

DETERMINAN SIKAP DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT KEPERILAKUAN INDIVIDU MENGGUNAKAN E-MONEY

Disusun Oleh:
Riska Novitasari
Dr. Zaki Baridwan, Ak., CA., CPA. CLI.

Jurusan Akuntansi, FEB, Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono No. 165, Malang.

Email : riska_0313@yahoo.com zakibarid1@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to examine the factors that affect the attitude towards individual's behavioral intention to use e-money. This study uses a combination of Modified Technology Acceptance Model (TAM) and Modified Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB) from previous studies. The data of this study were obtained through a survey on 104 auditors working in the top four Public Accounting Firm in Indonesia during 2016, which were then analyzed using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, and compatibility have a positive effect on auditor's attitude. Furthermore, attitude has a positive effect on the auditor's behavior intention. Nevertheless, trust has a negative effect on auditor's attitude. The result imply that e-money issuer should pay more attention to perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, trust, compatibility, attitude, and behavioral intention.

Keywords: *e-money, individual intention, modified technology acceptance model, modified decomposed theory of planned behavior*

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi sikap penggunaan terhadap minat berperilaku individu dalam menggunakan *e-money*. Studi ini merupakan penggabungan model Modifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Modifikasi *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB) dari studi sebelumnya. Studi ini menggunakan metode survei dan mengambil sampel auditor yang bekerja di empat besar Kantor Akuntan Publik (KAP) di Indonesia yang mengaudit perusahaan publik dan memiliki pendapatan terbesar selama tahun 2016 sebanyak 104 responden. Studi ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji data penelitian. Hasil studi ini adalah konstruk persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap. Selanjutnya sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku auditor dalam menggunakan *e-money*. Sementara itu, kepercayaan memiliki pengaruh negatif terhadap sikap penggunaan auditor dalam menggunakan *e-money*. Implikasi studi ini adalah penerbit *e-money* harus memperhatikan

lagi persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas, sikap penggunaan, dan minat berperilaku auditor.

Kata Kunci: *e-money*, minat berperilaku individu, modifikasi *technology acceptance model*, modifikasi *decomposed theory of planned behavior*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin pesat dan canggih saat ini. Teknologi dikembangkan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Grant (2007) setuju bahwa perkembangan abad ke-21 didasarkan pada pengetahuan, informasi dan ekonomi yang inovatif, serta pesatnya inovasi-inovasi teknologi sehingga memiliki implikasi besar terhadap perkembangan bisnis. Kecepatan dalam menghasilkan inovasi baru pada bidang bisnis mendorong terbentuknya perubahan signifikan atas pola hidup dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Pesatnya inovasi-inovasi teknologi dalam bisnis, utamanya dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk alat pembayaran nontunai yang lebih efektif, efisien, dan ekonomis.

Studi ini membahas isu mengenai minat berperilaku dalam menggunakan *electronic money (e-money)*. Minat berperilaku adalah keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan dan masih berupa keinginan yang dipengaruhi oleh sikap (Ajzen, 1991). *Electronic money (e-money)* disebut juga *electronic cash (e-cash)*, *electronic currency (e-currency)*, *digital money*, *digital cash*, atau *digital currency* yang merujuk pada definisi oleh Bank of International Settlement (BIS) merupakan uang yang terekam secara elektronik pada kartu yang dimiliki seseorang. *E-money* menjadi salah satu bentuk penerapan dari Bank Indonesia selaku otoritas sistem pembayaran untuk mendorong elektronifikasi terhadap transaksi dan penerimaan yang dilakukan pemerintah, pelaku bisnis, atau masyarakat dengan mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) atau *Non-Cash National Movement* pada tanggal 14 Agustus 2014 dan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/12/PBI/2009 yang mengatur khusus tentang Uang Elektronik (*electronic money*) dengan memberikan tingkat fleksibilitas tinggi untuk bank dan perusahaan jasa telekomunikasi sebagai penunjang pengedaran *e-money (issuer* atau penerbit). Tujuan implementasi *e-money* adalah terciptanya budaya penggunaan uang nontunai (*cashless society*), terutama untuk sarana transaksi *micropayment*, yaitu menangani kebutuhan dalam bertransaksi dengan nilai kecil namun volume tinggi, serta kebutuhan akan waktu pemrosesan transaksi yang relatif sangat cepat. Kebutuhan instrumen pembayaran mikro timbul karena alat pembayaran lain, seperti uang tunai, kartu kredit, kartu debit, dan lain-lain mengarah pada kondisi yang relatif kurang efisien dan efektif, serta biaya transaksi yang lebih mahal (Tu, HueChang, dan Chiu, 2011). Dibandingkan dengan alat pembayaran lain, *e-money* memiliki fleksibilitas yang tinggi karena dapat di beli dan diisi ulang di retail-retail di sekitar masyarakat.

Berdasarkan laporan dari *Citi Bank* mengenai *Digital Money Index* tahun 2017, Indonesia berada di peringkat ke 39 dari 90 negara yang masuk ke Indeks Uang Digital (*Digital Money Indeks*) 2017. Indeks penerapan transaksi nontunai di dunia ini dirilis oleh *Citi* dan *Imperial College London* dalam rangka memahami bagaimana peta kesiapan uang digital di banyak negara. Peringkat Indonesia tidak beranjak dari peringkat pada tahun sebelumnya yang juga berada di posisi 39. Pelaksanaan riset di tahun keempat pada 2017 menemukan adanya tingkat kesulitan yang lebih tinggi bagi penerapan nontunai di negara-negara dunia. Peringkat pertama diraih oleh Singapura yang telah berada di posisi puncak selama dua tahun berturut-turut. Sedangkan Amerika Serikat yang sebelumnya berada di posisi ketiga, pada tahun 2017 naik ke posisi kedua. Berikutnya diikuti oleh negara Irlandia, Inggris, Hong Kong, Swedia, Norwegia, Selandia Baru, Belanda, dan Denmark yang masuk dalam daftar 10 negara dengan Indeks Uang Digital tertinggi tahun 2017. Tekanan persaingan tersebut mengharuskan masyarakat Indonesia memahami *e-money*. Dengan memahami *e-money*, pemerintah berharap bahwa *e-money* mampu menjadi senjata utama untuk memenangkan persaingan global, terutama dalam hal transaksi ekonomi.

Pengadaan uang kartal bagi Bank Indonesia sebagai otoritas yang memiliki tanggung jawab dalam menyediakan uang kartal, menjadi semakin terbebani, karena harus menyediakan uang kartal dalam jumlah dan dana yang besar (Bank Indonesia, www.bi.go.id). Jumlah uang kartal yang beredar pada tahun 2017 mencapai Rp694 Triliun, sedangkan Bank Indonesia memusnahkan uang kartal tidak layak edar sebesar Rp11,22 Triliun per triwulan bulan Desember 2017. Jumlah tersebut naik sebesar 27,8% dibandingkan triwulan sebelumnya. Bank Indonesia juga harus menambah biaya cetak sebesar Rp11 Miliar per tahun dengan proses penganggaran yang panjang dan rumit (Bank Indonesia, www.bi.go.id). Bank Indonesia juga menyatakan bahwa biaya pengadaan dan pengelolaan uang kartal tergolong mahal, namun kurang efisien untuk sarana transaksi, karena tingginya risiko mudah hilang, mudah dicuri, dan mudah dipalsukan. Berdasarkan hal tersebut, penggunaan *emoney* dapat menjadi salah satu cara guna mengurangi jumlah dan dana yang ditanggung oleh Bank Indonesia untuk pengadaan dan pemusnahan uang kartal.

Nominal transaksi *e-money* mengalami penurunan ditengah gencarnya seruan *cashless society*. Berdasarkan informasi dari Statistik Perbankan Indonesia yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nominal transaksi *e-money* per Agustus 2017 adalah senilai Rp790,69 Miliar. Nilai tersebut turun sebesar 30,73% dibandingkan bulan sebelumnya. Penurunan ini menjadi anomali, karena transaksi *e-money* cenderung selalu meningkat setiap waktu sejak diperkenalkan ke publik pada tahun 2007 (*M-Business*, www.m.bisnis.com). Oleh karena itu, pemerintah kemudian mewajibkan seluruh masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi dengan menggunakan *e-money* melalui penerbitan Peraturan Menteri PUPR Nomor 16/PRT/M/2017. *E-money* dibutuhkan, terutama untuk transaksi di semua gerbang jalan tol (Detik Finance, www.detikfinance.com). Berdasarkan hal tersebut, maka masyarakat dituntut untuk minat menggunakan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa kurangnya minat menggunakan *e-money* tersebut disebabkan oleh penolakan dari manusia (Lee, 2009). Minat berperilaku adalah keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan dan masih berupa keinginan yang dipengaruhi oleh sikap (Ajzen, 1991). Proses munculnya minat berperilaku disebabkan individu memiliki suatu afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima suatu obyek (Hartono, 2007: 36). Suatu afeksi untuk menerima suatu obyek dianggap dapat menangkap faktor motivasional untuk memiliki minat (Lee, 2009). Sikap juga mempunyai beberapa karakteristik yaitu sikap mempunyai arah, intensitas, keluasan, konsisten, dan spontanitas. Arah disini memiliki makna arah positif atau negatif. Dua orang yang sama-sama mempunyai sikap positif terhadap sesuatu, tidak menutup kemungkinan adanya perbedaan kekuatan sikapnya, yang satu positif tetapi yang satu lagi lebih positif. Keluasan sikap meliputi cakupan aspek obyek sikap yang disetujui atau tidak disetujui oleh seseorang. Lee (2009) menyatakan bahwa sikap merupakan salah satu faktor penentu utama dalam membentuk minat individu.

Adanya sikap tersebut menyebabkan minat berperilaku, yaitu baik atau jelek dan setuju atau menolak (Hartono, 2007: 36). Berdasarkan minat berperilaku yang muncul, maka akan diketahui suatu informasi, apakah penggunaan teknologi diinginkan atau justru tidak diinginkan (Lee, 2009). Santhanamery dan Ramayah (2012) menyatakan bahwa implementasi teknologi informasi dapat dianggap sukses hanya ketika pengguna memiliki minat yang baik dalam mengadopsi dan menggunakannya dalam jangka panjang. Kurangnya minat berperilaku individu menggunakan *e-money* memiliki dampak, yaitu Indonesia berada peringkat ke 39 dari 90 negara yang masuk ke Indeks Uang Digital (*Digital Money Indeks*) 2017, pengadaan uang kartal bagi Bank Indonesia sebagai otoritas yang memiliki tanggung jawab dalam menyediakan uang kartal, menjadi semakin terbebani, karena harus menyediakan uang kartal dalam jumlah dan dana yang besar (Bank Indonesia, www.bi.go.id), dan nominal transaksi *e-money* mengalami penurunan ditengah gencarnya seruan *cashless society*.

Konsep penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) pertama kali dikenalkan oleh Davis *et al.* (1986). TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dua konstruk utama tersebut adalah konstruk persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Studi Tu, HueChang, dan Chiu (2011) memberikan saran bahwa peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitian dengan menambahkan konstruk yang mempengaruhi sikap penggunaan. Studi ini didukung oleh Lee (2009) yang menguji sikap penggunaan terhadap minat berperilaku dalam penggunaan teknologi informasi dengan memodifikasi TAM. Lee (2009) menyimpulkan bahwa sikap merupakan faktor penentu dari minat berperilaku dalam penggunaan teknologi informasi.

