
PERSEPSI MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *E-MONEY*

Adi Firman Ramadhan¹⁾

Andrian Budi Prasetyo²⁾

Lala Irviana³⁾

UNDIP Semarang

Email: adi.firman@live.undp.ac.id¹⁾

Kata kunci:
E-money, persepsi manfaat, persepsi mudah digunakan, persepsi keamanan dan risiko, Minat penggunaan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-money* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Berdasarkan model penerimaan pasca IS (TAM) yang mempertimbangkan faktor-faktor yang diketahui, fokus adalah untuk mempelajari pengaruh persepsi manfaat, persepsi mudah digunakan, dan persepsi keamanan dan risiko. 243 kuesioner yang telah diisidikumpulkan dan dianalisis untuk memeriksa tiga hipotesis yang terkait dengan model. Data yang terkumpul kemudian dianalisis pada tiga tingkat. Pertama, statistik deskriptif dihitung untuk mendapatkan gambaran umum karakteristik sampel. Kedua, korelasi bivariat antar variabel dianalisis berkenaan dengan korelasi antara skala variabel dan variabel mediator. Tahap akhir analisis menggunakan analisis regresi untuk mengidentifikasi keberadaan asosiasi dan hubungan antara variabel dependen dan independen. Akhirnya, temuan menunjukkan bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan

Keywords:
E-money, Perceived benefit, Perceived easy of use, Perceived security and risk, Interest of use.

Abstract

The objective of this study is to analyze factors that influence the interest to use *e-money* among students of Economics and Business Faculty Diponegoro University. Based on an existing IS post acceptance model (TAM) which considers well known factors, the focus is on studying the influence of benefit perception, easy of use perception, and security and risk perception. 243 filled questionnaires were collected and analyzed to check three hypotheses related to the model. The collected data then analyzed at three levels. First, descriptive statistics are calculated in order to obtain an overview of the characteristics of the sample. Second, bivariate correlations between variables are analyzed with respect to the correlation between scales of variables and mediator variables. The final stage of the analysis uses a regression analysis in order to identify the eventual existence of association and relationship between the dependent and independent variables. Finally, the findings show that easy of use perception and security and risk perception are significantly influence interest of use. However, the research shows that benefit perception does not significant influence interest of use

Pendahuluan

E-money sudah dikenal oleh masyarakat sejak tahun 2007 dan dipelopori oleh Bank Central Asia (BCA) melalui produknya Flazz BCA. Perkembangan *e-money* sejak saat itu cukup menggembirakan, terbukti beberapa bank seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Mega, dan Bank DKI turut serta meluncurkan produk *e-money*. Selain itu, provider telekomunikasi seperti telkomsel pun turut menyediakan fasilitas *e-money* berupa t-cash. Akan tetapi, perkembangan pengguna *e-money* tidak sepesat dengan perkembangan penyedia produk *e-money*. Berdasarkan data dari Bank Indonesia perkembangan volume dan nilai penggunaan *e-money* sangat berkembang pesat ditahun 2015 (volume 2,5kali di tahun 2014 dan nilai 1,14 kali di tahun 2014). Sedangkan perkembangan jumlah instrumen dari pengguna *e-money* jauh lebih fantastis yakni mencapai 12,35 kali dari tahun 2014.

Tabel 1
Volume, Nilai, dan Jumlah Instrumen *E-money*

Periode	Volume	Nilai	Jumlah Instrumen
2008	2.560.591	76.675	430.801
2009	17.436.631	519.213	3.016.272
2010	26.541.982	693.467	7.914.018
2011	41.060.149	981.297	14.299.726
2012	100.623.916	1.971.550	21.869.946

Periode	Volume	Nilai	Jumlah Instrumen
2013	137.900.779	2.907.432	36.225.373
2014	203.369.990	3.319.556	35.738.233
2015	510.016.000	5.029.644	441.420.931
2016*	41.300.860	387.404	35.084.652

*2016 data sampai bulan Januari 2016
Sumber: Bank Indonesia (bi.go.id/statistik)

