

ANALISIS MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK OLEH MAHASISWA DENGAN MENAMBAHKAN VARIABLE KOMPATIBILITAS, KOMPLEKSITAS, PERSEPSI KEGUNAAN, PENGARUH SOSIAL DAN KEPERCAYAAN

Fathnal Azumar Siregar

Dr. Zaki Baridwan. AK., CA., CPA

Program Sarjana Akuntansi Internasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Jl. Mayjen Haryono 165, Malang 65145, Indonesia
Telp. 0341-555000 (Hunting), 551396 Fax 0341-553834
E-mail: info.feb@ub.ac.id, Website: <http://www.feb.ub.ac.id>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh, efek kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial dan kepercayaan dalam minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang digunakan berasal dari kuesioner yang disebarkan kepada 273 responden, yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Brawijaya pada tahun ajaran 2015/2016. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima variabel independen yang menganalisis pengaruh kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Sebaliknya untuk satu variabel yang tersisa adalah pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Kata Kunci: kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial, kepercayaan, minat menggunakan, uang elektronik

A. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dapat membantu segala jenis kegiatan sehari-hari manusia, termasuk kegiatan bisnis. Dalam bisnis, teknologi informasi sangat penting dalam pengambilan keputusan karena informasi telah diterima tanpa hambatan dan tepat waktu. Salah satu pengguna teknologi adalah Bank Indonesia, mereka terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai prioritas mereka, juga meningkatkan dan merancang sistem pembayaran yang berharga, yaitu uang kertas menjadi uang elektronik. Dalam pengembangan sistem pembayaran di Indonesia, berbagai faktor muncul dan mengharuskan Bank Indonesia untuk selalu mengontrol dan mengawasi, misalnya penyebaran uang dan denominasi, itu adalah pembatasan tersendiri. Dengan populasi yang cukup besar dan kondisi geografis yang luas untuk menyebarkan uang ke publik di setiap tahun, Bank Indonesia mengeluarkan tidak kurang dari 3 triliun untuk mencetak uang baru dan untuk mengangkutnya. Biaya ini diprediksi meningkat setiap tahun sebesar 10%. Selain itu, penggunaan uang tunai sebagai sistem pembayaran mulai menimbulkan banyak masalah, terutama risiko tinggi perampokan atau pencurian, kesehatan, kepraktisan dan pemalsuan uang (Hidayat, 2006).

Selanjutnya, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan gaya hidup. Hari-hari ini, orang cenderung lebih konsumtif, disertai dengan daya beli yang

meningkat, banyak bank terus berinovasi dalam rangka memfasilitasi kegiatan untuk pelanggan. Sistem pembayaran dalam ekonomi modern, pertukaran barang dan jasa begitu cepat sehingga memerlukan ketersediaan sistem pembayaran yang andal yang memungkinkan pembayaran lebih cepat, efisien, aman, dan andal. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang cepat, pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus berubah. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran menjadi bentuk pembayaran non-tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Ada beberapa program adalah Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan program masyarakat tunai kurang, yang diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan instrumen pembayaran mikro termasuk uang elektronik.

Dalam beberapa tahun terakhir, uang elektronik (e-money) telah menjadi cara hidup di kalangan pelajar untuk melakukan transaksi dan layanan melalui Internet. Internet telah memberikan peluang penting untuk membangun kembali keunggulan kompetitif dalam mengembangkan ekonomi nasional digital di seluruh dunia. E-Money adalah alat pembayaran non-tunai alternatif, terutama untuk pembayaran mikro hingga ritel. Bank for International Settlements (BIS) dalam publikasi pada tahun 1996 memperjelas bahwa uang elektronik didefinisikan sebagai produk bernilai-tersimpan atau prabayar yang sejumlah uang tertentu disimpan dalam media elektronik. Dalam peraturan Bank Indonesia nomor: 11/12 / PBI / 2009 tentang uang elektronik, dinyatakan bahwa uang yang disimpan secara elektronik di media seperti server atau chip digunakan untuk melakukan pembayaran kepada pedagang.

