabel, maka jawaban kuesioner akan dideskripsikan setelah itu akan ditentukan nilai rata-rata dari setiap pernyataan variabel X1, X2, X3, X4 dan Y, kemudian setiap rata-rata skor tersebut diberi penilaian dengan skala likert. Adapun ketentuan pada opsi jawaban kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Nilai (1) : Sangat Tidak Setuju
2. Nilai (2) : Tidak Setuju
3. Nilai (3) : Netral
4. Nilai (4) : Setuju

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap 66 orang responden dengan melakukan penyebaran kuesioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap pernyataan masing-masing variabel

akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana terlihat pada uraian berikut:

### 1. Deskripsi Variabel Kemudahan

Tabel 4.4. Tanggapan responden mengenai variabel kemudahan

ITEM	PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.	Teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk dipelajari oleh saya	50	75.8%	12	18,2%	4	6,1%	0	0%	0	0%
2	Teknologi <i>e-money</i> dengan mudah mengerjakan apa yang saya inginkan	32	48.5%	24	36.4%	10	15,2%	0	0%	0	0%
3.	Teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya.	39	59,1%	24	36,4%	3	4,5%	0	0%	0	0%
4.	Secara keseluruhan teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.	20	30,3%	42	63,6%	4	6,1%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel kemudahan (X1) diatas, diketahui frekuensi terbesar untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 50 jawaban dengan presentase 75,8% yang terdapat pada item 1. Untuk opsi jawaban setuju (S) frekuensi terbesar berada pada item 4 sebesar 42 jawaban dengan persentase 63,6 %. Untuk opsi Netral (N) frekuensi terbesar terdapat pada item 2 dengan frekuensi sebesar 10 jawaban dan

dengan presentase sebesar 15,2%. Untuk jawaban tidak setuju (TS) frekuensi 0 dan dengan presentase 0%. Dan terakhir opsi jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan frekuensi 0 jawaban atau 0%.

## 2. Deskripsi Variabel Kebermanfaatan

Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai variabel Kebermanfaatan

ITEM	PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.	Dengan penggunaane- <i>money</i> saya dapat meningkatkan produktivitas.	26	39,4%	22	33,3%	18	27,3%	0	0%	0	0%
2	Dengan penggunaan <i>e-money</i> dapat Meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya	39	59,1%	26	39,4%	1	1,5%	0	0%	0	0%
3.	Dengan penggunaan <i>e-money</i> saya tidak perlu membuang buang waktu dalam berinteraksi	28	42,0%	31	47,0%	7	10,6%	0	0%	0	0%
4.	Penggunaan <i>e-money</i> sangat bermanfaat untuk kehidupan saya	49	74,2%	16	24,2%	1	1,5%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel kebermanfaatan (X2) diatas, diketahui frekuensi terbesar untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 49 jawaban dengan presentase 74,2 % yang terdapat pada item 4. Untuk opsi jawaban setuju (S) frekuensi terbesar berada pada

item 3 sebesar 31 jawaban dengan persentase 47,0%. Untuk opsi jawaban Netral (N) frekuensi terbesar berada pada item pertama yaitu item 1 dengan jawaban sebesar 18 dengan persentase 27,3%. Dan terakhir opsi jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan frekuensi 0 jawaban atau 0%.

### 3. Deskripsi Variabel Kepercayaan

Tabel 4.6. Tanggapan responden mengenai variabel Kepercayaan

ITEM	PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.	Saya dapat mengandalkan e-money sebagai alat pembayaran utama saya	36	54,5%	20	30,3%	10	15,2%	0	0%	0	0%
2	Menurut saya e-money dipercaya oleh banyak orang sehingga memiliki reputasi yang baik	38	57,6%	24	36,4%	4	6,1%	0	0%	0	0%
3.	Saya percaya e-money memiliki sistem keamanan yang baik	34	51,5%	29	43,9%	3	4,5%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel kepercayaan (X3) diatas, diketahui frekuensi terbesar untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 38 jawaban dengan presentase 57,6% yang terdapat pada item 2. Untuk opsi jawaban setuju (S) frekuensi terbesar berada pada item 3 sebesar 29 jawaban dengan persentase 43,9%. Untuk opsi jawaban netral (N)

frekuensi terbesar pada item 1 yaitu sebesar 10 jawaban responden dengan persentase sebesar 15,2%. Untuk opsi jawaban tidak setuju (TS) dengan frekuensi 0 dan presentase 0% atau tidak ada jawaban. Dan terakhir opsi jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan frekuensi 0 jawaban atau 0%.

#### 4. Deskripsi Variabel Keamananan

Tabel 4.7. Tanggapan responden mengenai variabel Keamanan

ITEM	PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.	Sayamerasa tidak khawatir memberikan informasi pribadi kepada e-money	56	84,8%	8	12,1%	1	1,5%	1	1,5%	0	0%
2	Saya percaya bahwa saya mendapat perlindungan pribadi dai e-money atas informasi yang saya berikan	39	59,1%	15	22,7%	12	18,2%	0	0%	0	0%
3.	Saya percaya menyimpan uang e- money karena uang saya terjamin saat bertransaksi	37	56,1%	24	36,4%	5	7,6%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel keamanan (X4) diatas, diketahui frekuensi terbesar untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 56 jawaban dengan presentase 84,8% yang terdapat pada item 1. Untuk opsi jawaban setuju (S) frekuensi terbesar berada pada item 3 sebesar 24 jawaban dengan persentase 36,4%. Untuk opsi jawaban netral (N)



frekuensi terbesar pada item 2 yaitu sebesar 12 jawaban responden dengan persentase sebesar 18,2%. Untuk opsi jawaban tidak setuju (TS) dengan frekuensi 1 dan presentase 1,5% pada item pertanyaan 1. Dan terakhir opsi jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan frekuensi 0 jawaban atau 0%.