Beberapa universitas di Indonesia telah menerapkan penggunaan *e-money* untuk transaksi ekonomi yang terjadi di dalam kampus seperti: penggunaan *e-money* di kantin kampus. Universitas Indonesia telah menerapkan penggunaan *e-money* di kantin kampus sejak tahun 2013, sedangkan Fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro (FEB Undip) telah lama menggunakan kartu Flazz BCA sebagai kartu mahasiswa dan kartu kepegawaian yang merupakan salah satu kartu *e-money* di Indonesia. Akan tetapi, di lingkungan FEB Undip sendiri *e-money* hanya digunakan sebagai kartu identitas dan kartu hadir bagi mahasiswa dan dosen dan belum digunakan untuk aktivitas transaksi ekonomi di lingkungan FEB Undip. Oleh karena itu, perlu diteliti lebih dalam mengenai persepsi mahasiswa dalam menggunakan *e-money* untuk bertransaksi ekonomi.

Penelitian ini berusaha menguji apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan dan resiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan dan resiko mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-money*.

Tinjauan Pustaka

E-money

E-money didefinisikan sebagai “*stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang) menurut definisi dari *Bank for International Settlement* (BIS) yang terdapat dalam *Kajian Operasional E-money Bank Indonesia* Oktober 2016. Berdasarkan pengertian tersebut, *e-money* disini menggunakan *chip based* seperti kartu flazz BCA, *e-money* Mandiri, Brizzi BRI, dan lain-lain), serta *server based* seperti T-cash Telkomsel, XL Tunai, dan media lainnya (Do-Ku).

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain (BI, 2006):

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak

perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-money*.

2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi off-line, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.
3. *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.

Persepsi Manfaat

Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. 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 dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

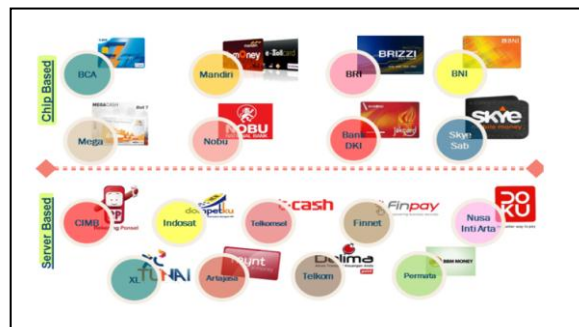
Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis *et al* (1986) yaitu, *productivity* (produktivitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2007) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Sun dan Zhang (2011) dalam Wibowo dkk (2015) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).

Gambar 1
E-money di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia

Persepsi Keamanan dan Risiko

Jebran dan Dipankar (2012) mengidentifikasi bahwa keamanan, privasi dan risiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi juga sebagai variabel endogen pada kegiatan e-banking. Keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan *e-money* untuk bertransaksi. Tingkat keamanan ini diukur dengan indikator: tidak khawatir memberikan informasi, kepercayaan bahwa informasi dilindungi, dan kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi (Waspada, 2012)

Minat Penggunaan

Menurut Davis *et al.* (1986) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku

tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku.

Menurut Kotler (2012), minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Menurut Ajzen (2011) minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.

Menurut Muhibbin Syah (2010), secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.

Menurut Ferdinand (2011:129) minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat transaksional.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif sedangkan metode penelitian yang akan digunakan

adalah metode kuantitatif. Pendekatan diskriptif kuantitatif adalah teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran yang teratur tentang suatu peristiwa dengan observasi yang dapat dinyatakan angka-angka. Pembahasan akan mengacu pada hasil observasi lapangan yaitu survey dimana informasi yang diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner, skala likert dan variabel dummy sebagai skala pengukurannya.

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang sudah mempunyai uang elektronik (*Flazz card*).

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan langsung dari responden, dengan cara memberikan kuesioner serta wawancara guna memperoleh data yang valid dari responden. Sumber data lebih ditekankan pada mahasiswa yang menggunakan uang elektronik, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui *library research* yang

merupakan pengumpulan data dengan mempelajari dasar teori dari buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya yang berhubungan dengan apa yang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey yang dilakukan yaitu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Survey (atau *self-administered survey*) adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2007). Metode wawancara juga di pakai dalam melakukan penelitian. Wawancara ditujukan kepada responden pengguna uang elektronik. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara disebut tidak terstruktur karena pewawancara tidak memasukkan situasi wawancara dengan urutan pertanyaan yang terencana untuk ditanyakan kepada responden (Sekaran, 2007).