Selain itu terdapat beberapa bukti empiris lain yang menguji minat berperilaku individu melalui model *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB), yaitu Taylor dan Todd (1995). Penelitian Taylor dan Todd (1995) terkait dengan minat berperilaku teknologi informasi antara pengguna yang telah memiliki pengalaman dan pengguna yang belum memiliki pengalaman di daerah Kanada. Tao dan Fan (2016) menunjukkan bahwa model *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB) memiliki kekuatan yang lebih baik daripada TPB murni dan model TRA dan memberi saran untuk menambah variabel eksternal yang dapat memperkuat model dan melakukan studi di negara lain. Hal ini kemudian didukung oleh studi Crespo dan Rodriguez (2007) melalui model *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB) yang dimodifikasi bahwa sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat berperilaku individu. Lam *et al.* (2007) juga memberikan bukti empiris bahwa sikap penggunaan merupakan salah satu penentu suatu minat berperilaku individu.

Dengan demikian, dalam studi ini tertarik untuk mengidentifikasi penyebab munculnya suatu sikap penggunaan terhadap minat berperilaku dalam menggunakan *e-money*. Minat berperilaku menggunakan *e-money* pada studi ini mengambil objek seluruh auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik yang mengaudit perusahaan publik. Objek tersebut diambil karena jumlah auditor di KAP yang telah menggunakan *e-money* masih sedikit, padahal *emoney* dapat membantu mereka dalam bertransaksi sehari-hari. Auditor juga merupakan seseorang yang dianggap mampu dalam menggunakan inovasi-inovasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Kusumadewi, Baridwan, dan Hariadi, 2017). Auditor sebagai seorang profesional yang mengaudit berbagai macam perusahaan juga harus memahami kelemahan sistem dari *e-money*, karena sistem *e-money* memiliki beberapa risiko, seperti tidak bisa mendeteksi pemilik *e-money*, tidak terhubung pada rekening pemilik, adanya risiko jika terjadi kehilangan maka *e-money* dapat disalahgunakan oleh orang lain, dan lain sebagainya.

Determinan sikap dalam penelitian ini menggabungkan beberapa penelitian (Lee, 2009 dan Crespo dan Rodriguez, 2007). Konstruk dan model penelitian yang digunakan oleh Lee (2009) dan Crespo dan Rodriguez (2007) mengacu pada Modifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Modifikasi *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB). Penelitian ini menggunakan Modifikasi TAM untuk menjelaskan penerimaan teknologi berupa *e-money* dan Modifikasi DTPB untuk menambah konstruk yang kemudian berpengaruh pada sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*.

Lee (2009) menggunakan enam konstruk Modifikasi TAM yaitu konstruk risiko, kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dikaitkan dengan konstruk sikap dan kemudian pengaruhnya terhadap minat berperilaku. Hasil penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan yang kemudian berpengaruh positif terhadap minat berperilaku. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan. Masalah pada penelitian Lee (2009) yaitu penelitian tersebut tidak memasukkan kompatibilitas didalam model penelitian. Penelitian kedua yang digunakan peneliti adalah penelitian Crespo dan Rodriguez (2007) yang meneliti penggunaan teknologi informasi di Spanyol. Crespo dan Rodriguez (2007) membuktikan bahwa konstruk kompatibilitas dapat berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan yang kemudian berpengaruh positif terhadap minat berperilaku.

Berdasarkan saran dari studi-studi terdahulu, studi ini dilakukan dengan menggabungkan teori Modifikasi TAM dan Modifikasi DTPB melalui penggabungan beberapa studi (Lee, 2009 dan Crespo dan Rodriguez, 2007) untuk memprediksi sikap penggunaan terhadap minat berperilaku. Studi ini terkait dengan minat berperilaku auditor Indonesia menggunakan *electronic money (e-money)* pada kultur yang ada di KAP. Konstruk yang digunakan dalam

studi ini adalah dengan menggabungkan beberapa variabel dari model penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) yaitu persepsi risiko (Litter & Melanthiou, 2006), persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan (Gefen, 2003), dan kompatibilitas (Moore dan Benbasat, 1991 dan Taylor dan Todd, 1995) dari model penelitian yang dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007) yang mana variabel-variabel tersebut sebagai variabel (*independent variable*) yang memengaruhi sikap penggunaan *e-money* (*intervening variable*) dan kemudian sikap penggunaan tersebut memengaruhi minat berperilaku individu (*dependent variable*) menggunakan *e-money*.

Studi ini bertujuan untuk menguji determinan sikap penggunaan terhadap minat berperilaku individu menggunakan *electronic money (e-money)*. Penelitian ini juga merubah obyek penelitian yang sebelumnya Taiwan dan Spanyol menjadi di Indonesia. Alasannya adalah peneliti ingin menguji dan mengetahui hasil yang akan diperoleh di negara Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan dalam penggunaan *electronic money (e-money)*. Penelitian di negara berkembang dapat memberikan kontribusi untuk literatur dengan menyediakan konteks yang berbeda dengan penelitian sebelumnya di negara maju (Chen *et al.*, 2013), maka peneliti merumuskan masalah yang sejalan dengan tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap penggunaan *emoney*, Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*?, Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*?, Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*?, Apakah kompatibilitas berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*?, dan Apakah sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat berperilaku individu menggunakan *e-money*?

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Sistem Informasi

Menurut Romney dan Steinbart (2004), sistem informasi merupakan sistem yang mengumpulkan atau mencatat dan memproses data untuk menghasilkan informasi untuk pengambilan keputusan. Semakin berkembangnya sebuah organisasi, maka semakin kompleks sistem informasi yang digunakan. Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi yang menuntut sebuah organisasi untuk mengembangkan sistem informasi yang lebih baik dalam aktivitas operasionalnya. Pengambilan keputusan akan berjalan secara efisien, akurat, dan tepat waktu dengan adanya sistem informasi.

Akuntansi merupakan bahasa bisnis. Akuntansi menyediakan cara untuk menyajikan dan meringkas kejadian-kejadian bisnis dalam bentuk informasi keuangan kepada para pemakainya. Informasi akuntansi merupakan bagian terpenting dari seluruh informasi yang diperlukan oleh manajemen. Informasi akuntansi yang dihasilkan oleh sistem dibedakan menjadi dua, yaitu informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen. Informasi keuangan tersebut dapat diperoleh dengan adanya sistem informasi akuntansi pada masing-masing perubahan.

Bodnar dan Hipwood (2004) mendefinisikan sistem informasi akuntansi kumpulan sumber daya, misalnya manusia dan peralatan, yang dirancang sedemikian rupa guna mengubah data finansial dan data lainnya menjadi informasi yang nantinya akan digunakan para pengambil keputusan. Bodnar dan Hopwood (2004) mengelompokkan aktivitas suatu bisnis ke dalam empat siklus aktivitas bisnis, yaitu: siklus pendapatan (*revenue cycle*), siklus pengeluaran (*expenditure cycle*), siklus produksi (*production cycle*), dan siklus keuangan (*financial cycle*). Siklus pendapatan (*revenue cycle*), merupakan kejadian-kejadian yang berkaitan dengan pendistribusian barang dan jasa kepada entitas-entitas lain dan penagihan pembayaran yang berkaitan. Siklus pendapatan organisasi biasanya mencakup sistem aplikasi yang meliputi pencatatan (*entry*) pesanan pelanggan, penagihan, piutang dagang, dan pelaporan penjualan (Bodnar dan Hipwood, 2004). Dua subsistem yang membentuk tahapantahapan proses dalam siklus pendapatan adalah sistem penjualan dan sistem penerimaan kas.

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu juga berpengaruh pada sistem akuntansi di sebuah perusahaan. Perusahaan yang selalu terpengaruh pada perkembangan teknologi adalah lembaga perbankan dan perusahaan jasa telekomunikasi. Aktivitas bisnis lembaga perbankan juga berubah seiring dengan perkembangan teknologi, misalnya pada siklus penerimaan kas (siklus pendapatan). Salah satu implementasi dari siklus pendapatan yang berbasis teknologi informasi di industri perbankan dewasa ini adalah lahirnya produk-produk *electronic banking* seperti kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking*, dan lain-lain. Salah satu produk terbaru dari perbankan dan perusahaan jasa telekomunikasi, yaitu *e-money*. Dalam studi ini, produk teknologi informasi yang akan dibahas lebih lanjut adalah *e-money*.

E lectronic Money (E-Money)

Seiring perkembangan zaman, alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash*) ke alat pembayaran nontunai (*noncash*). Alat pembayaran nontunai terdiri dari:

1. Alat pembayaran menggunakan kertas (*paper based*), yaitu cek dan bilyet giro;
2. Alat pembayaran tanpa kertas (*paperless*), yaitu transfer dana elektronik; dan
3. Alat pembayaran menggunakan kartu (*card based*), yaitu kartu ATM, kartu debit, kartu kredit, dan kartu prabayar.

Alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) terdiri dari kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit. Sementara itu, kartu prabayar saat ini tidak lagi digolongkan APMK melainkan sebagai *e-money* atau *electronic money (e-money)*. *E-money* ada yang berbentuk kartu (*card based*) maupun nonkartu (*server based*). Perbedaan pokok antara APMK dengan *e-money* antara lain dalam hal status konsumen. Konsumen APMK harus memiliki rekening tabungan (untuk mendapat kartu ATM dan kartu debit) atau rekening kartu kredit. Sementara itu, konsumen *e-money* tidak perlu menjadi nasabah bank sehingga dapat langsung membeli *e-money* melalui pihak penerbit (bank atau perusahaan jasa telekomunikasi) dan retail-retail tertentu.

Prinsip kerja *e-money* dapat diibaratkan dengan kartu prabayar pulsa telepon, yakni produk tersebut baru bisa digunakan jika telah diisi dengan pulsa atau setoran dana tertentu. Konsumen dapat mengisi ulang *e-money* melalui ATM, telepon seluler (*handphone*), atau mengisi ulang secara tunai via agen penjualan yang ditunjuk oleh penerbit (bank atau perusahaan jasa telekomunikasi). *E-money* dapat digunakan untuk membayar berbagai macam transaksi seperti membeli pulsa telepon, berbelanja barang atau jasa di toko retail, membayar ongkos jalan tol, membeli tiket pesawat terbang, membayar tiket bus atau kereta api, membeli BBM di SPBU Pertamina, dan transaksi lainnya.

Jenis *Electronic Money (E-Money)*

Dalam peraturan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia mewajibkan *e-money* memiliki unsur-unsur, yaitu: 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 *merchant* yang bukan merupakan penerbit *e-money* tersebut; dan 4) Nilai *e-money* yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Bank Indonesia, 2017). Berdasarkan jenis kartu prabayar yang penerbitannya wajib terlebih dahulu mendapatkan persetujuan Bank Indonesia, *e-money* dapat dibedakan, yaitu:

1. Kartu prabayar *single-purpose multi merchants*, yaitu kartu prabayar *single-purpose* tetapi dapat digunakan pada lebih dari satu *merchant*;
2. Kartu prabayar *multi-purpose multi merchants*, yaitu kartu prabayar *multi-purpose* yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran pada lebih dari satu *merchant*; dan 3. Kartu prabayar *single-purpose* atau *multi-purpose* yang penerbitnya bukan merupakan *merchant*.