## 5. Deskripsi Variabel Minat

Tabel 4.8. Tanggapan responden mengenai variabel Minat

ITEM	PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.	Saya akan mencoba menggunakan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran saat melakukan	35	53,0%	27	40,9%	4	6,1%	0	0%	0	0%
2	Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran	56	84,8%	5	7,6%	5	7,6%	0	0%	0	0%
3.	Saya akan menggunakan <i>e-money</i> dalam jangka waktu yang panjang	38	57,6%	20	30,3%	8	12,1%	0	0%	0	0%
4.	Saya sangat puas menggunakan <i>e-money</i> dan akan merekomendasikannya	35	53,0%	27	40,9%	4	6,1%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel Minat (Y) diatas, diketahui frekuensi terbesar untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 56 jawaban dengan presentase 84,8% yang terdapat pada item 2. Untuk opsi jawaban setuju (S) frekuensi terbesar berada pada

item 1 dan 4 sebesar 27 jawaban dengan persentase 40,9%. Untuk opsi jawaban netral (N) frekuensi terbesar pada item 3 yaitu sebesar 8 jawaban responden dengan persentase sebesar 12,1%. Untuk opsi jawaban tidak setuju (TS) dengan frekuensi 0 dan presentase 0 %. Dan terakhir opsi jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan frekuensi 0 jawaban atau 0%.

#### 4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Apabila seluruh instrument yang diujikan sesuai, maka instrument tersebut dikatakan valid (Ferdinand, 2006). Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- 1) Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelatuon Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (*P Value*)  $>$  nilai batas maka item dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Uji Validitas

Variabel	Butir	Nilai r Hitung	Nilai Batas	Status
Kemudahan	X1.1	0,421	0,220	Valid
	X1.2	0,281	0,220	Valid
	X1.3	0,296	0,220	Valid

	X1.4	0,666	0,220	Valid
<b>Kebermanfaatan</b>	X2.1	0,299	0,220	Valid
	X2.2	0,393	0,220	Valid
	X2.3	1	0,220	Valid
	X2.4	0,422	0,220	Valid
<b>Kepercayaan</b>	X3.1	0,676	0,220	Valid
	X3.2	0,598	0,220	Valid
	X3.3	0,669	0,220	Valid
<b>Kemananan</b>	X4.1	0,364	0,220	Valid
	X4.2	0,634	0,220	Valid
	X4.3	0,628	0,220	Valid
<b>Minat</b>	Y.1	0,710	0,220	Valid
	Y.2	0,548	0,220	Valid
	Y.3	0,633	0,220	Valid
	Y.4	0,631	0,220	Valid

Sumber : data diolah 2020

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan program SPSS. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha  $\alpha > 0,60$ .

Tabel 4.10. Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	R tabel	Ket
Kemudahan (X1)	0,655	0,60	Reliabel
Kebermanfaatan (X2)	0,652	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,602	0,60	Reliabel
Keamanan(X4)	0,620	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,693	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2020

#### 4.2.4. Analisis Regresi Berganda

Teknik regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Hasil uji regresi linear berganda terhadap kedua variabel independen yaitu Produk dan Harga dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut.:

Tabel 4.11 Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Status
Konstanta (a)	1.251	2.999	0.004	Signifikan
Kemudahan	0.029	2.327	0.045	Signifikan
Kebermanfaatan	0.017	3.190	0.000	Signifikan
Kepercayaan	0.722	5.368	0.000	Signifikan
Keamanan	0.027	2.227	0.021	Signifikan

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diatas mengenai hasil olahan data regresi dengan menggunakan SPSS versi 25 maka akan disajikan persamaan regresi yaitu :

$$Y = 1,251 + 0,029 X_1 + 0,017X_2 + 0,722X_3 + 0,027X_4$$

Dari hasil regresi pada tabel 4.11 maka dapat disajikan penjelasan dari persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$\alpha = 1,251$  yang diartikan bahwa dengan adanya variabel X1,X2,X3 dan X4 maka akan dapat mengurangi dan meningkatkan minat pelanggan.

- X1 koefisien regresi bertanda positif yakni sebesar 0,029 yang berarti kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat. Artinya berarti setiap kenaikan kemudahan sebesar 0,029 maka minat meningkat sebesar 0,029.
- X2 koefisien regresi bertanda positif yakni sebesar 0,017 yang berarti kebermanfaatab memiliki pengaruh positif terhadap minat. Artinya berarti setiap kenaikan kebermanfaatan sebesar 0,017 maka minat juga meningkat sebesar 0,017.
- X3 koefisien regresi bertanda positif yakni sebesar 0,722 yang berarti kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat. Artinya berarti setiap kenaikan kepercayaan sebesar 0,722 maka minat juga meningkat sebesar 0,722.
- X4 koefisien regresi bertanda positif yakni sebesar 0,027 yang berarti keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat. Artinya berarti setiap kenaikan keamanan sebesar 0,027 maka minat juga meningkat sebesar 0,027.

#### **4.2.5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mampu memberikan informasi mengenai variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan. Apabila  $R^2$  mendekati angka

satu berarti terdapat hubungan yang kuat. Nilai  $R^2$  yang diperoleh dijelaskan pada tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.12 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 <sup>a</sup>	.627	.602	.24973

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel 4.12 diatas dapat terlihat bahwa besarnya nilai R square adalah 0,627 ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kemudahan,kebermanfaatan,kepercayaan dan keamanan terhadap minat adalah sebesar 62,7% sedangkan sisanya sebesar 38,3% variasi minat dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini yang tidak diteliti.