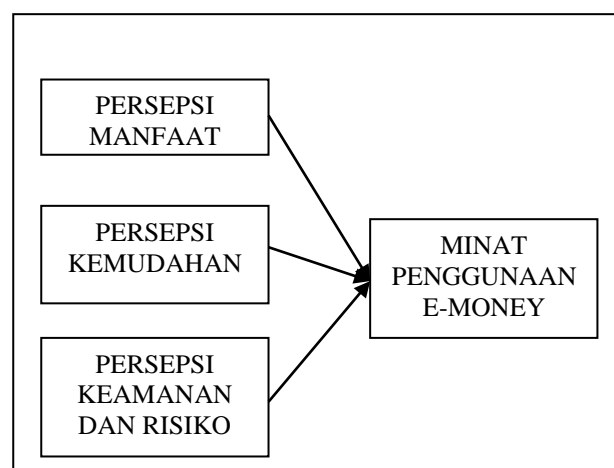
Metode Analisis Data

Metode analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu yang digunakan untuk mencari keterkaitan diantara variabel-variabel tersebut adalah perangkat lunak atau software SPSS. Penulis akan melakukan survey responden yang telah

ditentukan oleh penulis, kemudian setelah data dari responden terkumpul maka penulis akan melakukan tabulasi data yaitu dengan memasukkan data dari responden ke dalam microsoft excel. Lalu setelah data dimasukkan ke dalam microsoft excel penulis mengolah data dengan menggunakan software SPSS. Maka dari itu akan menghasilkan output data yang mengintegrasikan hubungan antar variabel.

Gambar 2

Kerangka Penelitian



Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *e-money*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan sampel penelitian, sample yang diambil adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Sampel ini diambil karena mahasiswa FEB telah memiliki *e-money* yang digunakan pula sebagai kartu

mahasiswa sehingga menurut peneliti dapat mewakili objek penelitian. Berikut ini tabel mengenai perincian sampel.

Tabel 2
Perincian Sampel

Kriteria	Jumlah
Jumlah Sampel	243
Laki-laki	93
Perempuan	150
Prodi Akuntansi	185
Prodi IESP	24
Prodi Manajemen	34

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Terdapat 243 sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Sampel tersebut akan digunakan untuk menganalisis dan menguji hipotesis penelitian.

Analisis Data

Pada bagian analisis data akan dibahas mengenai analisa data mulai dari statistik deskriptif, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Statistik deskriptif penelitian akan dibahas pada sub bagian pertama. Dilanjutkan oleh analisis regresi berganda, yang digunakan sebagai model regresi penelitian. lalu bagian selanjutnya adalah uji asumsi klasik, yang harus terpenuhi oleh semua model regresi. Di bagian keempat akan dibahas mengenai uji hipotesis.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif akan menjelaskan mengenai gambaran data penelitian melalui nilai minimum,

maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Berikut merupakan tabel gambaran sampel berdasarkan analisis statistik deskriptif.

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Me dian	Std. Dev
manfaat	243	1,28	5	3,55	3,57	0,66
kemuda han	243	2	5	3,76	3,75	0,72
keaman an	243	1	5	2,89	3	0,91
minat penggu naan	243	1	5	3,68	3,67	0,96

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi berganda menjelaskan pengaruh manfaat, kemudahan, dan keamanan penggunaan *e-money* terhadap minat penggunaan *e-money*.

$$MP = \alpha_0 + \alpha_1 MNF + \alpha_2 KMD + \alpha_3 KMN$$

Uji Asumsi Klasik

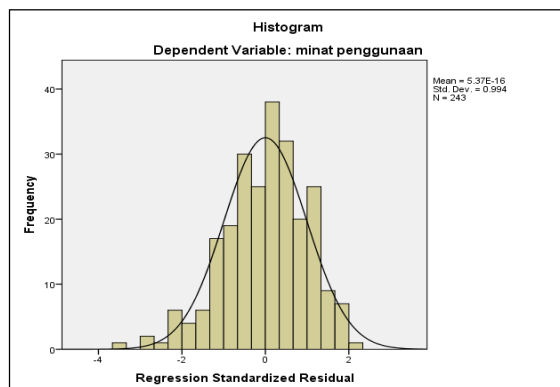
Model tersebut layak diuji dengan analisis regresi linear berganda apabila memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah setiap variabel memiliki