Siti Hadayati et al (2006) menemukan bahwa permasalahan e-money dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat mengubah fungsi permintaan uang dan selanjutnya dapat mengurangi jumlah rata-rata uang tunai yang dipegang oleh masyarakat. Munculnya gerakan penggunaan non-tunai, penerbit mata uang elektronik, dan meningkatnya volume transaksi menggunakan e-money di Indonesia, tentunya memberikan dampak yang signifikan pada pengguna e-money, di mana mereka menyadari ketika melakukan transaksi menggunakan pembayaran tunai dalam volume besar akan menyebabkan tidak praktis, tidak efisien, tidak nyaman, dan bahkan memiliki biaya yang relatif mahal. Menurut data dari Bank Indonesia, jumlah uang elektronik yang tersebar pada tahun 2008 berjumlah 430.801 instrumen. Pada tahun 2009, meningkat menjadi 3.016.272 instrumen, dan naik hingga 2013 dengan 36.225.373 instrumen, meskipun menurun menjadi 35.738.223 instrumen pada tahun 2014. Secara keseluruhan, ada berbagai keuntungan yang dapat dirasakan dalam penggunaan uang elektronik di Indonesia. Uang elektronik akan mempermudah pembayaran dan lebih aman. Ini karena kita bisa melakukan transaksi tanpa membawa banyak uang fisik dan akan lebih aman dari pencurian. Uang elektronik adalah alat pembayaran baru dalam industri keuangan Indonesia, sehingga uang elektronik adalah kategori baru yang masih memiliki aplikasi yang relatif rendah di Indonesia.

Banyak program pemerintah yang telah diterapkan dalam menggunakan e-money, dan perguruan tinggi yang menerapkan program untuk mendukung siswa menggunakan e-money, salah satunya adalah untuk mengimplementasikan integrasi melalui kartu pelajar dengan bank seperti BRI dengan e-money (BRIZZI) yang telah digunakan oleh mahasiswa Universitas Brawijaya, meskipun ini sudah diterapkan, banyak siswa kekurangan menggunakan e-money sebagai transaksi harian mereka. Pernyataan ini juga dibuktikan oleh Parastiti, et. Al. (2015), meskipun e-money telah terintegrasi dengan kartu siswa tetapi penggunaannya masih rendah. Hal ini terjadi dengan kurangnya informasi mengenai produk e-money yang digunakan dan sikap terbuka dari siswa. Selain itu, siswa lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena sudah bisa digunakan dan lebih praktis daripada uang elektronik. Penelitian ini juga diikuti oleh Sulisty, et. Al (2017), penggunaan e-money tidak signifikan mempengaruhi niat siswa untuk menggunakan e-money. Dapat dimengerti bahwa ukuran penggunaan e-money tidak mempengaruhi siswa menggunakan e-money karena penggunaan

e-money sama dengan uang tunai / tunai (fungsi yang sama). Kedua peneliti menerapkannya ke kampus mereka yang telah terintegrasi dengan bank, sehingga membuktikan bahwa tidak semua siswa yang sudah memiliki e-money tetapi tidak menggunakan dan mengerti e-money untuk transaksi mereka.

Penelitian ini menggunakan kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial dan kepercayaan untuk menguji efek determinan motivasi dengan model TAM, IDT, dan UTAUT sebagai teori latar belakang. Dengan demikian, penelitian ini mempelajari siswa dalam menggunakan e-money sebagai transaksi mereka, dan penggunaan e-money di Indonesia. Selanjutnya, temuan studi empiris ini dapat berguna untuk mengembangkan dan menguji teori yang terkait dengan penerimaan sistem e-money. Temuan ini juga berguna bagi para praktisi untuk merancang strategi dan mendesain sistem e-sistem. Peneliti menggunakan mahasiswa jurusan akuntansi yang aktif pada tahun ajaran 2015/2016 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Sampel menggunakan e-money atau mengerti tentang pembayaran sistem ini. Karena mahasiswa, sebagai sampel, dapat membawa pengaruh siswa lain untuk menggunakan e-money yang dapat mendatangkan banyak manfaat sebagai transaksi mereka.

B. TINJAUAN PUSTAKA

MODEL TEORITIS MINAT PENGGUNAAN E-MONEY

Technology Acceptance Model

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan teknologi informasi, khususnya dalam penggunaan uang elektronik. Model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penerimaan teknologi informasi adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Model ini menjelaskan penerimaan, penggunaan dan adopsi teknologi informasi. Menurut gagasan Davis, adopsi TI dipengaruhi oleh kepercayaan yang terkait penggunaan sebelumnya. Ketika membangun modelnya, Davis bergantung pada dua keyakinan berikut untuk mengembangkan modelnya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan.