## 4.2.6. Uji Hipotesis

### 4.2.6.1. Uji t (Parsial)

Tabel 4.13  
Analisis Regresi Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.251	.417		2.999	.004
	KEMUDAHAN	.029	.089	.030	2.327	.045
	KEBERMANFAATAN	.017	.090	.019	3.190	.000
	KEPERCAYAAN	.722	.135	.767	5.368	.000
	KEAMANAN	.027	.118	.030	2.227	.021

Sumber : Data primer diolah 2020

## 1. Kemudahan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa “Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar”.

Hipotesis pertama diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis pertama dengan uji analisis regresi berganda mendapatkan hasil seperti pada tabel 4.7

Hipotesis Pertama diterima karena Kemudahan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $2.327 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,045 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis pertama, **diterima.**

## 2. Kebermanfaatan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa “Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.” Hipotesis kedua diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis kedua dengan uji analisis regresi berganda mendapatkan hasil seperti pada tabel 4.7.

Hipotesis kedua diterima karena kebermanfaatan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $3,190 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima.**

### 3. Kepercayaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa “Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.” Hipotesis kedua diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis ketiga dengan uji analisis regresi berganda mendapatkan hasil seperti pada tabel 4.7.

Hipotesis ketiga diterima karena kepercayaan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $5,368 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**.

### 4. Keamanan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa “Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.” Hipotesis kedua diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis keempat dengan uji analisis regresi berganda mendapatkan hasil seperti pada tabel 4.7.

Hipotesis keempat diterima karena keamanan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $2,227 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,021 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**.



#### 4.2.6.2. Uji F (Simultan)

Uji potesis yang kelima adalah “Persepsi kemudahan, kebermanfaatan,kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan *e-money* oleh Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar. ”. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda atau Uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.14 Uji simultan  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.394	4	1.598	25.630	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.804	61	.062		
	Total	10.198	65			

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 25.360 dengan signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ) dan F hitung lebih besar dari f tabel yaitu ( $79.431 > 1,136$ ) yang mana f tabel di dapatkan dengan menggunakan rumus excel =finv(prob,df1,df2) sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel independen yaitu kemudahan,kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan secara bersama-sama akan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* (ovo) pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar”. **Diterima.**

### 4.3. Pembahasan

#### 4.3.1. Pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

Hipotesis Pertama diterima karena Kemudahan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $2.327 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,045 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis pertama, **diterima.**

Artinya mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar menggunakan ovo merasakan kemudahan yang diberikan oleh pihak ovo itu sendiri, seperti kemudahan penggunaan, kemudahan dalam berbelanja dan mahasiswa dapat menggunakan e-money (ovo) dimana saja dan kapan saja sebagai alat pembayaran dan banyaknya potongan-potongan yang diberikan. Itulah alasan mengapa e-money (ovo) sangat banyak diminati oleh konsumen termasuk mahasiswa, karena memiliki banyak keunggulan dan kelebihan dibanding pesaingnya. Selain itu tempat untuk melakukan pembelian ovo sudah menyebar hingga ke pelosok, sehingga jika ingin melakukan pembelian sangat mudah di dapatkan dan dengan kemudahan itu membuat konsumen loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh ovo salah satunya adalah *cashback* yang di dapatkan.

Diperkuat dengan pengertian dari Persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha (Davis, 1989). Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan (Wibowo, 2015). Hal tersebut sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwafi dan Magnadi, 2016), yang mengungkapkan jika sebuah layanan ternyata lebih rumit dibandingkan dengan manfaat yang didapat maka pelanggan akan memutuskan lebih memilih melakukan transaksi secara konvensional atau tidak lagi menggunakan teknologi tersebut. Itulah alasan mengapa e-money (ovo) sangat banyak diminati oleh konsumen termasuk mahasiswa, karena memiliki banyak keunggulan dan kelebihan dibanding pesaingnya. Selain itu tempat untuk melakukan pembelian ovo sudah menyebar hingga ke pelosok, sehingga jika ingin melakukan pembelian sangat mudah di dapatkan dan dengan kemudahan itu membuat konsumen loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh ovo salah satunya adalah cashback yang di dapatkan.

Berdasarkan fakta dilapangan responden menyatakan bahwa Teknologi e-money sangat mudah untuk dipelajari oleh konsumen artinya ovo memberikan kemudahan dalam pemakaian teknologinya sehingga banyak yang menggunakannya dan tidak merasa kesulitan saat mengaplikasikannya sehingga dapat mengefektifkan waktu pengguna. Namun dari segi kekurangan customer masih merasa bahwa Teknologi e-money dengan mudah mengerjakan apa yang saya inginkan responden masih merasa kurang setuju, karena tidak semua dapat di bayar menggunakan ovo.

#### 4.3.2. Pengaruh kebermanfaatan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

Dalam penelitian ini bermaksud untuk menganalisis Pengaruh kebermanfaatan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

Hipotesis kedua diterima karena kebermanfaatan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $3,190 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df}1)$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**

Itulah alasan mengapa e-money (ovo) sangat banyak diminati oleh konsumen termasuk mahasiswa, karena memberikan kebermanfaatan bagi pengguna seperti dapat menefektifkan dan mengefisienkan waktu bagi pengguna dalam berbayar dan memberikan penawaran yang banyak untuk penggunaannya.