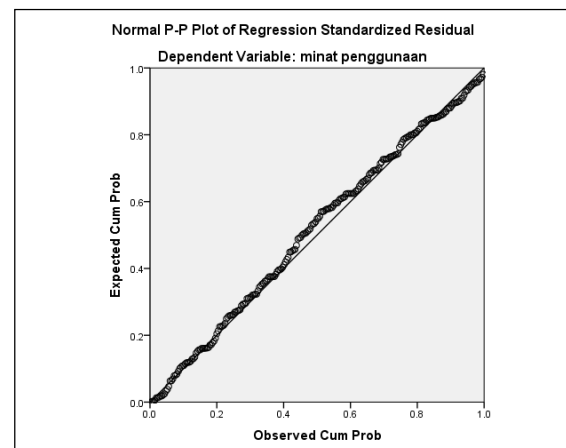
distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas perlu dilakukan karena uji t dan uji F mengasumsikan bahwa model regresi memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian untuk melihat distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Probability plot dapat menunjukkan perbandingan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan data kumulatif dari data yang terdistribusi normal.

Gambar 3
Histogram Normalitas Model Regresi



Gambar 3 menunjukkan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal pada model regresi dalam penelitian ini. Berdasarkan grafik pada gambar 3 dapat disimpulkan bahwa grafik tersebut memberikan pola distribusi normal.

Gambar 4
Normal Probability Plot Model Regresi



Gambar 4 menunjukkan normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mendekati garis normal. Dapat disimpulkan bahwa grafik tersebut menunjukkan *normal probability plot* mendekati garis diagonal.

Grafik di atas menunjukkan hasil yang sama yaitu model regresi dalam penelitian ini terdistribusi normal. Dapat dikatakan bahwa grafik normalitas dan normal *probability plot* model regresi pada model tidak menunjukkan hasil yang berbeda, dengan demikian keempat model regresi tersebut tidak menyalahi asumsi normalitas.

Uji statistik *one-sample Kolmogorov-Sminov* dilakukan dalam penelitian ini karena uji normalitas grafik terkadang

menyesatkan jika tidak berhati-hati dalam pengamatan grafik. Secara visual data terlihat normal namun secara statistik data dapat saja tidak normal. Oleh karena itu, uji statistik *one-sample Kolmogrov-Sminov* dilakukan agar mendapatkan angka statistik yang lebih detail, apakah persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini lolos uji normalitas atau tidak. Suatu model regresi dikatakan lolos uji statistik *one-sample Kolmogrov-Sminov* apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

Tabel 4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,934
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,347

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4 diatas hasil uji statistik *one-sample Kolmogrov-Smirnov* pada model regresi menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,943 dan tingkat signifikansi sebesar 0,347. Model regresi tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan keempat model tersebut terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dengan variabel independen yang lainnya. Uji multikolinieritas dilakukan dengan

menganalisis korelasi antar variabel independen pada nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* dalam *collineary statistics*.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

	Tolerance	VIF
Kemanfaatan	0,380	2,633
Kemudahan	0,389	2,570
Keamanan & resiko	0,855	1,170

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Multikolinieritas terjadi apabila nilai VIF lebih dari 10 dengan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Jadi dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Berdasarkan tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, artinya tidak terdapat satupun adanya hubungan multikolinieritas antar variabel independen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas dan data layak digunakan dalam model regresi.

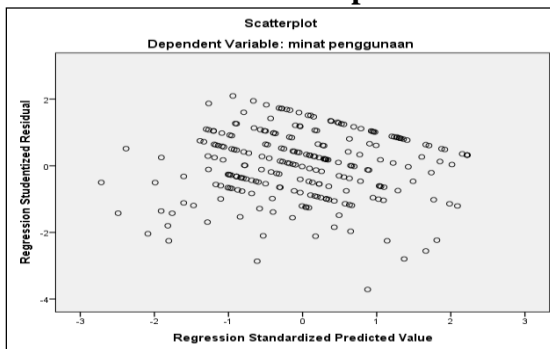
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi

yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat bahwa model regresi memiliki pola *scatter plot* yang tampak menyebar di atas dan di bawah angka 0 serta tidak memiliki pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat situasi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan penelitian.