Dari model ini, penelitian ini hanya menggunakan Persepsi Kegunaan, yaitu: “Tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya” (Davis, 1989). 2), karena memiliki kemampuan untuk melacak niat pengguna dan penerimaan untuk menggunakan e-money dengan memahami fungsi transaksi dalam transaksi modern.

Innovation Diffusion Theory

Penelitian tentang difusi inovasi telah banyak diterapkan dalam disiplin ilmu seperti pendidikan, sosiologi, komunikasi, pertanian, pemasaran, dan teknologi informasi, dll. (Rogers et al., 1995). Inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lain (Rogers, 1995). Difusi, di sisi lain, adalah proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial (Rogers, 1995). Oleh karena itu, teori IDT berpendapat bahwa pengguna potensial membuat keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi berdasarkan keyakinan yang mereka bentuk tentang inovasi (Agarwal, 2000).

IDT mencakup lima karakteristik inovasi yang signifikan: keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan uji coba dan kemampuan observasi (Rogers, 1983). Dari model ini hanya mengambil dua dari lima komponen IDT yaitu Kompatibilitas dan Kompleksitas, karena keduanya memiliki kemampuan melacak kecenderungan dan adopsi mereka untuk menggunakan e-money dengan memahami transaksi yang mampu menggunakan transaksi modern. Kompatibilitas mengacu pada sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan pengguna akhir pengguna yang

potensial. Kompleksitas adalah tingkat kesulitan pengguna akhir dalam memahami inovasi dan kemudahan penggunaannya.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology (UTAUT) disintesis model untuk menyajikan gambaran yang lebih lengkap dari proses penerimaan daripada model individu sebelumnya telah mampu melakukannya. Delapan model yang sebelumnya digunakan dalam literatur sistem informasi digabungkan dalam model terintegrasi, yang semuanya berasal dari psikologi, sosiologi dan komunikasi (Venkatesh et al., 2003).

Singkatnya, UTAUT memiliki tujuan utama untuk mengetahui sejauh mana penerapan sistem e-money dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat. Dari model UTAUT terdapat banyak macam variabel yang dapat berkontribusi membuat niat untuk menggunakan e-money, tetapi penelitian ini hanya mengambil satu variabel yaitu pengaruh sosial yang merupakan derajat dimana seseorang merasa bahwa orang lain yang penting percaya bahwa dia harus menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2003). Indikator ini adalah cara berpikir dan persepsi konsumen tentang orang-orang yang memberikan beberapa hal penting kepada mereka apakah itu benar atau tidak mencerminkan perilaku mereka (Fishbein dan Ajzen, 1975).

Kepercayaan dalam Niat Perilaku

Kepercayaan adalah faktor kunci dan pondasi dalam mengembangkan bisnis dalam transaksi online. Dalam beberapa penelitian, kepercayaan sangat sulit untuk didefinisikan karena dibutuhkan lebih banyak pemahaman kepercayaan sebagai fitur penting yang mempengaruhi konsumen (McKnight, D.H. et al., 2002). Pavlou (2003) melakukan penelitian tentang minat individu dalam penggunaan transaksi online, salah satu variabel adalah kepercayaan, yang merupakan konstruk utama yang digunakan sebagai dasar berbagai studi sistem teknologi informasi. Menurut penelitian ini, kepercayaan membangun adalah ketidakpastian yang sering muncul ketika individu menggunakan internet. Peneliti percaya bahwa kepercayaan memiliki dampak positif pada kepentingan individu dalam transaksi e-commerce. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pavlou (2003) menghasilkan temuan serupa dengan Suh dan Han (2003) yang menemukan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat transaksi e-commerce.

Konsep Niat Perilaku dalam Penerimaan Teknologi

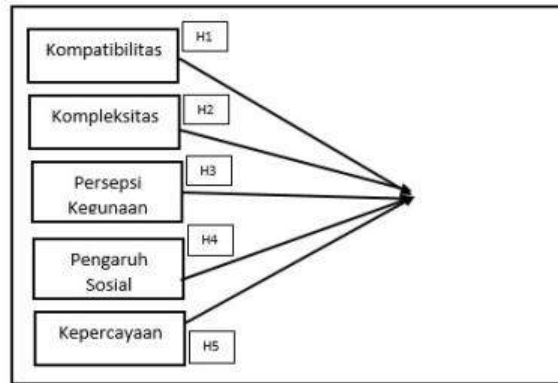
Niat adalah instrumental dalam menentukan perilaku dan sikap seseorang. Intensi pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan diri luar. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan, semakin besar minat (Surhayat, 2009: 19). Niat untuk menggunakan adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan perilaku seperti itu jika ia memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008: 116).