Persepsi kebermanfaatan merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut (Tjini & Baridwan, 2012). Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibanding saat tidak menggunakan teknologi baru tersebut (Wibowo, Rosmauli, & Suhud, 2015). Sehingga persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunaannya (Nurmalasari, 2018).

Berdasarkan fakta dilapangan responden menyatakan bahwa Penggunaan e money sangat bermanfaat untuk kehidupan responden artinya ovo memberikan

manfaat dalam pemakaian teknologi nya sehingga responden merasa terbantu dalam menggunakannya dan merasa puas akan manfaat yang diberikan. Namun masih terdapat kekurangan pada pernyataan tentang ovo yaitu dengan penggunaan e-money saya dapat meningkatkan produktivitas, responden masih merasa kurang terbantu dalam penggunaan ovo.

#### **4.3.3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.**

Dalam penelitian ini bermaksud untuk menganalisis Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

Hipotesis ketiga diterima karena kepercayaan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar ( $5,368 > 0,678$ ) artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**.

Itulah alasan mengapa e-money (ovo) sangat banyak diminati oleh konsumen termasuk mahasiswa, karena mahasiswa percaya dalam menggunakan ovo dibanding pesaingnya. Selain itu untuk bertransaksi ovo dapat dipercaya karena dapat menjaga privasi dan uang pengguna.

Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator wilayah psikologis dimana kondisinya ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dapat meyakini kehandalan dan keintegritasan pihak yang lain (Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak (Tjini

& Baridwan, 2012). Kepercayaan (trust) tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Jika suatu kepercayaan dapat terjadi di antara kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini nasabah. Jika seorang konsumen dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah sistem baik, maka konsumen akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya (Saputro & Sukirno, 2013).

Berdasarkan fakta dilapangan responden menyatakan menurut saya e-money dipercaya oleh banyak orang sehingga memiliki reputasi yang baik untuk digunakan oleh responden artinya ovo memberikan pelayanan yang dapat di percaya dan belum ada masalah sampai saat ini sehingga responden tidak takut dalam bertransaksi menggunakan e-money. Namun dalam segi kekurangan responden masih kurang setuju dengan pernyataan bahwa responden dapat mengandalkan e-money sebagai alat pembayaran utama karena masih banyak pihak yang belum bekerjasama dengan ovo.

#### **4.3.4. Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.**

Dalam penelitian ini bermaksud untuk menganalisis Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar.

Hipotesis keempat diterima karena keamanan memiliki koefisien bernilai positif dan mempunyai nilai t hitung sebesar ( $2,227 > 0,678$ ) artinya t hitung lebih

besar dari  $t$  tabel yang di dapatkan Dari excel dengan rumus  $=\text{tinv}(\text{prob},\text{df1})$ . Dan nilai signifikansi sebesar  $(0,021 < 0,05)$ . Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**.

Itulah alasan mengapa e-money (ovo) sangat banyak diminati oleh konsumen termasuk mahasiswa, karena memiliki kewanaman yang kuat dibanding pesaingnya. Selain itu kewanaman dalam penggunaan ovo di jamin kerahasiaannya dan uang kita terjaga dengan baik apabila pengguna menyimpan di dalam e-money (ovo) dibanding dengan uang tunai, sehingga rawan dari tindak kejahatan.

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko- risiko yang terjadi (Afghani & Yulianti, 2017). Kemudian, jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah & Djawoto, 2017). Dapat diambil kesimpulan dari uraian diatas bahwa tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-money*.

Berdasarkan fakta dilapangan responden menyatakan menurut responden mereka tidak khawatir memberikan informasi pribadi kepada e-money untuk digunakan oleh responden dalam mengaktifkan e-money (ovo) artinya ovo memberikan keamanan untuk privasi pelanggan dan dapat di percaya dan belum ada masalah sampai saat ini sehingga responden tidak takut dalam bertransaksi menggunakan e-money. Namun masih terdapat kekurangan yang di rasakan responden karena kurang setuju terhadap pernyataan tentang responden percaya

bahwa mereka mendapat perlindungan pribadi dari e-money atas informasi yang di berikan karena masih terjadinya beberapa kebocoran privasi yang marak dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Maka pengajuan hipotesis pertama, **diterima**.
2. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Maka pengajuan hipotesis kedua, **diterima**
3. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Maka pengajuan hipotesis ketiga, **diterima**.
4. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Maka pengajuan hipotesis keempat, **diterima**.
5. Kemudahan,kebermanfaatan,kerpercayaan dan Keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap penggunaan e-money pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Maka pengajuan hipotesis kelima, **diterima**.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Bagi Perusahaan**

Perusahaan Ovo sebaiknya meningkatkan produk terutama pada kualitas kepercayaan, keamanan, kemudahan bagi pengguna dan dapat dijangkau kapanpun dan dimanapun agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan daya minat masyarakat. Dan untuk faktor diskon dan cashabck sebaiknya perusahaan memberikan harga yang relative lebih murah dan dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat dan mengadakan berbagai promo untuk meningkatkan daya beli. Dan meningkatkan kemudahan dan kebermanfaatannya seperti efektivitas dan kemudahan untuk kehidupan sehari-hari sehingga memebrikan manfaat untuk pengguna.

### **5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Kepada pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut disarankan untuk menambahkan factor – factor lain dan bukti fisik sebagai variabel independen.