Berdasarkan media yang digunakan untuk merekam nilai uang yang telah dikonversi ke dalam format elektronik, produk *e-money* umumnya dikategorikan atas dua kelompok, yaitu *card-based product* dan *software-based product* (Bank Indonesia, 2017):

1. *Card-based product (prepaid card)/kartu prabayar/electronic purses*, dengan karakteristik:
 - a. Nilai uang dikonversi menjadi nilai elektronis dan disimpan dalam suatu chip (*integrated circuit*) yang tertanam pada kartu.
 - b. Mekanisme pemindahan dana dilakukan dengan cara memasukkan kartu ke suatu alat *card reader*.
2. *Software-based product (prepaid software)/digital cash*, dengan karakteristik:
 - a. Nilai uang dikonversi menjadi nilai elektronis dan disimpan dalam suatu *hard disk* komputer.
 - b. Mekanisme pemindahan dana dilakukan secara *online* melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet, pada saat melakukan pembayaran

Teori Modifikasi *Technology Acceptance Model (TAM)*

Konsep penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) pertama kali dikenalkan oleh Davis *et al.* (1986) melalui sebuah teori bernama *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi. TAM ini dikembangkan berdasarkan model dari *Theory Reasoned Action (TRA)*. Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu terkait dengan penerimaan suatu teknologi sistem informasi adalah tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi minat perilakunya. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama tersebut adalah konstruk persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dengan penambahan-penambahan konsep mengenai TAM, kemudian muncul teori modifikasi TAM (Lee, 2009). Berdasarkan hal tersebut, maka konstruk-konstruk di TAM adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap penggunaan (*attitude*), dan minat berperilaku (*behavioral intention*), dengan penambahan konstruk TAM yang diperluas atau dimodifikasi yaitu persepsi risiko (*perceived risk*) dan kepercayaan (*trust*) dari studi yang dilakukan oleh Lee (2009).

Teori Modifikasi *Decomposed of Theory Planned Behavior (DTPB)*

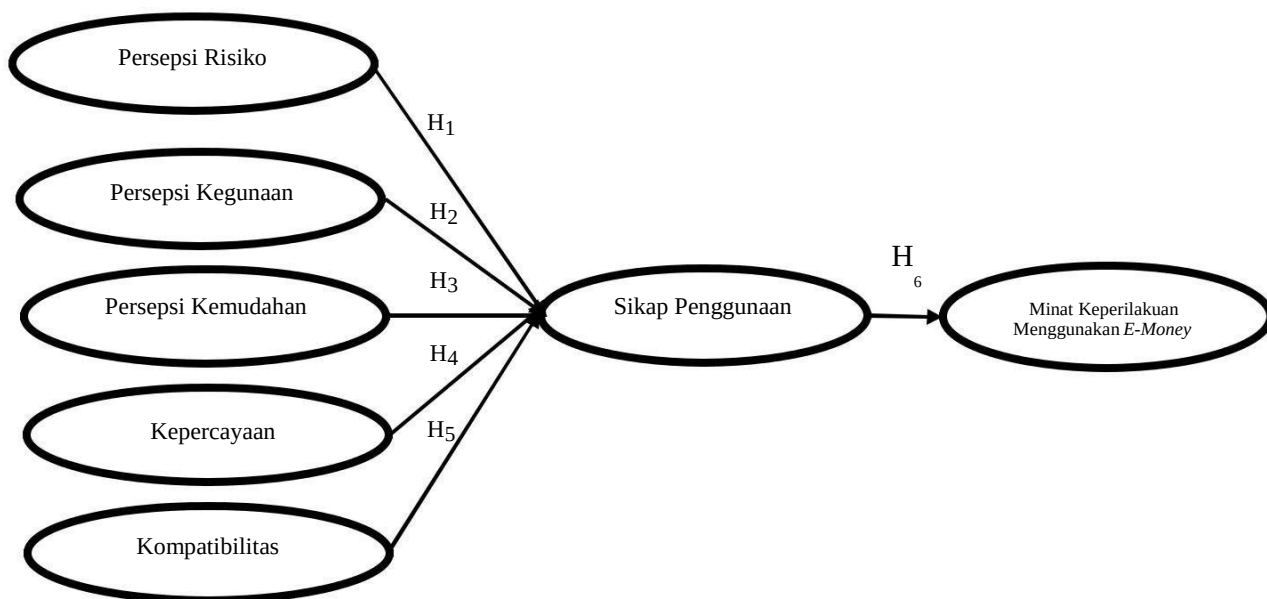
Decomposed of Theory Planned Behavior (DTPB) merupakan pengembangan lebih lanjut terkait dengan model *Theory of Planned Behavior (TPB)*, dimana memberikan faktor-faktor penjas terkait dengan sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian, yang kemudian ditambah dengan variabel yang diperluas. *Theory of Planned Behavior (TPB)* merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA karena kelemahan yang dimiliki oleh TRA. Keterbatasan utama yang dimiliki oleh TRA adalah hanya dimaksudkan untuk menjelaskan perilaku yang akan dikerjakan secara sukarela bukan perilaku yang diwajibkan, sehingga akan didapatkan hasil yang kurang mengena apabila digunakan untuk memprediksi perilaku yang spontan, kebiasaan, yang diinginkan, susah diatur atau kurang bersemangat (Hartono, 2007: 47). Studi yang dilakukan oleh peneliti mendasarkan pada teori sistem informasi berperilaku *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)* yang pertama kali diperkenalkan oleh Taylor dan Todd (1995). *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)* merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Ajzen dan Fishbein (1980) serta *Theory of Planned Behavior (TPB)* oleh Ajzen (1991). Menurut Shih dan Fang (2004), *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)* menunjukkan adanya pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara struktur keyakinan dan antededen niat yang memerlukan dekomposisi keyakinan sikap. Tao dan Fan (2016) menunjukkan bahwa model *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)* memiliki kekuatan yang lebih baik daripada TPB murni dan model TRA, yang juga didukung oleh studi Crespo dan Rodriguez (2007) melalui model *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)* yang dimodifikasi. Berdasarkan hal tersebut, maka konstruk-konstruk dari Modifikasi DTPB yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived*

ease of use), kompatibilitas (*compatibility*), sikap penggunaan (*attitude*), dan minat berperilaku (*behavioral intention*).

Kerangka Konseptual

Studi ini menggabungkan beberapa konstruk untuk mengidentifikasi determinan dari sikap penggunaan terhadap minat berperilaku auditor dalam menggunakan *electronic money* (*e-money*). Studi ini merupakan penggabungan model Modifikasi TAM dan Modifikasi DTPB. Konstruk yang digunakan dalam studi ini adalah persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas, sikap, dan minat berperilaku. Studi Lee (2009) mengacu pada Modifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan studi Crespo dan Rodriguez (2007) mengacu pada Modifikasi *Decomposed of Theory Planned Behavior* (DTPB). Model penelitian dalam studi ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model Penelitian



Pengembangan Hipotesis

1. Persepsi Risiko

Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu (Hsu dan Chiu, 2004). Saraswati dan Baridwan (2013) menggunakan persepsi risiko sebagai suatu pengganti risiko karena sukar untuk menangkap risiko sebagai suatu sasaran yang pasti. Lee (2009) menjelaskan bahwa persepsi risiko khususnya risiko atas tindakan kecurangan dalam dunia transaksi semakin tinggi dari hari ke hari. Ini memunculkan anggapan bahwa persepsi risiko seseorang adalah yang menyebabkan orang tersebut menjadi enggan atau tidak mau bersikap menggunakan *emoney*. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi tidak hanya studi yang dilakukan oleh Lee (2009), yaitu studi yang dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Crespo dan Bosque (2010), dan Dabhade (2008) juga menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif pada sikap penggunaan.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011). Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *electronic cash*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Crespo dan Bosque

(2010). Penelitian Crespo dan Bosque (2010) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *e-commerce*. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Dahbade (2008). Penelitian Dahbade (2008) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *internet shopping*. Berdasarkan hasil pada studi-studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut: **H1:** Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

2 . Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan atau keyakinan individu terhadap penggunaan suatu sistem tertentu yang akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1989). Menurut Lee (2009), persepsi kegunaan ini akan berpengaruh positif pada sikap penggunaan. Jadi, semakin tinggi persepsi individu mengenai manfaat yang akan didapat, membuat pekerjaan lebih cepat, dan meningkatkan efektivitas, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima penggunaan *e-money*. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi, yaitu studi yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), Cheng *et al.* (2006), Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011). Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *electronic cash*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Yaghoubi *et al.* (2010). Penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Cheng *et al.* (2006). Penelitian Cheng *et al.* (2006) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*. Penelitian yang kelima dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Berdasarkan hasil pada studi-studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

3 . Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa menggunakan sebuah sistem tertentu akan memudahkan pekerjaan individu tersebut (Davis, 1989). Hartono (2007: 115) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek langsung pada penerimaan teknologi dirasakan (Davis *et al.*, 1989; Kim, Mannino, dan Nieschwietz, 2009). Menurut Lee (2009), persepsi kemudahan penggunaan ini akan berpengaruh positif pada sikap penggunaan. Jadi, semakin tinggi persepsi individu mengenai suatu teknologi informasi yang membebaskannya dari usaha, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima penggunaan *e-money*. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi, yaitu studi yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), serta Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011). Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *electronic cash*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Yaghoubi *et al.* (2010). Penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *egovernment*. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan

Chau (2001) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Berdasarkan hasil pada studi-studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H3: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

4 . Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) merupakan suatu kesediaan untuk membuat dirinya peka ke dalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan (Gefen, 2003). Kepercayaan dianggap merupakan faktor penting dan merupakan salah satu faktor kritis dalam stimulan transaksi (Gefen, 2003).. Berdasarkan Artha (2011), faktor kepercayaan tersebut erat kaitannya dengan persepsi risiko, karena seseorang tidak akan mempercayai suatu hal apabila merasa bahwa risiko yang masih mungkin terjadi cukup besar. Studi Pertawijaya dan Sharif (2015), menyatakan bahwa kepercayaan telah menjadi faktor yang signifikan dalam memengaruhi pengguna untuk menerima penggunaan suatu teknologi. Menurut Lee (2009), kepercayaan ini akan berpengaruh positif pada sikap penggunaan. Jadi, semakin tinggi kepercayaan individu mengenai suatu teknologi informasi, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima penggunaan *e-money*. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi, yaitu studi yang dilakukan oleh Lee (2009), Tjini dan Baridwan (2013), Lee dan Ngoc (2010), Pavlou dan Fygenon (2006), serta Chi dan Tang (2005).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2013). Penelitian Tjini dan Baridwan (2013) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Lee dan Ngoc (2010). Penelitian Lee dan Ngoc (2010) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online shopping*. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Pavlou dan Fygenon (2006). Penelitian Pavlou dan Fygenon (2006) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-commerce*. Penelitian yang kelima dilakukan oleh Chi dan Tang (2005). Penelitian Chi dan Tang (2005) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online shopping*. Berdasarkan hasil pada studi-studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

5 . Kompatibilitas

Individu mempertimbangkan inovasi untuk menjadi kompatibel hanya bilamana konsisten dengan nilai-nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan mereka. Inovasi merupakan suatu ide, cara, ataupun objek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru (Sari dan Baridwan, 2013). Lau, Yen, dan Chau (2001) menyebutkan bahwa kompatibilitas menjadi derajat dimana inovasi dipersepsikan menjadi konsisten dengan adanya nilai-nilai, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu dari pengguna sistem potensial.