Dapat disimpulkan bahwa niat akan menentukan perilaku jika seorang individu memiliki keinginan positif yang juga akan menimbulkan perilaku positif dan sebaliknya. Konsep yang sama diterapkan dalam penggunaan sistem. Thompson dkk. (1991) menyatakan bahwa kepercayaan seseorang dalam kegunaan sistem informasi akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu akan menggunakan sistem informasi.

KERANGKA PENELITIAN

Kerangka konseptual diperoleh untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam uang elektronik menggunakan model penelitian IDT, TAM dan UTAUT. Model penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1: Model Penelitian yang Diusulkan



Pada model penelitian ini, niat perilaku adalah tanda penerimaan individu teknologi (Thompson et al., 1991), dan niat untuk menggunakan sistem e-money secara langsung dipengaruhi oleh konstruk kompatibilitas, kompleksitas, kegunaan yang dirasakan, sosial pengaruh dan kepercayaan. Kompatibilitas dan kompleksitas konstruk yang digunakan berasal dari IDT (Roger, 1983), Penggunaan yang Dirasakan berasal dari TAM (Davis, 1989), Pengaruh sosial berasal dari UTAUT (Venkatesh et al., 2003), dan Kepercayaan berasal dari Pavlou (2003).

Ketika niat perilaku dikaitkan dalam model IDT, TAM, UTAUT dan Kepercayaan. IDT menjelaskan bahwa niat Perilaku adalah masalah yang ditentukan oleh aspek inovasi diri dari Individu yang ditunjukkan oleh konstruksi pribadi inovatif dalam teknologi informasi. Individu yang memiliki inovasi akan cenderung lebih tertarik pada teknologi daripada mereka yang tidak memiliki inovasi (Rogers, 1995).

Sementara TAM menjelaskan bahwa niat Individu untuk menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh keyakinan yang mempengaruhi Perilaku individu yang terdiri dari persepsi individu yang terkait dengan kemudahan penggunaan teknologi (Davis, 1991). Model selanjutnya adalah UTAUT menyatakan beberapa variabel yang ada di IDT dan TAM. Metode ini juga menjelaskan bagaimana pemikiran dan persepsi konsumen tentang orang-orang yang entah bagaimana berpikir tentang ketidakpastian dan efek tak terduga untuk menggunakan sistem ketika konsumen menggunakan teknologi baru mereka (Venkaetsh et al., 2003), yang terakhir adalah Kepercayaan didefinisikan sebagai subyektif probabilitas yang percaya bahwa transaksi online akan terjadi secara konsisten sesuai dengan harapan (Pavlou, 2001). Pengembangan model untuk menjelaskan dan memprediksi ketidakpastian yang sering muncul ketika individu melakukan transaksi secara elektronik dengan uang elektronik menjadi sikap yang lebih terbuka dan mengerti dalam menerima teknologi baru.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Kompatibilitas pada Minat Perilaku untuk Menggunakan E-Money

Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Sebuah ide yang lebih kompatibel kurang pasti terhadap pengguna potensial (Rogers, 1973, hal. 223). Kompatibilitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan teknologi informasi dalam penelitian yang dilakukan oleh Hung et.al (2006). Faktor ini banyak dilakukan sebagai bahan penelitian untuk membantu mereka dalam mengetahui persepsi mereka tentang teknologi informasi.

Wu dan Wang (2005) dan Chang dan Tung (2008a) menegaskan bahwa kompatibilitas memiliki signifikan positif terhadap niat perilaku. Demikian juga, penelitian sebelumnya telah menyelidiki kompatibilitas aspek yang berbeda, sehingga mendukung dampaknya pada niat untuk menggunakan (Hardgrave et al., 2003). Kemudian, temuan ini mendukung keberadaan

sistem e-learning, (Chang & Tung, 2008; Wu & Wang, 2005; Hardgrave et al., 2003). Studi ini memberikan hasil tambahan untuk kompatibilitas faktor untuk memberikan hasil positif dan baik kepada pengguna dalam menguji sistem e-learning.