Gambar 5
Grafik Scatterplot



Pengujian Hipotesis

Dalam bagian ini akan dibahas mengenai hasil pengujian statistik, yang merupakan jawaban atas hasil diterima atau ditolaknya hipotesis. Hasil pengujian hipotesis akan dibagi menjadi 3 (tiga) bagian. Bagian pertama akan membahas mengenai uji F yang menguji model regresi secara keseluruhan. Bagian kedua akan membahas mengenai uji koefisien determinasi (R^2) dan bagian terakhir akan membahas model dan uji t, yang merupakan penjelasan mengenai penerimaan atau penolakan hipotesis.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan sudah tepat. Apabila nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 atau jika nilai F lebih besar dari 4, maka model regresi tersebut fit dan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian simultan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji F

	Regression	
	F	Sig.
Model Regresi	24,859	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tabel 6 menunjukkan hasil uji F yang diregresikan dalam penelitian ini. Nilai F hitung pada model regresi sebesar 24,859 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan analisis diatas dapat dilihat bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki nilai F hitung lebih dari 4 dan signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki variabel independen yang secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen dalam model regresi. Hal ini berarti bahwa model regresi dalam

penelitian ini *fit* untuk menguji pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan dan resiko terhadap minat penggunaan *e-money* dikalangan mahasiswa.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui berapa besarnya kemampuan variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Namun terkadang nilai R^2 memiliki kelemahan yaitu adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Hasil uji koefisien determinasi menghasilkan output sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi

	Regression		
	R	R Square	Adjusted R Square
Model Regresi	0,488	0,238	0,228

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 7 nilai *adjusted R square* pada model regresi sebesar 0,288. Hal ini berarti kemampuan variabel independen yaitu kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan dan resiko dalam menjelaskan minat penggunaan *e-money* adalah sebesar 28,8 persen. Sedangkan sisanya yaitu 71,2 persen dapat

dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain variabel independen pada model regresi.

Model dan Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Variabel dependen pada model regresi penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan dan resiko, sedangkan variabel independennya yaitu minat penggunaan. Hasil uji t untuk model regresi dapat dilihat pada tabel 8. Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui arah dari koefisien beta regresi dan signifikansinya. Pengujian secara parsial atau individual pengaruh variabel tersebut dapat digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini.

Tabel 8
Hasil Uji t Model Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,229	0,948		
Persepsi Manfaat	0,046	0,057	0,073	0,800	0,424
Persepsi Kemudahan	0,370	0,091	0,369	4,078	0,000
Persepsi Keamanan & Resiko	0,196	0,096	0,125	2,044	0,042

Variabel Dependen: Minat Penggunaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan tabel 8, koefisien regresi sebesar 0,046, nilai t sebesar 0,800, dan Nilai signifikansi sebesar 0,424. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan. Dengan demikian **hipotesis 1 ditolak**.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Hipotesis dua (H2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan adalah 0,370. Sedangkan nilai t pada variabel persepsi kemudahan dengan variabel dependen minat mahasiswa sebesar 4,078. Hal ini menunjukkan nilai t variabel persepsi kemudahan memiliki hubungan positif terhadap minat penggunaan. Nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan dengan variabel dependen minat penggunaan adalah sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel tersebut terbukti dan berhubungan secara signifikan terhadap minat penggunaan. Dengan demikian **hipotesis 2 diterima**

H3: Persepsi keamanan dan resiko berpengaruh positif terhadap minat

mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan tabel 8, koefisien regresi variabel persepsi keamanan dan resiko dengan variabel dependen minat penggunaan adalah sebesar 0,196. Sedangkan, nilai t pada variabel persepsi keamanan dan resiko dengan variabel dependen minat penggunaan sebesar 2,044. Hal ini menunjukkan nilai t variabel persepsi keamanan dan resiko memiliki hubungan positif terhadap minat penggunaan. Nilai signifikansi variabel persepsi keamanan dan resiko dengan variabel dependen minat penggunaan adalah sebesar 0,042, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel tersebut terbukti dan berhubungan secara signifikan terhadap minat penggunaan. Dengan demikian hipotesis 3 diterima.