Menurut Crespo dan Rodriguez (2017), kompatibilitas ini akan berpengaruh positif pada sikap penggunaan. Jadi, semakin tinggi kesesuaian individu dalam penggunaan suatu teknologi informasi, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi informasi, yaitu studi yang dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007), Lau, Yen, dan Chau (2001), Al-ajam dan Nor (2013), dan Artha (2011).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007). Crespo dan Rodriguez (2007) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *B2C e-commerce*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh

Alajam dan Nor (2013). Penelitian Al-ajam dan Nor (2013) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Artha (2011). Penelitian Artha (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-commerce*. Berdasarkan hasil pada studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut: **H5:** Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

6 . Sikap Penggunaan

Sikap adalah tingkat evaluasi diri saat seseorang merasa menguntungkan atau tidak menguntungkan dalam penilaian terhadap perilaku yang dimaksud (Ajzen, 1991). Sikap penggunaan merupakan faktor yang mempengaruhi minat atau keinginan seseorang dalam melakukan sesuatu (Lee, 2009). Jadi, semakin tinggi tingkat evaluasi diri bahwa menerima teknologi informasi menguntungkan bagi dirinya sendiri, maka akan semakin tinggi minat berperilaku individu untuk menginginkan penggunaan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan teknologi informasi, yaitu studi yang dilakukan oleh Lee (2009), Crespo dan Rodriguez (2007), Tjini dan Baridwan (2013), Shih dan Fang (2004) , Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku individu menggunakan *online trading*. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007). Crespo dan Rodriguez (2007) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku individu menggunakan *B2C e-commerce*. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2013). Penelitian Tjini dan Baridwan (2013) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku individu menggunakan *internet banking*. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Shih dan Fang (2004). Penelitian Shih dan Fang (2004) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku individu menggunakan *internet banking* di Taiwan. Penelitian yang kelima dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku individu menggunakan *online trading*. Berdasarkan hasil pada studi -studi sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H6: Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *emoney*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar konstruk-konstruk, yaitu persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas terhadap sikap penggunaan *e-money* dan pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku individu menggunakan *e-money*. Konstruk diperoleh berdasarkan data-data dan fakta-fakta. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen serta arah hubungan itu terjadi.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh auditor yang bekerja di Kantor Auditor (KAP) yang mengaudit perusahaan publik. Jumlah KAP yang mengaudit perusahaan publik di Indonesia per Februari 2017 berjumlah 191 KAP (Insitut Akuntan Publik Indonesia, www.iapi.or.id). Berdasarkan populasi tersebut, sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 4 KAP yang mengaudit perusahaan publik berdasarkan pendapatan terbesar

selama tahun 2016. Objek tersebut diambil karena jumlah auditor di KAP yang telah menggunakan *e-money* masih sedikit, padahal *e-money* dapat membantu mereka dalam bertransaksi sehari-hari. Auditor juga merupakan seseorang yang dianggap mampu dalam menggunakan inovasi-inovasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Kusumadewi, Baridwan, dan Hariadi, 2017). Auditor sebagai seorang profesional yang mengaudit perusahaan juga harus memahami kelemahan sistem *e-money*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *nonprobability sampling*, yaitu *convenience sampling* sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. Teknik *convenience sampling* dilakukan dengan memilih sampel bebas sekehendak perisetnya (Hartono, 2015:98). Penggunaan metode *convenience sampling*, karena peneliti tidak dapat mengetahui besarnya jumlah populasi keseluruhan yang akan diteliti secara pasti. Hal ini disebabkan tidak terdapat data yang relevan dan akurat yang dapat memberikan informasi mengenai jumlah auditor yang menggunakan *e-money*. Tidak diketahuinya jumlah auditor secara keseluruhan oleh peneliti juga akibat adanya pembatasan informasi dari pihak KAP.

Menurut Abdillah dan Hartono (2016), jumlah sampel minimum per jalur adalah 10 sampel. Semakin besar sampel dalam jumlah total, hal tersebut akan jauh lebih baik (Hartono, 2015). Sehingga, berdasarkan pendapat kedua ahli di atas, sampel penelitian ini sebanyak 20 kali jumlah jalur (Abdillah dan Hartono, 2016: 31). Jumlah jalur dalam penelitian ini adalah sebanyak 6 jalur, sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 120. Alasannya, bahwa jumlah sampel ini telah memenuhi kriteria jumlah minimal sampel yang dibutuhkan dalam suatu penelitian dan rentang pertambahan jumlah sampel membuat penelitian akan jauh lebih baik, sehingga sampel sudah mencukupi untuk diolah. Berikut merupakan daftar pengambilan sampel pada Kantor Auditor (KAP) *Big Four*:

Tabel 3.1
Pengambilan Sampel pada Kantor Auditor

No.	Kantor Auditor (KAP)	Alamat Kantor
1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan (PWC)	Plaza 89 Lt. 12, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No. 6, Kuningan, RT.6/RW.7, Karet Kuningan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940
2.	Purwanto, Suherman & Surja (EY)	Gd. Bursa Efek Jakarta Tower 2 Lt. 7 Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53 Jakarta 12190
3.	Siddharta & Widjadja (KPMG)	Wisma GKBI Lantai 32, 33, 35. Jalan Jendral Sudirman Kav. 28, Bendungan Hilir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10210
4.	Osman, Bing, Satrio & Eny (Deloitte)	The Plaza Office Tower Lt. 30 Kav 28-30, Jalan M.H. Thamrin, RT.9/RW.5, Gondangdia, Jakarta Pusat 10350

Sumber: www.pppk.kemenkeu.go.id, diakses pada Oktober 2017

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Hartono (2015:140), survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan

kuesioner kepada para responden yang menjadi sampel penelitian. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner *online*. Pemilihan metode pengambilan sampel ini berdasarkan pada pertimbangan peneliti atas waktu yang relatif lebih cepat dan biaya yang lebih murah. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara survei, yaitu membagikan kuesioner *online*, sehingga peneliti memperoleh jenis data primer. Dalam kuesioner *online* yang dibagikan, terdapat pilihan apakah auditor pernah atau belum pernah menggunakan *emoney*. Kemudian, data primer yang memenuhi kriteria, yaitu auditor yang pernah menggunakan *e-money* diolah dalam alat statistik. Sebelum peneliti mengumpulkan data, peneliti melakukan konfirmasi kepada salah satu responden satu bulan sebelum kuesioner *online* disebar. Konfirmasi dilakukan melalui telepon atau kesanggupan salah satu responden pada masing-masing KAP yang digunakan sebagai sampel untuk menerima penelitian dan menyebarkannya kepada responden lainnya dalam satu KAP. Setelah disetujui, selanjutnya peneliti memberikan kuesioner melalui *soft copy*. Kuesioner *soft copy* adalah berupa *link google form* yang telah dibuat. Peneliti membedakan *link google form* yang diberikan kepada KAP.

Definisi Operasional dan Operasional Variabel

Instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk dalam penelitian ini adalah instrumen yang pernah digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya (Lee, 2009; Tu, HueChang, dan Chiu, 2011; Pavlou dan Fygenson, 2006; Crespo dan Rodriguez, 2007; Taylor dan Todd, 1995; Lau, Yen, dan Chau, 2001; Venkatesh dan Davis, 2000) sehingga memungkinkan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas pengukuran. Pengukuran setiap variabel menggunakan skala Likert dengan skala 1 sampai dengan 7 yang mempunyai arti sebagai berikut (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Agak Tidak Setuju, (4) Netral, (5) Agak Setuju, (6) Setuju, dan (7) Sangat Setuju Sekali.

Metode Statistik

Structural Equation Modeling (SEM) adalah suatu teknik statistika untuk menguji dan mengestimasi hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis faktor dan analisis jalur (Abdillah dan Hartono, 2016:2). SEM adalah pengembangan dari *General Linear Model* (GLM) dengan regresi berganda sebagai bagian utamanya. Namun, SEM lebih handal (Abdillah dan Hartono, 2016:2). Lebih lanjut, SEM tepat digunakan sebagai alternatif analisis jalur (Abdillah dan Hartono, 2016:3).

SEM banyak digunakan di bidang sosiologi, manajemen, dan riset sains berperilaku (Abdillah dan Hartono, 2016:4). SEM memiliki kemampuan mengukur variabel laten yang tidak secara langsung diukur tetapi melalui estimasi indikator atau parameternya, sering digunakan untuk membangun model gabungan antara variabel laten dan spesifikasi jalur yang menghubungkan antar variabel (Abdillah dan Hartono, 2016:4). Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan program SmartPLS ver. 2.0 M3.

Model Spesifikasi

Model spesifikasi dalam PLS terdiri dari dua set tahapan dasar, yaitu: pengujian model pengukuran (*outer model*) dan pengujian model struktural (*inner model*). Berikut ini merupakan penjelasannya:

Outer Model (Model Pengukuran)

Abdillah dan Hartono (2016: 58) menjelaskan bahwa *outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu model. Uji validitas terkait seberapa baik suatu instrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Abdillah dan Hartono, 2016: 59). Peneliti dalam studi ini akan menguji reliabilitas item pada setiap konstruk melalui pengujian validitas konstruk, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan.

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan-*error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen (Abdillah dan Hartono, 2015: 196). Hal ini didukung oleh Hartono (2008) dalam Abdillah dan Hartono (2016: 61) bahwa reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Inner Model (Model Struktural)

Abdillah dan Hartono (2015: 197) menjelaskan bahwa *inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Model struktural PLS diuji dengan mengukur nilai R^2 dan koefisien *path* melalui perbandingan *t-statistic* dengan nilai *t-table* pada *output* smartPLS. Berikut adalah parameter pengukuran *inner model* dalam PLS:

1. R^2

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai menggambarkan seberapa besar variabel laten dependen dapat dipengaruhi oleh variabel laten independennya.

1. Koefisien *path*

Nilai koefisien *path* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai koefisien *path* dijelaskan melalui nilai *t-statistics*. Nilai *t-statistics* akan dibandingkan dengan nilai *t-table* dalam pengujian hipotesis. *T-table* untuk hipotesis satu ekor adalah 1,64. Nilai *t-statistics* yang lebih besar dari nilai *t-table* menandakan hipotesis diterima.

Model Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1 hingga Hipotesis 6 menggunakan analisis PLS. Pengujian hipotesis dalam studi ini akan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Menentukan level signifikan atau nilai kritis (α) yaitu sebesar 5%.
2. Membandingkan nilai *t-statistic* pada tampilan *output bootstrapping* program smartPLS dengan nilai *t-table*. Jika *t-statistics* lebih tinggi dibandingkan nilai *t-table*, berarti hipotesis terdukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Responden dalam studi ini adalah auditor yang bekerja di 4 besar KAP yang mengaudit perusahaan publik dan memiliki jumlah pendapatan terbesar selama tahun 2016. Peneliti melakukan pengumpulan data dimulai tanggal 10 sampai dengan 24 Oktober 2017. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 120 kuesioner. Adapun jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 118 kuesioner. Setelah dilakukan pemeriksaan, terdapat 14 kuesioner yang tidak dapat digunakan karena 8 kuesioner mengindikasikan responden belum pernah menggunakan *e-money* dan 6 kuesioner menunjukkan ketidakkonsistensian responden ketika mengisi kuesioner. Sehingga kuesioner yang dapat diolah sebanyak 104 kuesioner atau sebesar 86,66%. Jumlah sampel dan tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Sampel dan Tingkat Pengembalian

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jumlah kuesioner yang disebarkan	120	100%
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	(2)	1,67%
Jumlah kuesioner yang kembali	118	98,33%
Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	(14)	11,67%
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	104	86,66%

Sumber: Data Primer (diolah)

Profil mengenai responden yang menjadi data dalam studi ini dapat diketahui dari data demografi yang dilampirkan dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Berikut ini merupakan profil responden:

Tabel 4.2

<u>No.</u>	<u>Keterangan</u>	<u>Total</u>	<u>Persentase</u>
1	Jabatan:		
	a. Manager	14	13,46%
	b. Supervisi	18	17,31%
	c. Senior Auditor	28	26,92%
	d. Junior Auditor	44	42,31%
	<u>Total</u>	<u>104</u>	<u>100,00%</u>
2	Jenis Kelamin:		
	a. Laki-laki	49	47,12%
	b. Perempuan	55	52,88%
	<u>Total</u>	<u>104</u>	<u>100,00%</u>
3	Usia:		
	a. 20-30 tahun	58	55,77%
	b. 31-40 tahun	26	25,00%
	c. 41-50 tahun	19	18,27%
	d. 51-60 tahun	1	0,96%
	e. >60 tahun	0	0,00%
	<u>Total</u>	<u>104</u>	<u>100,00%</u>
4	Pendidikan Terakhir:		
	a. D3	0	0,00%
	b. S1	81	77,88%
	c. S2	20	19,23%
	d. S3	3	2,89%
	<u>Total</u>	<u>104</u>	<u>100,00%</u>
5	Pengalaman Menggunakan E-Money:		
	a. <1 tahun	72	69,32%
	b. 1-3 tahun	32	20,68%
	c. >3 tahun	0	0,00%
	<u>Total</u>	<u>104</u>	<u>100,00%</u>
6	Keperluan Menggunakan E-Money:		
	a. <i>e-toll</i>		56,45%
	b. <i>e-parking</i>		9,25%
	c. <i>e-transportation</i>		11,56%
	d. transaksi di toko retail		16,06%
	e. transaksi di SPBU Pertamina		2,55%
	f. lainnya		4,13%

Total

100,00%

Profil Responden

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut, diketahui bahwa responden yang menjabat sebagai manajer adalah 13,46%, supervisi adalah 17,31%, senior auditor adalah 26,92%, dan auditor junior adalah 42,31%. Jumlah responden perempuan lebih mendominasi penggunaan *emoney* dibandingkan dengan responden laki-laki, yaitu 52,88% untuk responden perempuan dan 47,12% untuk responden laki-laki. Responden dalam studi ini 55,77% berusia 20-30 tahun, 25,00% berusia 31-40 tahun, 18,27% berusia 41-50 tahun, dan 0,96% berusia 51- 60 tahun. Mayoritas pendidikan responden adalah S1. Mayoritas responden yang menggunakan *e-money* adalah kurang dari 1 tahun dengan 3 besar penggunaan terbanyak untuk keperluan *e-toll* sebesar 56,45%, transaksi di retail sebesar 16,06%, dan *e-transportation* sebesar 11,56%.

Evaluasi Model Hipotesis Penelitian

Model dalam studi ini terdiri dari tujuh konstruk, yaitu persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas, sikap penggunaan, dan minat berperilaku. Setiap konstruk terdiri dari tiga hingga lima indikator. Evaluasi model dalam studi ini dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*.

Uji Outer Model

Uji *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari model yang digunakan oleh peneliti. Berikut ini merupakan tahapan uji *outer model*:

1. Validitas Konvergen

Parameter yang digunakan dalam pengujian konvergen adalah nilai AVE dan *communality* adalah lebih dari 0,5 dan nilai *outer loadings* adalah lebih dari 0,4. Berikut merupakan nilai AVE dan *communality* studi ini:

Tabel 4.10
Nilai AVE dan Communality

Konstruk	AVE	Communality
PR	0,6059	0,6059
PK	0,5692	0,5692
PKP	0,5649	0,5649
KR	0,6089	0,6089
KP	0,6571	0,6571
SP	0,8091	0,8091
MK	0,8137	0,8137

Sumber: Lampiran 4 Tabel 9

Keterangan: PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai AVE dan *communality* dalam studi ini adalah lebih dari 0,5. Sedangkan untuk nilai *outer loadings* dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Nilai *Outer Loadings*

Konstruk	PR	PK	PKP	KR	KP	SP	MK
PR1	0,7682						
PR2	0,7851						
PR3	0,7613						
PR4	0,7998						
PR5	0,7768						
PK1		0,8164					
PK2		0,6725					
PK3		0,7673					
PKP1			0,6745				
PKP2			0,6266				
PKP3			0,8689				
PKP4			0,8106				
KR1				0,8188			
KR2				0,7813			
KR3				0,9089			
KR4				0,5733			
KP1					0,8683		
KP2					0,8784		
KP3					0,8405		
KP4					0,8095		
KP5					0,6311		
SP1						0,9287	
SP2						0,9289	
SP3						0,8885	
SP4						0,8495	
MK2							0,8048
MK3							0,9508
MK4							0,9430

Sumber: Lampiran 4 Tabel 10 **Keterangan:** PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

Berdasarkan Tabel 4.11 tersebut diketahui bahwa nilai *outer loadings* setiap indikator lebih dari 0,4. Berdasarkan Tabel 4.10 dan Tabel 4.11 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konstruk dan indikator yang digunakan dalam studi ini telah memenuhi uji validitas konvergen.

2 . Validitas Diskriminan

Tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas diskriminan. Parameter yang digunakan dalam pengujian validitas diskriminan adalah nilai akar AVE lebih dari korelasi variabel laten dan nilai *outer loadings* > *cross loadings* dalam satu variabel yang sama.

Nilai akar AVE dan korelasi variabel laten dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Nilai Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten

Konstruk	Akar AVE	PR	PK	PKP	KR	KP	SP	MK
PR	0,7784	1	0	0	0	0	0	0
PK	0,7544	0,6640	1	0	0	0	0	0
PKP	0,7516	0,5394	0,4161	1	0	0	0	0
KR	0,7803	0,3612	0,4681	0,4070	1	0	0	0
KP	0,8106	0,5534	0,4507	0,6035	0,4166	1	0	0
SP	0,8995	0,5531	0,5408	0,5649	0,2931	0,6981	1	0
MK	0,9021	0,5994	0,6028	0,5677	0,3912	0,6536	0,7498	1

Sumber: Lampiran 4 Tabel 11 **Keterangan:** PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat diketahui bahwa nilai akar AVE lebih dari nilai korelasi variabel laten di setiap konstruk. Sedangkan nilai *cross loadings* dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Nilai Cross Loadings

Konstruk	PR	PK	PKP	KR	KP	SP	MK
PR1	0,7682	0,5734	0,4890	0,3933	0,5906	0,5493	0,6815
PR2	0,7851	0,5378	0,5024	0,3081	0,3409	0,3811	0,4679
PR3	0,7613	0,4701	0,3232	0,0629	0,3861	0,3855	0,2971
PR4	0,7998	0,4922	0,3596	0,2910	0,2929	0,4012	0,4684
PR5	0,7768	0,4852	0,3967	0,3011	0,3928	0,3833	0,3232
PK1	0,5843	0,8164	0,4968	0,4369	0,5598	0,5207	0,6663
PK2	0,5026	0,6725	0,1846	0,4879	0,1579	0,2188	0,3205
PK3	0,4219	0,7673	0,1633	0,1893	0,1715	0,3907	0,2780
PKP1	0,4063	0,2120	0,6745	0,4029	0,4378	0,4197	0,4528
PKP2	0,4494	0,5464	0,6266	0,4940	0,3880	0,3933	0,3764
PKP3	0,3813	0,2020	0,8689	0,1473	0,4657	0,4424	0,4720
PKP4	0,3842	0,3075	0,8106	0,1995	0,5102	0,4341	0,3956

KR1	0,3461	0,4393	0,2540	0,8188	0,2594	0,1620	0,2479
KR2	0,2652	0,4267	0,1718	0,7813	0,2069	0,1567	0,2707
KR3	0,2639	0,3987	0,2008	0,9089	0,2635	0,2167	0,2612
KR4	0,2363	0,2239	0,4844	0,5733	0,4357	0,2884	0,3549
KP1	0,4786	0,4150	0,5494	0,2898	0,8683	0,6170	0,5892
KP2	0,4340	0,4000	0,4921	0,3498	0,8784	0,6632	0,4940
KP3	0,4158	0,3302	0,4669	0,3317	0,8405	0,5278	0,4502
KP4	0,4878	0,4327	0,4759	0,4839	0,8095	0,6229	0,7254
KP5	0,3126	0,1634	0,5185	0,1682	0,6311	0,2809	0,3054
SP1	0,5048	0,5256	0,5238	0,2717	0,5633	0,9287	0,8116
SP2	0,5215	0,5235	0,4930	0,2810	0,5490	0,9289	0,7439
SP3	0,4908	0,4447	0,4958	0,2353	0,6993	0,8885	0,5570
SP4	0,4725	0,4457	0,5208	0,2649	0,7181	0,8495	0,5631
MK2	0,4133	0,5661	0,4419	0,3586	0,5653	0,6154	0,8048
MK3	0,6055	0,5272	0,5779	0,3682	0,6232	0,7170	0,9508
MK4	0,5899	0,5440	0,5093	0,3339	0,5797	0,6923	0,9430

Sumber: Lampiran 4 Tabel 12 Keterangan: PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *outer loadings* > *cross loadings* dalam satu variabel. Dengan demikian berdasarkan tabel 4.12 dan tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa konstruk dan indikator yang digunakan dalam studi ini telah memenuhi uji validitas diskriminan.

Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini menggunakan dua parameter, yaitu nilai *cronbach's alpha* adalah lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* adalah lebih dari 0,7. Nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini: **Tabel 4.14**

Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Konstruk	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
PR	0,8391	0,8848
PK	0,6514	0,7975
PKP	0,7333	0,8362
KR	0,7893	0,8586
KP	0,8690	0,9044

SP	0,9210	0,9442
MK	0,8826	0,9287

Sumber: Lampiran 4 Tabel 13

Keterangan: PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* adalah lebih dari 0,7. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data dan hasil pengukuran yang dilakukan adalah reliabel. Simpulan akhir yang dapat diperoleh dari ketiga pengujian yang telah dilakukan adalah konstruk dan indikator yang digunakan dalam studi ini telah valid dan reliabel karena telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

Uji Inner Model

Setelah melakukan uji *outer model*, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah uji *inner model*. Uji *inner model* ini menggunakan dua parameter pengukuran, yaitu nilai R dan *path coefficient*.

2 Nilai R

2

Nilai R digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R digunakan untuk mengukur persentase variansi

yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai R dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15

2

Konstruk	R
SP	0,5838
MK	0,5622

Nilai R

2

Sumber: Lampiran 4 Tabel

14

Keterangan: SP (sikap penggunaan), MK (minat berperilaku)

2

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut dapat diketahui bahwa nilai R konstruk sikap penggunaan adalah 0,5838. Artinya, persentase variansi konstruk sikap penggunaan dapat dijelaskan oleh konstruk persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kompatibilitas adalah sebesar 58,38%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh

2 konstruk lain di luar model. Nilai R konstruk minat berperilaku adalah 0,5622. Artinya, persentase variansi konstruk minat berperilaku dapat dijelaskan oleh konstruk sikap penggunaan adalah sebesar 56,22%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain.

1. Nilai Path Coefficient

Nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Apabila nilai *path coefficient* yang ditunjukkan nilai *T-statistics* >1,64 maka hipotesis studi (Ha) diterima. Apabila nilai *T-statistics* <1,64 maka hipotesis studi (Ha) ditolak.

Nilai *T-statistics* dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16

Nilai Path Coefficient

Hipotesis	Konstruk	Original Sample	T-Statistics	Keputusan
-----------	----------	-----------------	--------------	-----------

H1	PR	0,0706	0,9630	Ditolak
H2	PK	0,2607	3,0131	Diterima
H3	PKP	0,1745	1,8057	Diterima
H4	KR	-0,1304	1,6117	Ditolak
H5	KP	0,4919	5,3528	Diterima
H6	SP	0,7498	13,5187	Diterima

Sumber: Lampiran 4 Tabel 15 Keterangan: PR (persepsi risiko), PK (persepsi kegunaan), PKP (persepsi kemudahan penggunaan), KR (kepercayaan), KP (kompatibilitas), SP (sikap penggunaan)

Berdasarkan Tabel 4.16 dan Gambar 4.1 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

1) Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif, yaitu 0,0706 dan nilai *T-statistics* dari konstruk persepsi persepsi risiko terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 0,9630 atau $<1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *emoney*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 ditolak**. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Crespo dan Bosque (2010), dan Dabhade (2008). Namun hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artha (2011), Nazar dan Syahrani (2008), serta Kurnia dan Chien (2003).

2) Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan auditor dalam menggunakan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif, yaitu 0,2607 dan nilai *T-statistics* dari konstruk persepsi persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 3,0131 atau $>1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 diterima**. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), Cheng *et al.* (2006), Lau, Yen, dan Chau (2001).

3) Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif, yaitu 1,8057 dan nilai *T-statistics* dari konstruk persepsi persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 1,8057 atau $>1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 diterima**. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), serta Lau, Yen, dan Chau (2001).

4) Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa konstruk kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah negatif, yaitu -0,1304 dan nilai *T-statistics* dari konstruk kepercayaan terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 1,6117 atau $<1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 ditolak**. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tjini dan Baridwan (2013), Lee dan

Ngoc (2010), Pavlou dan Fygenon (2006), serta Chi dan Tang (2005). Namun, hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Quaddus dan Xu (2006).

5) Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa konstruk kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif, yaitu 4,919 dan nilai *T-statistics* dari konstruk kompatibilitas terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 5,3528 atau $>1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 5 diterima**. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007), Lee dan Ho (2003), Lau, Yen, dan Chau (2001), Al-ajam dan Nor (2013), dan Artha (2011).

6) Hipotesis 6

Hipotesis 6 menyatakan bahwa konstruk sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif, yaitu 0,7498 dan nilai *T-statistics* dari konstruk sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money* adalah sebesar 13,5187 atau $>1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 6 diterima**. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Crespo dan Rodriguez (2007), Tjini dan Baridwan (2013), Shih dan Fang (2004), Lau, Yen, dan Chau (2001).

Diskusi Hasil Pengujian Hipotesis

Studi ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat berperilaku auditor dalam menggunakan *e-money* dengan menggunakan konstruk sikap penggunaan dan subkonstruk persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kompatibilitas. Studi ini berhasil untuk membuktikan bahwa, **pertama** persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. **Kedua**, sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku. Studi ini tidak berhasil membuktikan pengaruh negatif dari persepsi risiko dan pengaruh positif dari kepercayaan terhadap sikap penggunaan *e-money*.

Secara umum, kegagalan peneliti dalam studi ini untuk membuktikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap penggunaan dalam menggunakan teknologi informasi adalah karena lebih kepada faktor karakteristik individu, budaya, dan konteks teknologi informasi yang berbeda dengan studi sebelumnya. Berikut adalah uraian diskusi hasil pengujian hipotesis.

Diskusi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan *E-Money*

Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu (Hsu dan Chiu, 2004). Saraswati dan Baridwan (2013) menggunakan persepsi risiko sebagai suatu pengganti risiko karena sukar untuk menangkap risiko sebagai suatu sasaran yang pasti. Lee (2009) menjelaskan bahwa persepsi risiko khususnya risiko atas tindakan kecurangan dalam dunia transaksi semakin tinggi dari hari ke hari. Ini memunculkan anggapan bahwa persepsi risiko seseorang adalah yang menyebabkan orang tersebut menjadi enggan atau tidak mau bersikap menggunakan *emoney*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Crespo dan Bosque (2010), dan Dabhade (2008). Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artha (2011), Nazar dan Syahrani (2008), serta Kurnia dan Chien (2003).

Penelitian Artha (2011) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *e-commerce*. Artha (2011) melakukan penelitian di Indonesia kepada 152 responden mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya. Hasil penelitian Artha (2011) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *ecommerce*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Nazar dan Syahrani (2008). Penelitian Nazar dan Syahrani (2008) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan dalam bertransaksi secara *online*. Nazar dan Syahrani (2008) melakukan penelitian di Indonesia kepada 145 responden dengan menggunakan kuesioner untuk mahasiswa D3, S1, dan S2 yang tersebar di Universitas dengan lingkup Yogyakarta. Penelitian Nazar dan Syahrani (2008) menggunakan 1-5 skala Likert. Hasil penelitian Nazar dan Syahrani (2009) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan responden dalam bertransaksi secara *online*.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Kurnia dan Chien (2003). Penelitian Kurnia dan Chien (2003) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online grocery shopping*. Kurnia dan Chien (2003) melakukan penelitian di Australia dengan menyebarkan kuesioner berbasis *e-mail* dan sampel yang dapat diolah sejumlah 333 responden. Hasil penelitian Kurnia dan Chien (2003) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online grocery shopping*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *emoney*. Hal ini sejalan dengan alasan Artha (2011), yaitu disebabkan karena responden tersebut telah mengenal dengan baik perusahaan penyedia layanan *e-money* tersebut. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seberapa pun besarnya risiko yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan *e-money* tidak akan mempengaruhi sikap responden dalam melakukan transaksi. Selanjutnya, karena *e-money* telah menjadi kewajiban bagi masyarakat untuk diterima dan digunakan melalui Peraturan Menteri PUPR Nomor 16/PRT/M/2017, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seberapa pun besarnya risiko, *e-money* harus tetap digunakan, terutama untuk transaksi di jalan tol. Menurut Bank Indonesia, faktor risiko dari *e-money*, tidak menjadi alasan utama bagi konsumen untuk tidak menggunakan *e-money*, karena pihak penerbit *e-money* semakin memperbaiki tingkat keamanan *e-money*, yaitu catatan pengeluaran dapat dilacak, jika individu merasa tidak melakukan suatu transaksi yang sah maka transaksi tersebut dapat dibatalkan dan dihentikan secara cepat bahkan dari jarak jauh, dan *e-money* juga dilengkapi dengan EMV *Chip* untuk mencegah pencuri untuk menggunakan *e-money* milik orang lain. Dilihat dari data demografi responden, bahwa lama penggunaan terbesar adalah dalam jangka waktu <1 tahun. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *e-money* ini masih menjadi hal yang relatif baru dan belum menjadi hal yang dapat mempengaruhi pemahaman akan persepsi risiko individu terhadap sikap penggunaan *emoney*.

Diskusi Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Penggunaan E-Money

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan atau keyakinan individu terhadap penggunaan suatu teknologi tertentu yang akan meningkatkan kinerja individu, efisiensi, efektivitas, produktivitas, kecepatan, dan kegunaan lain secara menyeluruh (Davis, 1989; Venkatesh dan Davis, 2000; Lim dan Ting, 2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), Cheng *et al.* (2006), Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online trading*. Lee (2009) melakukan penelitian di Taiwan kepada 338 responden dengan menggunakan survei *online* berbasis web. Penelitian Lee (2009) menggunakan 1-7 skala Likert dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011). Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan dalam menggunakan *electronic cash*. Tu, HueChang, dan Chiu (2011) melakukan penelitian di Taiwan kepada 716 responden dengan menggunakan kuesioner dari mahasiswa yang lulus, mahasiswa yang sedang menempuh studi, siswa SMA, dan siswa SMK. Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menggunakan 1-5 skala Likert dengan menggunakan analisis

Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *electronic cash*.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Yaghoubi *et al.* (2010). Penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *e-government*. Yaghoubi *et al.* (2010) melakukan penelitian di Iran dengan menggunakan kuesioner dan memperoleh sampel sebanyak 349 responden di kota Tehran. Hasil penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-government*.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Cheng *et al.* (2006). Penelitian Cheng *et al.* (2006) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *internet banking*. Cheng *et al.* (2006) melakukan penelitian di Hong Kong kepada 203 responden dengan menggunakan survei secara random. Penelitian Cheng *et al.* (2006) menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Cheng *et al.* (2006) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online trading*. Lau, Yen, dan Chau (2001) melakukan penelitian di Hong Kong kepada 178 responden dengan kuesioner yang didesain menggunakan 1-7 skala Likert. Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Ketika seorang auditor berpendapat bahwa *e-money* dapat berguna untuknya, maka semakin besar penerimaan auditor tersebut untuk menggunakan *e-money*. Dengan demikian persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor penentu sikap penggunaan *e-money*, karena transaksi menjadi lebih cepat dan meningkatkan efisiensi serta efektivitas.

Diskusi Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan EMoney

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi informasi akan memudahkan pekerjaan individu tersebut dan mengurangi usaha yang ekstra (Davis, 1989; Venkatesh dan Davis, 2000; Lim dan Ting, 2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tu, HueChang, dan Chiu (2011), Yaghoubi *et al.* (2010), serta Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online trading*. Lee (2009) melakukan penelitian di Taiwan kepada 338 responden dengan menggunakan survei *online* berbasis web. Penelitian Lee (2009) menggunakan 1-7 skala Likert dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Tu, HueChang, dan Chiu (2011). Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *electronic cash*. Tu, HueChang, dan Chiu (2011) melakukan penelitian di Taiwan kepada 716 responden dengan menggunakan kuesioner dari mahasiswa yang lulus, mahasiswa yang sedang menempuh studi, siswa SMA, dan siswa SMK. Penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menggunakan 1-5 skala Likert dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Tu, HueChang, dan Chiu (2011) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *electronic cash*.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Yaghoubi *et al.* (2010). Penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *e-government*. Yaghoubi *et al.* (2010) melakukan penelitian di Iran dengan menggunakan kuesioner dan memperoleh

sampel sebanyak 349 responden di kota Tehran. Hasil penelitian Yaghoubi *et al.* (2010) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-government*.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online trading*. Lau, Yen, dan Chau (2001) melakukan penelitian di Hong Kong kepada 178 responden dengan kuesioner yang didesain menggunakan 1-7 skala Likert. Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Ketika seorang auditor memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan berpendapat bahwa *e-money* adalah mudah untuk digunakan, maka individu akan semakin menerima penggunaan *e-money*. Berdasarkan data demografi responden yaitu bagian latar belakang pendidikan terakhir auditor, secara keseluruhan pendidikan terendah adalah jenjang Strata Satu (S1). Dengan latar belakang pendidikan auditor yang cukup tinggi, maka auditor dapat dikatakan mudah untuk menerima penggunaan *e-money*, bahkan menggunakan *emoney*.

Diskusi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan E-Money

Kepercayaan (*trust*) merupakan suatu kesediaan untuk membuat dirinya peka ke dalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan pada keyakinan (Gefen, 2003). Berdasarkan Artha (2011), faktor kepercayaan tersebut erat kaitannya dengan persepsi risiko, karena seseorang tidak akan mempercayai suatu hal apabila merasa bahwa risiko yang masih mungkin terjadi cukup besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Tjini dan Baridwan (2013), Lee dan Ngoc (2010), Pavlou dan Fygenson (2006), serta Chi dan Tang (2005). Namun penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Quaddus dan Xu (2006). Penelitian Quaddus dan Xu (2006) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online auction*. Quaddus dan Xu (2006) melakukan penelitian di Australia dan China kepada 68 mahasiswa MBA. Hasil penelitian Quaddus dan Xu (2006) di China menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *online auction*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *emoney*. Dengan adanya perubahan era transaksi yang berbasis elektronik dan *trend* penggunaan *e-money* yang semakin meluas, kepercayaan bukan lagi merupakan hal yang utama untuk menumbuhkan sikap penggunaan individu untuk menerima *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Kebanyakan individu yang bersikap menggunakan *e-money* merupakan individu yang membutuhkan keberadaan *e-money* sehingga mereka lebih mementingkan kegunaan dan kemudahan yang akan didapatkan dari penggunaan *e-money*. Bertransaksi dengan menggunakan *e-money* dapat membuat individu lebih menghemat waktu dan biaya. Dengan kondisi demikian, individu cenderung lebih mementingkan kelebihan yang akan didapat dalam menggunakan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari.