Bagi peneliti selanjutnya dapat diarahkan perluasan sampel dalam mengelolah data dan mengingat penulis dalam penelitian ini menggunakan tempat dan sampel yang terbatas dan metod penelitian dapat diarahkan pada metode survey sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan keadaan sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Tokodan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal of Management Vol.5 No.2*, 1-15.
- Azuar et al, 2014. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–34.
- BI. (2006). *Kajian Operasional E-Money*. Laporan Kajian Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2018). Retrieved Maret 3, 2018, from <http://www.bi.go.id>
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009-Uang Elektronik (Electronic Money). Bank Indonesia. Retrieved from [http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi\\_111209.aspx](http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_111209.aspx)
- Candraditya, H. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk FlazzBCA di Fakultas Ekonomik dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2, 1–11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Citra, A. A. (2017). *Aplikasi Theory of Planned Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Moderasi pada Niat Menggunakan Uang Elektronik*. Gadjah Mada University.
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Results. Dissertation. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction*, 13(3), 319–340.
- Diana, N. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY DI INDONESIA.
- Dias, J. (2001). *Digital Money: Review of Literature and Simulation of Welfare*

- Firdaus, M. R. (2018). E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Tahkim*, 14(1). <https://doi.org/10.33477/thk.v14i1.613>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Kajian Operasional Emoney*. Retrieved from <http://www.bi.go.id>
- Improvement of This Technological Advance.*
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro: Edisi Asia*. Biro Bahasa Alkemis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing* Vol. 58, 20-38.
- Ndruru, R. E., Situmorang, M., & Taringan, G. (2014). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Hasil Produksi Padidi Deli Serdang. *Saintia Matematika* Vol. 2 No. 1, 71-83.
- Nurmalasari, A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 26 No. 1, 76-88.
- Permana, P. (2015). *Analisis Struktur Industri Bisnis Uang Elektronik (Electronic Money) di Indonesia*. UGM.
- Pohan, A. (2011). *Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 6 No. 2, 1-7.
- Saputro, B. D., & Sukirno, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA.
- Suryabrata, S. (1973). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV Rajawali.
- Tjini, S. S., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Tuckman, B. W. (1972). *Conducting Educational Research*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Verhagen, T., & Dolen, W. V. (2007). Explaining Online Purchase Intentions: A Multi-Channel Store Image Perspective. *Serie Research Memoranda No. 8*.
- Warjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel dan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol. 16 No. 1*, 122-131.
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Research Gate*, 2.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuter Lini di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 6 No. 1*, 440-456.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

## LAMPIRAN 1

### Kuisisioner Penelitian

#### ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan  
e-money Pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar

I. Identitas Responden :

Nama :

NIM :

Fakultas/Jurusan :

II. Petunjuk pengisian

1. Kuisisioner ini berisi pernyataan- pernyataan yang berhubungan dengan intensitas, niat serta dorongan mahasiswa dalam minat penggunaan *e-money*
2. Responden hanya perlu memilih dengan cara mencentang skala yang diberikandari angka 1 sampai dengan 5. Angka 1 menunjukkan bahwa responden “Sangat Tidak Setuju”, angka 2 “TidakSetuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Setuju”, serta angka 5 “Sangat Setuju” atas pernyataan yang diberikan, semakin besar skala dalam kuisisioner ini menunjukkan tingkat persetujuan respon atas pernyataan yang di berikan.

### III. Pengisian Kuesioner

#### Persepsi Kemudahan

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk dipelajari oleh saya					
Teknologi <i>e-money</i> dengan mudah mengerjakan apa yang saya inginkan					
Teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan saya					
Secara keseluruhan teknologi <i>e-money</i> sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari					

#### Persepsi Kebermanfaatan

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Dengan penggunaan <i>e-money</i> saya dapat meningkatkan produktivitas					
Dengan penggunaan <i>e-money</i> dapat Meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya					
Dengan penggunaan <i>e-money</i> saya tidak perlu membuang waktu dalam berinteraksi					
Penggunaan <i>e-money</i> sangat bermanfaat untuk kehidupan saya					

#### Kepercayaan

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya dapat mengandalkan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran utama saya					
Menurut saya <i>e-money</i> dipercaya oleh banyak orang sehingga memiliki reputasi yang baik					
Saya percaya <i>e-money</i> memiliki sistem keamanan yang baik					

### Keamanan

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya merasa tidak khawatir memberikan informasi pribadi kepada e-money					
Saya percaya bahwa saya mendapat perlindungan pribadi dari e-money atas informasi yang saya berikan					
Saya percaya menyimpan uang e-money karena uang saya terjamin saat bertransaksi					

### Minat

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya akan mencoba menggunakan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi					
Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran					
Saya akan menggunakan <i>e-money</i> dalam jangka waktu yang panjang					
Saya sangat puas menggunakan e-money dan akan merekomendasikannya					



NO	Data Responden		Kemudahan				Kebermanfaatan				Kepercayaan			Keamanan			Minat				
	JK	Jurusan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	
1	PEREMPUAN	Akuntansi	5	5	3	4	5	4	3	5	3	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5
2	PEREMPUAN	Manajemen	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4
3	LAKI -LAKI	Manajemen	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	PEREMPUAN	Akuntansi	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	PEREMPUAN	Manajemen	4	5	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4
6	PEREMPUAN	Manajemen	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
7	LAKI -LAKI	Manajemen	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	LAKI -LAKI	Akuntansi	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
9	LAKI -LAKI	Akuntansi	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
10	LAKI -LAKI	Manajemen	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
11	LAKI -LAKI	Manajemen	5	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	5	4	4
12	LAKI -LAKI	Manajemen	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4
13	LAKI -LAKI	Manajemen	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
14	LAKI -LAKI	Manajemen	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	PEREMPUAN	Akuntansi	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
16	LAKI -LAKI	Manajemen	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
17	PEREMPUAN	Akuntansi	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
18	LAKI -LAKI	Manajemen	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
19	LAKI -LAKI	Akuntansi	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
20	LAKI -LAKI	Manajemen	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
21	LAKI -LAKI	Akuntansi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	PEREMPUAN	Manajemen	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
23	LAKI -LAKI	Manajemen	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
24	LAKI -LAKI	Manajemen	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5