H1: Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

Pengaruh Kompleksitas pada Minat Perilaku untuk Menggunakan E-Money

Kompleksitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi mudah dipahami oleh sebagian besar anggota sistem sosial. Secara umum, ide-ide baru yang lebih mudah dipahami akan diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang mengharuskan pengguna untuk mengembangkan keterampilan dan pemahaman baru (Rogers, 195: 15). Ada beberapa penelitian empiris juga menunjukkan bahwa semakin kompleks pengguna akhir yang merasakan sistem e-learning, semakin rendah niat pengguna untuk menggunakan sistem (Lin, 2006).

Hipotesis lainnya yang dirumuskan oleh Desmayanti (2012) adalah kompleksitas yang secara negatif mempengaruhi intensitas perilaku dalam penggunaan e-Filing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompleksitas konstruk berpengaruh negatif terhadap intensitas perilaku dalam penggunaan e-Filing. Sistem yang dianggap lebih mudah digunakan dan kurang kompleks memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk diterima dan digunakan oleh pengguna potensial (Agarwal dan Prasad, 1997). Studi kasus ini menunjukkan bahwa difusi dan adopsi inovasi merupakan fenomena yang agak kompleks di mana pemahaman tidak dapat direduksi menjadi seperangkat sederhana pertimbangan fungsional atau instrumental, terutama jika digunakan untuk memahami mengapa suatu inovasi diadopsi (Korteland dan Bekkers, 2007).

H2: Kompleksitas berpengaruh negatif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

Pengaruh Persepsi Kegunaan pada Minat Perilaku untuk Menggunakan E-Money

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai keyakinan dalam kegunaan, tingkat di mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi / sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam pekerjaan. Thompson dkk. (1991) juga menyatakan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika mereka mengetahui manfaat positif dari menggunakannya. Dari definisi diketahui bahwa persepsi kegunaan adalah keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Dari pengertian di atas, konstruk ini dapat digunakan sebagai dasar untuk keputusan tentang penggunaan teknologi baru. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi itu berguna maka dia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2008: 115).

Penelitian Purnama (2012) menemukan bahwa kegunaan yang dirasakan mempengaruhi minat konsumen menggunakan kartu e-toll dalam arah positif dan arah koefisien regresi positif. Ini berarti bahwa kemudahan meningkat seperti yang ditunjukkan dengan penggunaan kartu e-toll mudah dipelajari, penggunaan kartu e-toll mudah dioperasikan, dan penggunaan e-Toll card tidak membuat pengguna dalam kesulitan, maka minat konsumen dalam menggunakan e-toll card akan meningkat. Wibowo dan Rosmauli (2015) menjelaskan bahwa kegunaan yang dirasakan adalah kepercayaan seseorang terhadap teknologi informasi jika mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Penelitiannya tentang pengaruh menemukan bahwa kegunaan yang dirasakan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi peneliti dan pengguna dalam menggunakan e-money card secara signifikan.

H3: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

Pengaruh Sosial terhadap Minat Perilaku untuk Menggunakan E-Money

Pengaruh sosial adalah salah satu determinan yang memengaruhi niat perilaku pengguna dalam model UTAUT. Variabel ini didefinisikan sebagai ukuran di mana seseorang merasa bahwa orang lain ingin mereka menggunakan sistem baru (Venkatesh, 2003). Pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat penggunaan Alipay di Tiongkok

(Xie & Lin, 2014). Hasil empiris penerimaan pengguna Alipay di China (Xie & Lin, 2014) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan Alipay. Pengaruh sosial memiliki dampak positif pada niat perilaku pengguna untuk menggunakan Alipay, yang dapat diartikan sebagai bahwa pelanggan berpikir bahwa pengaruh yang tinggi dari orang lain yang signifikan akan memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan Alipay.

Hasil penelitian lain menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif dari pengaruh sosial terhadap niat perilaku pengguna dan penurunan kesalahan standar estimasi dari penggunaan layanan e-banking (Carlsson et al., 2014). Tujuan untuk melakukan riset terapan adalah untuk menemukan layanan e-banking, untuk meningkatkan praktik, penelitian ini mengadopsi model UTAUT ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan layanan e-banking yang salah satunya adalah pengaruh sosial sebagai faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna e-banking (Ghalandari, K., 2012).

H4: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Perilaku untuk Menggunakan E-Money

Kepercayaan adalah hal yang diperlukan bagi pengguna sistem teknologi informasi. Orang lebih cenderung menggunakan bentuk pembayaran yang mereka percayai. Namun, seseorang dapat mempercayai cek tetapi tidak dapat membayar semuanya dengan cek. Penggunaan bentuk uang tertentu juga dipengaruhi oleh akses ke instrumen pembayaran dan mode transaksi; arti budaya; informasi yang sesuai dengan pembayaran yang dilakukan; biaya dan kenyamanan. (Jogiyanto, 2008).