Diskusi Pengaruh Kompatibilitas Terhadap Sikap Penggunaan E-Money

Individu mempertimbangkan inovasi untuk menjadi kompatibel hanya bilamana konsisten dengan nilai-nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan mereka. Yang dimaksud dengan inovasi tersebut adalah kemauan dari individu untuk mengadopsi teknologi yang inovatif. Dengan kata lain, inovasi merupakan suatu ide, cara, ataupun objek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru (Sari dan Baridwan, 2013). Lau, Yen, dan Chau (2001) menyebutkan bahwa kompatibilitas menjadi derajat dimana inovasi dipersepsikan menjadi konsisten dengan adanya nilai-nilai, kebutuhan dan pengalaman masa lalu dari pengguna sistem potensial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-money*. Hasil tersebut konsisten dengan

penelitian yang dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007), Lau, Yen, dan Chau (2001), Al-ajam dan Nor (2013), dan Artha (2011).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007). Crespo dan Rodriguez (2007) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *B2C ecommerce*. Crespo dan Rodriguez (2007) melakukan penelitian di Spanyol kepada 675 responden yang berasal dari mahasiswa program doktor di 14 universitas dengan menggunakan kuesioner berbasis 1-7 skala Likert. Hasil penelitian Crespo dan Rodriguez (2007) menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *B2C e-commerce*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *online trading*. Lau, Yen, dan Chau (2001) melakukan penelitian di Hong Kong kepada 178 responden dengan kuesioner yang didesain menggunakan 1-7 skala Likert. Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *online trading*.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Al-ajam dan Nor (2013). Penelitian Al-ajam dan Nor (2013) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *internet banking*. Al-ajam dan Nor (2013) melakukan penelitian dengan cara survei di Yaman kepada 1286 responden yang menggunakan *internet banking*. Penelitian Al-ajam dan Nor (2013) menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *internet banking*.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Artha (2011). Penelitian Artha (2011) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *e-commerce*. Artha (2011) melakukan penelitian di Indonesia kepada 152 responden mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya. Hasil penelitian Artha (2011) menunjukkan bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *e-commerce*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *emoney*. Studi ini membuktikan secara empiris bahwa *e-money* telah sesuai dengan gaya hidup, sesuai dengan cara menggunakan, sesuai dengan kebiasaan sehari-hari, dan sesuai dengan pengetahuan masa lalu. Kesesuaian *e-money* dalam kehidupan sehari-hari menyebabkan *e-money* semakin diterima.

Diskusi Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Minat Keperilakuan Menggunakan EMoney

Sikap didefinisikan sebagai bentuk perasaan positif atau negatif individu apabila diharuskan untuk melakukan perilaku yang akan ditentukan (Davis, 1989). Sikap juga merupakan tingkat evaluasi diri ketika individu merasa bahwa perilaku yang dimaksud adalah menguntungkan atau tidak menguntungkan (Ajzen, 1991). Oleh karena itu dapat diartikan bahwa sikap merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berperilaku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009), Crespo dan Rodriguez (2007), Tjini dan Baridwan (2013), Shih dan Fang (2004), Lau, Yen, dan Chau (2001).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lee (2009). Penelitian Lee (2009) meneliti tentang pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *online trading*. Lee (2009) melakukan penelitian di Taiwan kepada 338 responden dengan menggunakan survei *online* berbasis web. Penelitian Lee (2009) menggunakan 1-7 skala Likert dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *online trading*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Crespo dan Rodriguez (2007). Crespo dan Rodriguez (2007) meneliti tentang pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *B2C e-commerce*. Crespo dan Rodriguez (2007) melakukan penelitian di Spanyol kepada 675 responden yang berasal dari mahasiswa program doktor di 14 universitas dengan menggunakan

kesioner berbasis 1-7 skala Likert. Hasil penelitian Crespo dan Rodriguez (2007)) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *B2C e-commerce*.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2013). Penelitian Tjini dan Baridwan (2013) meneliti tentang pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *internet banking*. Tjini dan Baridwan (2013) melakukan penelitian di Indonesia kepada 125 mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya dengan menggunakan kuesioner berbasis 1-7 skala Likert. Hasil penelitian Tjini dan Baridwan (2013) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *internet banking*.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Shih dan Fang (2004). Penelitian Shih dan Fang (2004) meneliti tentang pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *internet banking* di Taiwan dengan menggunakan 425 responden yang terdiri atas 51% laki-laki dan 49% perempuan. Penelitian Shih dan Fang (2004) menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian Shih dan Fang (2004) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *internet banking*.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Lau, Yen, dan Chau (2001). Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) meneliti tentang pengaruh sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *online trading*. Lau, Yen, dan Chau (2001) melakukan penelitian di Hong Kong kepada 178 responden dengan kuesioner yang didesain menggunakan 1-7 skala Likert. Penelitian Lau, Yen, dan Chau (2001) menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *online trading*.

Sikap auditor dalam menggunakan *e-money* menunjukkan tingkatan individu tersebut terhadap evaluasi baik atau kurang baik tentang adanya *e-money*. Sebagai auditor, sebelum menggunakan *e-money*, maka akan mencari informasi seputar *e-money*. Semakin banyak informasi yang diterima oleh auditor, maka akan dapat menimbulkan sikap yang baik dari sisi auditor. Semakin tinggi sikap baik yang ditunjukkan oleh auditor, maka akan semakin memperbesar minatnya untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa auditor di empat besar KAP setuju bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*. Ketika seorang auditor merasa bahwa menerima penggunaan *emoney* merupakan ide yang baik dan bijaksana, auditor menyukai ide tersebut, dan auditor merasa nyaman, maka auditor tersebut akan memiliki keinginan atau minat yang tinggi untuk menggunakan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money*. Proses survei dilakukan dengan cara memberikan secara tidak langsung kuesioner kepada responden melalui *softcopy* berupa *link google form*. Total responden dalam studi ini adalah sebanyak 104 auditor yang bekerja di empat besar KAP yang mengaudit perusahaan publik dan memiliki pendapatan terbesar selama tahun 2016.

Hasil studi ini menyimpulkan bahwa minat berperilaku auditor dalam menggunakan *emoney* ditentukan oleh sikap penggunaan auditor. Sikap penggunaan auditor dipengaruhi secara positif oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas. Sikap penggunaan mengindikasikan bahwa auditor mempunyai hasil evaluasi yang positif terhadap minat berperilaku auditor dalam menggunakan *e-money* melalui model Modifikasi TAM dan Modifikasi DTPB. Namun studi ini tidak berhasil membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan auditor. Persepsi risiko dalam studi ini memiliki pengaruh positif terhadap sikap penggunaan auditor karena *e-money* memiliki kelemahan, yaitu kurangnya keamanan data saat menggunakan *e-money*, kekhawatiran akan sistem yang kurang stabil, kekhawatiran bahwa

sistem *e-money* tidak melakukan transaksi sesuai dengan prosedur, kekhawatiran akan tidak adanya kompensasi jika kesalahan sistem terjadi saat bertransaksi, kekhawatiran jika ada gangguan maupun kecurangan sistem saat menggunakan *e-money*, serta dana yang terdapat dalam *e-money* tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Persepsi kepercayaan berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan *e-money*, karena seseorang tidak akan mempercayai suatu hal apabila merasa bahwa risiko yang masih mungkin terjadi cukup besar.

Implikasi Penelitian

Studi ini mempunyai dua implikasi, yaitu implikasi teori dan implikasi praktik. Implikasi teori studi ini adalah hasil studi ini termasuk mendukung teori yang digunakan, yaitu Modifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Modifikasi *Decomposed Theory of Planned Behavior* (DTPB). Selain mendukung kedua teori tersebut, studi ini juga mampu mengembangkan konsep penerimaan atau penolakan suatu teknologi informasi dengan menggunakan konstruk persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kompatibilitas, sikap penggunaan, dan minat berperilaku. Sikap penggunaan dalam studi ini adalah sebagai variabel *intervening*.

Implikasi praktik hasil studi ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam mempertimbangkan praktik perancangan dan pengembangan teknologi informasi secara umum maupun *e-money* khususnya. Para penerbit *e-money* yang mengalami kendala dalam perancangan dan pengembangan *e-money* dapat lebih mempertimbangkan kelima faktor diatas dalam mengevaluasi sikap penggunaan terhadap minat berperilaku dalam menggunakan *e-money* dari sisi pengguna produk mereka, yaitu auditor. Selain itu, implikasi lainnya adalah studi ini dapat digunakan sebagai referensi untuk dukungan pembuatan keputusan atau kebijakan terkait dengan manajemen dan keuangan bagi penerbit *e-money*. Studi ini juga dapat digunakan oleh KAP di Indonesia sebagai bentuk motivasi kepada auditor untuk minat menggunakan *e-money* sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dalam kehidupan sehari-hari dan ikut serta dalam mematuhi peraturan dari pemerintah.

Keterbatasan dan Saran

Peneliti menyadari terdapat keterbatasan pada studi ini. Keterbatasan pada studi ini adalah terkait dengan metode pengambilan sampel. Peneliti menggunakan *convenience sampling*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tidak dapat memastikan jumlah auditor di KAP *Big Four* Indonesia karena terdapat pembatasan informasi, sehingga tingkat generalisasi dalam menguji sikap penggunaan terhadap minat berperilaku menggunakan *e-money* tergolong cukup rendah.

Saran peneliti untuk topik dan subjek studi yang sama adalah mempertimbangkan lagi metode pengambilan sampel yang digunakan untuk melakukan penelitian. Pertimbangan mengenai metode pengambilan sampel yang lebih baik dapat meningkatkan generalisasi dalam suatu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Agarwal, R. & Karahanna, E. 1998. On The Multi-Dimensional Nature of Compatibility Beliefs In Technology Acceptance. *Information and Management Sciences Department College of Business, The Florida State University*.
- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, Nomor 2; 179–211.

- Akturan, U. & Tezcan, N. 2012. Mobile banking adoption of the youth market (Perceptions and intentions). *Marketing Intelligence & Planning*, Volume 30, Nomor 4; 445-459.
- Al-ajam, A.S. & Nor, K. Md. 2013. Influencing Factors on Behavioral Intention to Adopt Internet Banking Service. *World Applied Sciences Journal* 22, Nomor 11; 1652-1656.
- Amirullah dan Widayat. 2002. Riset Bisnis. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anggraini, R.Y. 2012. Penerimaan *internet banking*: Pendekatan *technology acceptance model* yang dimodifikasi. *Skripsi*. Malang: Jurusan Akuntansi FEB UB.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Artha, U. 2011. Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, kepercayaan, inovasi pribadi, dan kesesuaian terhadap sikap penggunaan *E-Commerce*. *Skripsi*. Malang: Jurusan Akuntansi FEB UB.
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Cara Uang Elektronik.
- Baridwan, Z. 1981. *Sistem Akuntansi, Penyusunan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bodnar, George H. dan William S Hopwood. 2004. *Accounting Information Systems Ninth Edition*. Sapatra, Julianto Agung dan Setiawati, Lilis, T. (Penerjemah). Sistem Informasi Akuntansi. Andi.
- Chau, P.Y.K., Lau, A., Yen, J. 2001. Adoption of on-line trading in the Hong Kong Financial Market. *Journal of Electronic Commerce Research*, Volume 2, Nomor 2; 58-65.
- Chen, Yi-Cheng, Yi-Chien Lin, Ron Chuen Yeh, & Shi-Jer Lou. 2013. Examining Factors Affecting College Students' Intention to Use Web-Based Instruction Systems: Towards An Integrated Model. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, volume 12 Issue 2.
- Cheng, E.T.C., Lam, David D.Y.C., Yeung, A.C.L. 2006. Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong. *Department of Logistics, The Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong*.
- Chi, W.H. & Tang, T.W. 2005. The role of trust in customer online shopping behaviour: Perspective of technology acceptance model. *National Dong-Hwa University, Taiwan*.
- Cho, V. 2006. A study of the roles of trusts and risks in information-oriented online legal services using an integrated model. *Information & Management* Vol. 43; 502–520.
- Cooper D.R & Schindler, P.S. 2003. *Business Research Methods 8th Edition*, McGraw-Hill Irwin, Boston.