L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N

## Frequencies

		Statistics	
		Jenis kelamin	Jurusan
N	Valid	66	66
	Missing	0	0

## Frequency Table

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	LAKI -LA	37	56.1	56.1	57.6
	PEREMPUA	29	42.4	42.4	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

		Jurusan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akuntans	21	31.8	31.8	31.8
	Manajeme	45	68.2	68.2	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

## Frequencies

		Statistics				
		Kemudahan	Kemudahan	Kemudahan	Kemudahan	Kebermanfaatan
N	Valid	66	66	66	66	66
	Missing	0	0	0	0	0

		Statistics				
		Kebermanfaatan	Kebermanfaatan	Kebermanfaatan	Kepercayaan	Kepercayaan
N	Valid	66	66	66	66	66

Missing	0	0	0	0	0
---------	---	---	---	---	---

### Statistics

		Kepercayaan	Keamanan	Keamanan	Keamanan	Minat	Minat
N	Valid	66	66	66	66	66	66
	Missing	0	0	0	0	0	0

### Statistics

		Minat	Minat
N	Valid	66	66
	Missing	0	0

## Frequency Table

		Kemudahan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	3.00	4	6.1	6.1	6.1
	4.00	12	18.2	18.2	24.2
	5.00	50	75.8	75.8	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

		Kemudahan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	3.00	10	15.2	15.2	15.2
	4.00	24	36.4	36.4	51.5
	5.00	32	48.5	48.5	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

		Kemudahan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	3.00	3	4.5	4.5	4.5
	4.00	24	36.4	36.4	40.9
	5.00	39	59.1	59.1	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.1	6.1	6.1
	4.00	42	63.6	63.6	69.7
	5.00	20	30.3	30.3	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kebermanfaatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	27.3	27.3	27.3
	4.00	22	33.3	33.3	60.6
	5.00	26	39.4	39.4	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kebermanfaatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.5	1.5	1.5
	4.00	26	39.4	39.4	40.9
	5.00	39	59.1	59.1	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kebermanfaatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	10.6	10.6	10.6
	4.00	31	47.0	47.0	57.6
	5.00	28	42.4	42.4	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kebermanfaatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	3.00	1	1.5	1.5	1.5
	4.00	16	24.2	24.2	25.8
	5.00	49	74.2	74.2	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	15.2	15.2	15.2
	4.00	20	30.3	30.3	45.5
	5.00	36	54.5	54.5	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.1	6.1	6.1
	4.00	24	36.4	36.4	42.4
	5.00	38	57.6	57.6	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	4.5	4.5	4.5
	4.00	29	43.9	43.9	48.5
	5.00	34	51.5	51.5	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.5	1.5	1.5
	3.00	1	1.5	1.5	3.0
	4.00	8	12.1	12.1	15.2
	5.00	56	84.8	84.8	100.0



Total	66	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

### Keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	18.2	18.2	18.2
	4.00	15	22.7	22.7	40.9
	5.00	39	59.1	59.1	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	7.6	7.6	7.6
	4.00	24	36.4	36.4	43.9
	5.00	37	56.1	56.1	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Minat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.1	6.1	6.1
	4.00	27	40.9	40.9	47.0
	5.00	35	53.0	53.0	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

### Minat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	7.6	7.6	7.6
	4.00	5	7.6	7.6	15.2
	5.00	56	84.8	84.8	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

		Minat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	12.1	12.1	12.1
	4.00	20	30.3	30.3	42.4
	5.00	38	57.6	57.6	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

		Minat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.1	6.1	6.1
	4.00	27	40.9	40.9	47.0
	5.00	35	53.0	53.0	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

## Correlations

		Correlations			
		Kemudahan	Kemudahan	Kemudahan	Kemudahan
Kemudahan	Pearson Correlation	1	.169	.492**	.421**
	Sig. (2-tailed)		.174	.000	.000
	N	66	66	66	66
Kemudahan	Pearson Correlation	.169	1	.036	.139
	Sig. (2-tailed)	.174		.775	.266
	N	66	66	66	66
Kemudahan	Pearson Correlation	.492**	.036	1	.296*
	Sig. (2-tailed)	.000	.775		.016
	N	66	66	66	66
Kemudahan	Pearson Correlation	.421**	.139	.296*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.266	.016	
	N	66	66	66	66
KEMUDAHAN	Pearson Correlation	.760**	.573**	.658**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	66	66	66	66

## Correlations

### Correlations

		Kebermanfaatan	Kebermanfaatan	Kebermanfaatan
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	1	.623**	.299*
	Sig. (2-tailed)		.000	.015
	N	66	66	66
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	.623**	1	.393**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	66	66	66
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	.299*	.393**	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.001	
	N	66	66	66
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	.007	.264*	.422**
	Sig. (2-tailed)	.955	.032	.000
	N	66	66	66
KEBERMANFAATAN	Pearson Correlation	.757**	.801**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	66	66	66

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

		Kepercayaan	Kepercayaan	Kepercayaan	KEPERCAYAAN
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	.020	.169	.676**
	Sig. (2-tailed)		.870	.175	.000
	N	66	66	66	66
Kepercayaan	Pearson Correlation	.020	1	.215	.598**
	Sig. (2-tailed)	.870		.084	.000
	N	66	66	66	66
Kepercayaan	Pearson Correlation	.169	.215	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.175	.084		.000
	N	66	66	66	66
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.676**	.598**	.669**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	66	66	66	66