Berdasarkan penelitian Sulastini dan Warmika, (2014) yang menjelaskan maksud penggunaan internet banking, menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan internet banking. Setyo Ferry Wibowo dan Dede Rosmauli (2015) mengukur variabel respon positif responden. Ini mempelajari pengetahuan orang tentang produk e-money. Studi menemukan bahwa orang sangat setuju bahwa kepercayaan dianggap penting dalam kartu e-money produk. Pernyataan hipotesis pada variabel ini diterima dan variabel kepercayaan memiliki efek pada niat menggunakan produk kartu e-uang secara signifikan.

H5: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antara konstruk. Konstruksi ini adalah efek dari kompleksitas, kompatibilitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial dan kepercayaan sebagai variabel independen, pada minat perilaku untuk menggunakan e-money sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal. Hubungan penelitian dengan konstruksi bebas dan konstruksi terikat, selain mengukur kekuatan hubungan (Kuncoro, 2003: 11).

Penelitian ini termasuk jenis survei, penelitian yang digunakan dalam populasi besar atau kecil, tetapi data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi, sehingga peristiwa relatif, distribusi dan hubungan antara konstruksi ditemukan.

Teknik Penentuan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan darinya (Sugiono, 2012: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1

yang aktif dengan jurusan Akuntansi Ekonomi dan Bisnis di Universitas Brawijaya Malang tahun 2016/2017.

Sampel dipilih menggunakan teknik stratified random sampling yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan populasi disusun berdasarkan strata atau kelompok tertentu kemudian sampel dipilih dari setiap strata atau kelompok, dan metode pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Wiyono, 2011). Peneliti menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi 273 siswa.

Tipe dan Sumber Data

Berdasarkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka atau data kualitatif dalam arogansi (Sugiyono, 1999: 13). Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari responden yang dinilai menggunakan skala yang telah ditetapkan. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Menurut Bungin (2010: 122), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian atau objek penelitian. Data primer diperoleh dari jawaban responden yang diberikan pada kuesioner.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini harus valid. Menurut Thoifah (2015), valid dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang sedang diukur (mampu mengukur objek penelitian).

Uji Reabilitas

Kuesioner tidak hanya valid tetapi juga harus dapat diandalkan. Menurut Thoifah (2015), dapat diandalkan stabil atau memiliki presisi tinggi. Untuk membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan dipercaya atau diandalkan dengan menggunakan Alpha Cronbach.

Metode Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Sebelum menggunakan analisis linier berganda, penelitian pertama kali melakukan uji asumsi klasik. Tujuan pengujian ini adalah untuk memberikan jaminan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten (Setyadharma, 2010). Uji asumsi klasik yang digunakan adalah:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi, apakah distribusi normal terdistribusi atau tidak normal Ghazali (2006: 31).

Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah hubungan linear sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah ada korelasi tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda (Priadana et al., 2010: 192).

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan nilai deviasi residual karena nilai kecil salah satu variabel independen. Atau perbedaan nilai variasi dengan meningkatnya nilai variabel independen. Prosedur tes dilakukan menggunakan Glejser Test. Pengujian homogenitas dari varietas yang tersisa didasarkan pada hipotesis:

H0: ragam sisaan homogen

H1: ragam sisaan tidak homogeny

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang akan memprediksi pengaruh dua variabel independen atau lebih pada satu variabel dependen (Usman dan Akbar, 2012). Penelitian ini akan memprediksi hubungan antara lima variabel independen yaitu kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan kepercayaan dengan satu variabel dependen yaitu niat perilaku. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yang dikutip dalam Usman dan Akbar (2012), yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Minat perilaku

a = Konstanta

X₁ = Kompatibilitas

X₂ = Kompleksitas

X₃ = Persepsi Kegunaan

X₄ = Pengaruh Sosial

X₅ = Kepercayaan

b₁b₅ = Koefisiensi Regresi

Koefisiensi Determinasi

R-kuadrat atau biasanya dikenal sebagai koefisien determinasi adalah salah satu uji statistik yang dapat membantu penulis untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007).

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) pada variabel dependen (Y) secara bersamaan atau bersama-sama. Tes ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independen pada variabel dependen (Anderson et al, 2012: 640).