Interpretasi Hasil

Nilai F hitung pada model regresi sebesar 24,859 dimana lebih dari 4 dan signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki proksi variabel independen, yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan dan resiko secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu minat penggunaan.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Meskipun hasil regresi menunjukkan model regresi yang baik, akan tetapi hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011) yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Hipotesis dua (H2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*. Hasil regresi menunjukkan model regresi yang baik dan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Jogiyanto (2007) dan Sun dan

Zhang (2011) yang menyatakan bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

H3: Persepsi keamanan dan resiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Hipotesis dua (H3) menyatakan bahwa persepsi keamanan dan resiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*. Hasil regresi menunjukkan model regresi yang baik dan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan dan resiko terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Jebran dan Dipankar (2012) yang mengidentifikasi bahwa keamanan, privasi dan risiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi juga sebagai variabel endogen pada kegiatan e-banking.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini ingin menguji apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan

dan resiko terhadap minat penggunaan *e-money*. Metode analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini. Total responden pada penelitian ini adalah sebesar 243 mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis 1 memberikan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan.
2. Pengujian hipotesis 2 memberikan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.
3. Pengujian hipotesis 3 memberikan hasil bahwa persepsi keamanan dan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa keterbatasan yang dihadapi, antara lain:

1. Responden penelitian terbatas hanya pada mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis sehingga hasil penelitian belum dapat di generalisasi.
2. Variabel dan jumlah pertanyaan terbatas pada persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi

keamanan dan resiko. Seperti variabel persepsi perilaku dan persepsi kepuasan belum dimasukkan dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya maupun Fakultas Ekonomika dan Bisnis adalah:

1. Responden penelitian dapat lebih diperluas sehingga hasilnya dapat mencerminkan keadaan yang lebih luas lagi.
2. Memasukkan variabel persepsi perilaku dan persepsi kepuasan sehingga dapat mengetahui apakah variabel-variabel tersebut berpengaruh dalam penggunaan *e-money*.
3. Fakultas Ekonomika dan Bisnis diharapkan dapat melakukan sosialisasi penggunaan kartu mahasiswa untuk bertransaksi, hal ini dikarenakan masih terdapat mahasiswa yang tidak mengetahui bahwa kartu mahasiswa dapat digunakan sebagai *e-money*.
4. Kantin Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat mengimplementasikan merchant *e-money* sehingga kartu mahasiswa dapat dimanfaatkan untuk transaksi ekonomi, hal ini didukung dengan mayoritas responden penelitian yang menyatakan mendukung apabila *e-money* diterapkan di kantin.

Daftar Pustaka

- Bank Indonesia. 2006. Kajian Operasional E-money. Laporan Kajian Bank Indonesia
- Bank Indonesia. website:bi.go.id
- Davis, F.D. 1986. A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Results. Dissertation. Sloan School of Mnagement, Massachusetts Institute of Technology.
- Jebran, K. & Dipanker, A. (2012). Consumer's Perception on General Banking Activities of Commercial Banks: A Study in the Banking Context of Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 4(7).
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keprilakuan, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Miliani, Lani, Mustika Sufiati Purwanegara, Mia Tantri Diah Indriani. 2013. Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review*, Vol. 5, No. 7, pp. 369-378, July 2013 (ISSN 2220-3796).
- Muhibbin, 2010. Pendidikan Psikologi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sekaran, Uma, 2007. Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis), Edisi 4. Jakarta: Salemba 4.
- Waspada, Ika putera. 2012. "Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan" *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.16, No. 1 Januari 2012, hlm. 122-131.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. 2015. "Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6, No. 1, 2015.
- Ferdinand, Augusty. 2000, "Manajemen Pemasaran. Sebuah Pendekatan Strategik" Research Paper Series, BP. UNDIP.
- Ajzen, I And Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall
- Rahmat Syah, Deni. 2011 Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus :Uang Elektronik Kartu Flazz BCA). Universitas Indonesia.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli dan Asep Suhud. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan & Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money card (studi pada pengguna jasa commuterline di jakarta. JRMSI. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 6. No.1 hal :440-456.