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

## Correlations

		Correlations			
		Keamanan	Keamanan	Keamanan	KEPERCAYAAN
Keamanan	Pearson Correlation	1	.122	.285*	.364**
	Sig. (2-tailed)		.328	.020	.003
	N	66	66	66	66
Keamanan	Pearson Correlation	.122	1	.212	.634**
	Sig. (2-tailed)	.328		.087	.000
	N	66	66	66	66
Keamanan	Pearson Correlation	.285*	.212	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	.020	.087		.000
	N	66	66	66	66
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.364**	.634**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	
	N	66	66	66	66

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## CORRELATIONS

		Correlations				
		Minat	Minat	Minat	Minat	MINAT
Minat	Pearson Correlation	1	.133	.388**	.263*	.710**
	Sig. (2-tailed)		.289	.001	.033	.000
	N	66	66	66	66	66
Minat	Pearson Correlation	.133	1	.031	.307*	.548**
	Sig. (2-tailed)	.289		.805	.012	.000
	N	66	66	66	66	66
Minat	Pearson Correlation	.388**	.031	1	.068	.633**
	Sig. (2-tailed)	.001	.805		.588	.000
	N	66	66	66	66	66
Minat	Pearson Correlation	.263*	.307*	.068	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.033	.012	.588		.000
	N	66	66	66	66	66

MINAT	Pearson Correlation	.710**	.548**	.633**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	66	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	66	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	66	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	3

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	66	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	3

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	66	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	4

## Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, KEPERCAYAAN b	.	Enter

a. Dependent Variable: MINAT

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 <sup>a</sup>	.627	.602	.24973

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, KEPERCAYAAN

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.394	4	1.598	25.630	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.804	61	.062		
	Total	10.198	65			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, KEPERCAYAAN

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.251	.417		2.999	.004
	KEMUDAHAN	.029	.089	.030	2.327	.045
	KEBERMANFAATAN	.017	.090	.019	3.190	.000
	KEPERCAYAAN	.722	.135	.767	5.368	.000
	KEAMANAN	.027	.118	.030	2.227	.021

a. Dependent Variable: MINAT

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KEMUDAHAN	.738	1.354
	KEBERMANFAATAN	.601	1.663
	KEPERCAYAAN	.299	3.341
	KEAMANAN	.342	2.923



a. Dependent Variable: MINAT

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions	
					KEMUDAHAN	KEBERMANFA ATAN
1	1	4.982	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	25.797	.05	.26	.04
	3	.005	31.572	.34	.03	.76
	4	.004	36.534	.61	.71	.14
	5	.002	55.395	.00	.00	.06

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Variance Proportions	
		KEPERCAYAAN	KEAMANAN
1	1	.00	.00
	2	.07	.15
	3	.00	.01
	4	.01	.03
	5	.92	.81

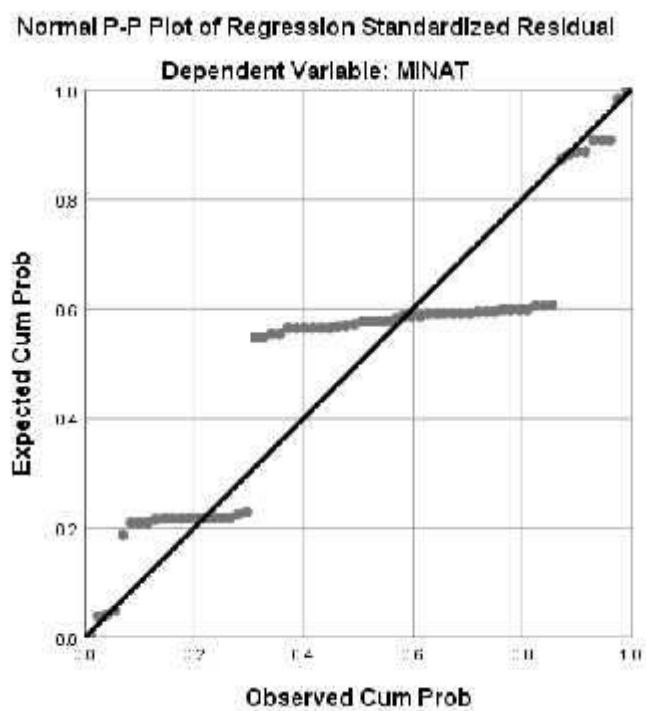
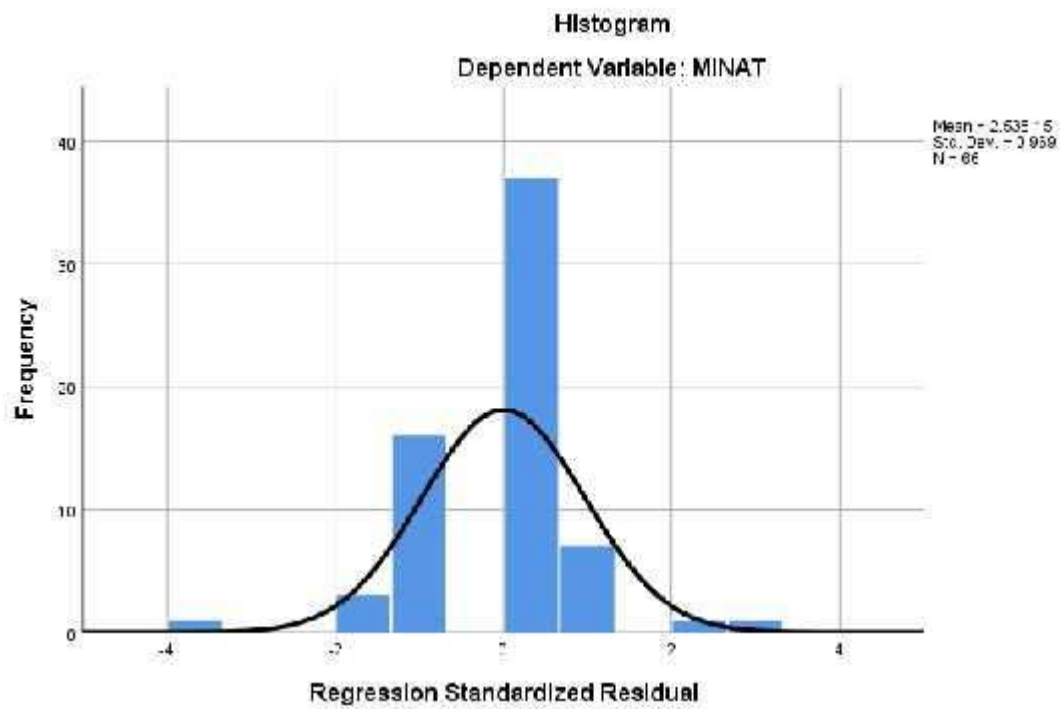
a. Dependent Variable: MINAT