- Crespo, A.H., & Bosque, I.R. del. 2010. The influence of the commercial features of the Internet on the adoption of e-commerce by consumers. *Electronic Commerce Research and Applications* 9; 562-575.
- Crespo, A.H., & Rodriguez, B.I. 2007. Explaining B2C e-commerce acceptance: An integrative model based on the framework by Gatignon and Robertson. *Elsevier: Interacting with Computers* 212-224.
- Dabhade, A. 2008. Antecedents Of Older Consumers' Internet Shopping For Apparel Products: Perceived Risk And Benefits And Shopping Orientation. *Thesis*. Auburn University.
- Davis, F.D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, Volume 13, Nomor 3; 318–339.
- Escalera-Chavez, M.E., Garcia-Santillan, A., Cordova-Rangel, A. 2013. Structural equation model to measure attitude toward E-commerce. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Volume 7, Nomor 12; 256-261.
- Fathinah, F. K. & Baridwan, Z. 2013. Determinan minat individu dan pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan sistem informasi berbasis teknologi di Bank Syariah. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Fishbein, M. & Ajzen, I. 1975. Belief, attitude, intention and behavior. *Reading, MA: Addison-Wesley*.
- Fortuna, S.C.D. & Harris, L. 2013. Pengaruh faktor individu, organisasi, dan sistem terhadap penerimaan E-banking. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D.W. 2003. Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, Volume 27, Nomor 1; 51–90.
- Govindaraju, R., Indriany, N., Bruijin E. de. 2007. Studi Mengenai Penerimaan Sistem ERP: Enhancement Terhadap Model Penerimaan Sistem ERP Berbasis Technology Acceptance Model. *National Industrial Engineering Conference*, Nomor 4; 1-11.
- Grant, M. Robert. 2007. The Future of Management. *Harvard Business School Press*.
- Hall, J.A. 2011. *Accounting Information Systems 4th ed yang diterjemahkan oleh Fitriasari, D. dan Kwary, D.A. dalam Sistem Informasi Akuntansi Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handarbeni, G. 2012. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi saham dengan menggunakan online trading (Studi kasus: PT BNI Securities). *Skripsi*. Salemba: Program Ekstensi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Hsu, Meng-Chiang & Chiu, Chao-Ming. 2004. Predicting Electronic Service Continuance with A Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Behaviour & Information Technology*, Volume 23, Nomor 5; 359-373.
- Jati, N., J. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Skripsi*. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Jayasingh, S., dan Eze, U.C. 2010. The Role of Moderating Factors in Mobile Coupon Adoption: An Extended TAM Perspective. *Communications of the IBIMA*, Vol. 2010 (2010), Article ID 596470, 13 pages.
- Joewono. Berita pemerintah mewajibkan implementasi *e-money* untuk seluruh gerbang tol. Detik Finance. Diakses pada 2 November 2017.
- Hartono, Jogiyanto M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan* Edisi Revisi. Yogyakarta: ANDI.
- Hartono, Jogiyanto M. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Hartono, Jogiyanto M. dan Abdillah, W. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS untuk penelitian empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, Jogiyanto M. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hsu, Meng-Hsiang & Chao-Min Chiu. 2004. Internet Self-Efficacy and Electronic Service Acceptance. *Elseiver, Decision Support Systems*, 38 (2004) 369– 381.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. 2013. (<http://kbbi.web.id/>), diakses pada 25 September 2017.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Wygandt, dan Terry D. Warfield. 2002. *Intermediate Accounting Tenth Edition*. Salim, Emil, T. (Penerjemah). Akuntansi Intermediate, Jilid 1, Edisi Kesepuluh. Erlangga.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., Rao, H. R., 2007. A trust-based consumer decision Making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*; 157-167.
- Kim, Hyo-Jeong, Michael Mannino, & Robert J. Nieschwietz. 2009. Information technology acceptance in the internal audit profession: Impact of technology features and complexity. *Elseiver, International Journal of Accounting Information Systems* 10 (2009) 214–228.
- Kinanti, F. & Baridwan, Z. 2013. Analisis determinan sistem informasi e-ticketing: Pendekatan extended theory of planned behaviour. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).

- Kurnia, S., & Chien, A.W.J. 2003. The Acceptance of Online Grocery Shopping. *Department of Information Systems, The University of Melbourne*.
- Kusuma, H., dan Susilowati, D. 2007. Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI Volume 11 Nomor 2*; 125-139. RJOAS 06-29.
- Kusumadewi, A.W., Baridwan, Z., Hariadi, B. 2017. Study on Auditor's Attitude in Using Information Technology for Auditing: Theory of Planned Behavior and Social Cognitive Theory Modification
- Kusumo, H.C. 2010. Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) dengan Kerumitan (Complexity) Sebagai Variabel Eksternal dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Lam, Terry., Vincent Cho, & Hailin Qu. 2007. A Study Of Hotel Employee Behavioral Intentions Toward Adoption Of Information Technology. *Elsevier. International Journal of Hospitality Management*, 26,9-65.
- Lau, A., Yen,J., & Chau, P.Y.K. 2001. Adoption of Online Trading in the Hong Kong Financial Market. *Journal of Electronic Commerce Research* 2 (2):58-65.
- Lee, Ming-Chi. 2008. Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Lee, Ming-Chi. 2009. Predicting and explaining the adoption of online trading: An empirical study in Taiwan. *Decision Support Systems* 47; 133-142.
- Lee, S.H., & Ngoc, H.T.B. 2010. Investigating The on-Line Shopping Intentions of Vietnamese Students: an Extension of The Theory of Planned Behaviour. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, Volume 8, Nomor 4.
- Liao, C.H., & Chiu, S.H. 2009. Public Attitude toward Mobile Base Station Siting: More than NIMBY. *Institute of Telecommunications Management*, National Cheng Kung University.
- Lim, Weng Marc & Ding Hooi Ting. 2012. E-shopping: an Analysis of the Technology Acceptance Model. *Modern Applied Science*, Vol. 6, No. 4; April 2012.
- Limayem, M., Khalifa, M., & Chin, W.W. 2001. Intention Does not Always Matter: The Contingent Role of Habit on IT Usage Behavior. *Proceedings of the 9th International Conference on Information Systems*; 27-29.
- Littler, D. & Melanthiou, D. 2006. Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behavior towards innovative retail services: the case of Internet banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 13, Nomor 6; 431-443.
- Liu, M.T., Brock, J.L., Shi, G.C., Chu, R., Tseng, T. 2012. Perceived benefits, perceived risk, and trust (Influences on consumers' group buying behaviour). *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Volume 25, Nomor 2; 225-248.

- May, E. 2013. *Smart Trader Rich Investor: The Baby Steps*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mehrens, J., Cragg, P.B., Mills, A.M. 2001. A model of Internet adoption by SMEs. *Information & Management*, Volume 39, Nomor 3; 165–176.
- Moore, G.C., Benbasat, I., 1991. Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research* 2 (3), 192–222.
- Nazar, M.R. & Syahrani, 2008. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online. *Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada*.
- Nor, K.M. and Pearson, J.M. 2007. The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Volume 12, Nomor 2, 2007.
- Pavlou, P.A & Fygenson, M. 2006. Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *MIS Quarterly*, 115-143.
- Pavlou, P.A. 2003. Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce* 7, Nomor 3; 69–103.
- Pertawijaya, I.P & Sharif, O.O. 2015. Analisis Komparatif Mobile Technology Acceptance Model pada Aplikasi Telkom T-Money dan Mandiri E-Cash. *Eproceedings of Management*, Volume 2, Nomor 2.
- Quaddus, M., & Xu, J. 2006. Examining a Model of On-Line Auction Adoption: A CrossCountry Study. *The Tenth Pacific Asia Conference on Information Systems*.
- Ramayah, T., Rouibah, K., Gopi, M., Rangel, G.J. 2009. A decomposed theory of reasoned action to explain intention to use internet stock trading among Malaysian investors. *Computer in Human Behavior* 25; 1222-1230.
- Rochmawati, S. & Purnomosidhi, B. 2013. Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, persepsi risiko, persepsi kebermanfaatan terhadap niat penggunaan kartu kredit. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Rommey, Marshall B. dan Paul John Steinbart. 2004. *Accounting Information Systems*. Terjemahan. Sistem Informasi Akuntansi. Salemba Empat.
- Santhanamery, T., & Ramayah, T. 2012. Continued Usage Information of E-Filling System in Malaysia: The Role of Optimism Bias. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 65.
- Saraswati, P. & Baridwan, Z. 2013. Penerimaan sistem e-commerce: pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko. *Skripsi*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).

- Sari, M.W. & Baridwan, Z. 2013. Sikap penggunaan mobile commerce: modifikasi teori technology acceptance model. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. PT Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setyobudi, W.T. 2008. Aplikasi theory of planned behavior (TPB) terhadap perilaku berbagi pengetahuan (knowledge sharing) dalam organisasi. *National Conference on Management Research*.
- Shanmugham, R. & Ramya, K. 2012. Impact of social factors on individual investors's trading behaviour. Second Annual International Conference on Accounting and Finance, *Procedia Economics and Finance* 2; 237-246.
- Shih, Y.Y. & Fang, K. 2004. The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan. *Internet Research*, Volume 14, Number 3; 213–223.
- Shomad, A. C. & Purnomosidhi, B. 2013. Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan E-commerce. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Sholihin, Mahfud. & Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Non-Linier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Susanti, Y. & Gunarsih, T. 2008. Pengaruh sikap terhadap perilaku, faktor sosial, dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap minat pembelian tiket pesawat secara online. *National Conference on Management Research*. Taylor, S. & Todd, P. 1995. Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, Volume 12, Nomor 2; 137-156.
- Tjini, S.S.A. & Baridwan, Z. 2013. Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Tu, T. T., HueChang, H., Chiu, Y. H. 2011. Investigation of the Factors Influencing the Acceptance of Electronic Cash Stored-Value Cards. *African Journal of Business Management*, Volume 5 (1) pp. 108-120.
- Torkzadeh, G. & Dhillon, G. Measuring Factors the Influence the Success of Internet Commerce. *Information System Research*, Volume 13, Nomor 2; 187-204.
- Venkatesh, Viswanath & Fred D. Davis. 2000. A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *ABI/Inform Global. Management Science*, 186.

- Wibowo, A. 2008. Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Program Studi Sistem Informasi. Fakultas Teknologi Informasi. Universitas Budi Luhur.*
- Wilkinson, Joseph W., Michael J. Cerullo, Vasant Raval, and Bernard Wong-On-Wing. 2000. *Accounting Information System 4th Edition : Essential Concepts and Applications*. New Jersey : John Wiley and Sons, Inc
- Windarta, I. W. D. C. 2011. Determinan minat berperilaku untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi informasi. *Tesis*. Malang: Program Magister Akuntansi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Wulandari, D., Soseco, T., Narmaditya, B.S. 2016. Analysis of the Use of Electronic. *International Finance and Banking ISSN 2374-2089*, Volume 3, Nomor 1.
- Yaghoubi, N.M., Kord, B., dan Shakeri, R. 2010. E-Government Services and user Acceptance: The Unified Models' Perspective. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences ISSN 1450-2275 Issue 24*; 1-20.