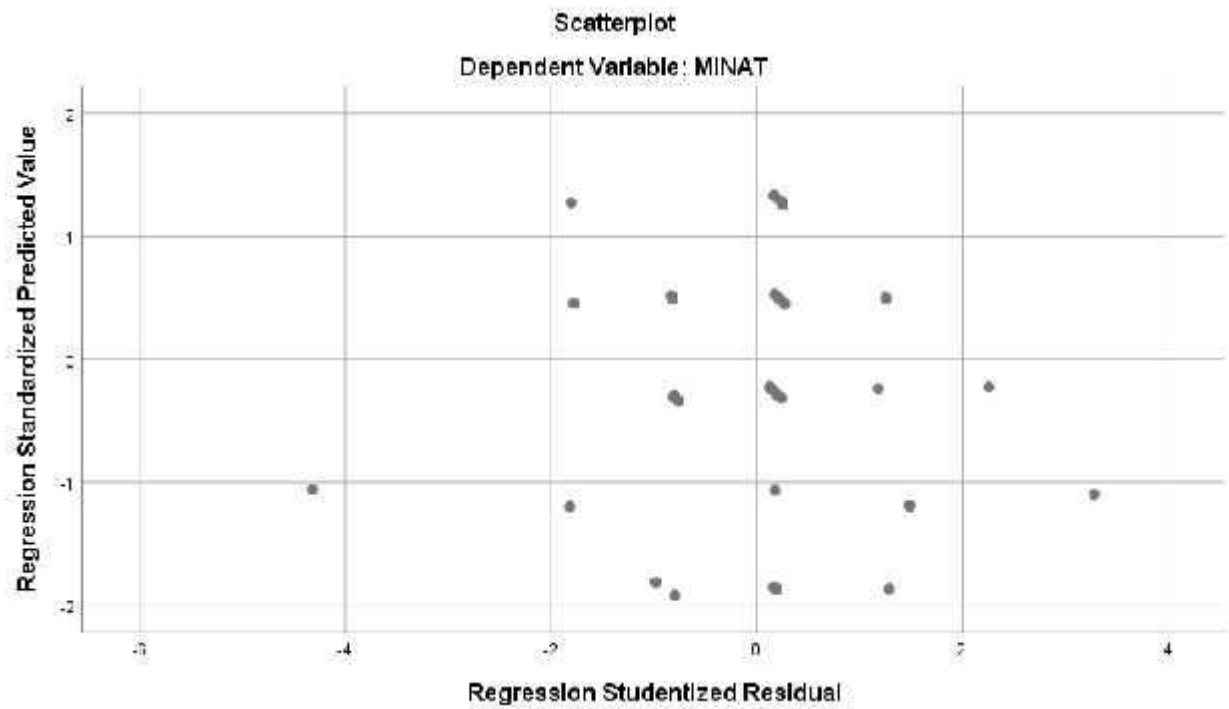
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.9389	4.9593	4.5417	.31363	66
Std. Predicted Value	-1.922	1.332	.000	1.000	66
Standard Error of Predicted Value	.038	.115	.066	.019	66
Adjusted Predicted Value	3.8978	4.9598	4.5410	.31559	66
Residual	-.95841	.80275	.00000	.24192	66
Std. Residual	-3.838	3.215	.000	.969	66
Stud. Residual	-4.319	3.283	.001	1.034	66
Deleted Residual	-1.21362	.83711	.00071	.27654	66
Stud. Deleted Residual	-5.140	3.588	-.006	1.111	66
Mahal. Distance	.496	12.684	3.939	3.075	66
Cook's Distance	.000	.993	.031	.125	66
Centered Leverage Value	.008	.195	.061	.047	66

a. Dependent Variable: MINAT

## Charts





### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN	66	3.25	5.00	294.00	4.4545	.40409
KEBERMANFAATAN	66	3.50	5.00	292.75	4.4356	.44357
KEPERCAYAAN	66	3.67	5.00	294.33	4.4596	.42068
KEAMANAN	66	3.33	5.00	301.33	4.5657	.44901
MINAT	66	3.25	5.00	299.75	4.5417	.39609
Valid N (listwise)	66					