Uji t

Menurut Anderson et al., (2012: 640), uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

D. PENEMUAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sample

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan penyebaran kuesioner kepada siswa secara tidak langsung kepada responden seperti menggunakan survei web. Pengumpulan data dilakukan selama 2 minggu dengan menyebarkan kuesioner secara tidak langsung melalui perantara (Google Formulir). Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 273 kuesioner, jumlah kuesioner yang tidak valid adalah nol. Setelah memeriksa dengan uji validitas dan reliabilitas, ada 273 kuesioner siap untuk diproses lebih lanjut dalam sampel penelitian ini.

Characteristic of Respondent

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna uang elektronik yang menggunakan / dapat / mampu / terbiasa menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran barang atau jasa. Dalam penelitian ini, responden dikategorikan menjadi empat jenis kelamin, usia, program studi dan tunjangan bulanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki adalah 122 orang (44,69%) dan responden perempuan adalah 151 orang (55,31%). Ini

menggambarkan bahwa dalam penelitian ini jumlah uang elektronik yang digunakan lebih tinggi pada wanita daripada pria.

Komposisi Responden Menurut Usia

Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden yang menggunakan uang elektronik berusia <20 tahun adalah 46 responden (16,85%), 227 responden berusia 20-25 tahun (83,15%). Ini menunjukkan bahwa siswa di bawah usia 20 tahun kebanyakan adalah mahasiswa sarjana yang masih rendah dalam penggunaan uang elektronik.

Komposisi Responden dengan Uang Saku per Bulan

Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata bulanan di atas Rp 1.000.000 dengan 179 siswa (65,57%).

Komposisi Responden Menggunakan E-Money

Berdasarkan hasil menunjukkan responden adalah 231 (84,62%) siswa telah menggunakan e-money sebagai alat pembayaran mereka, dan ada 42 siswa (15,38%) siswa yang belum pernah menggunakan e-money. Hasil lain menunjukkan bahwa responden yang menggunakan e-money kurang lebih sebulan sekali adalah 118 responden, dan responden yang menggunakan e-money setiap hari adalah 44. Jadi, dapat disimpulkan siswa berniat menggunakan pengguna e-money dalam transaksi dan kecil jumlah siswa yang menggunakan e-money setiap hari.

Komposisi Responden Menggunakan Internet

Berdasarkan hasil menunjukkan responden adalah siswa yang menggunakan internet kurang dari 5 tahun dengan 49 siswa (17,95%), 128 responden menggunakan internet selama 5-10 tahun (46,89%), dan 96 responden menggunakan internet selama 10 tahun. Oleh karena itu, intensitas penggunaan internet di kalangan siswa adalah 5-10 tahun.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Pengujian ini menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen, pengujian dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 20 untuk menemukan nilai koefisien regresi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa setiap indikator mulai dari X1.1 hingga Y1.3 menunjukkan menjadi valid karena hasil r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga hasil tes dapat menjelaskan skor butir soal berkorelasi positif dengan skor konstruk total dan dapat digunakan untuk mengukur penelitian.

Hasil Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil menunjukkan nilai alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu, semua variabel yang digunakan untuk penelitian dapat diandalkan dan ini menunjukkan bahwa responden menjawab secara konsisten.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Test Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh bahwa nilai probabilitas Asymp.sig. (2-tailed) pada 0,345 yang melebihi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residu terdistribusi secara normal yang artinya tidak ada masalah tentang kenormalan dalam data yang diperoleh.

Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai toleransi keseluruhan > 0,1 dan VIF <10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas, atau dapat disimpulkan tidak ada korelasi antar variabel.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari hasil tes, diketahui bahwa hasilnya adalah Sig. adalah $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual memiliki variasi yang homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian, persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut: $Y = 1,060 + 0,347 X_1 - 0,118 X_2 + 0,228 X_3 + 0,040 X_4 + 0,166 X_5$. Dari persamaan di atas, dapat diartikan sebagai berikut: Jika ada peningkatan 1 unit koefisien regresi ($b_1 \dots b_5$) maka niat dalam menggunakan e-money akan meningkat sebesar X_1 ke nilai X_5 , dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Peneliti memperoleh adalah 0,523. Ini berarti bahwa 52,3% variabel minat menggunakan uang elektronik dipengaruhi oleh variabel independen. Sedangkan sisa 47,7% variabel bunga menggunakan uang elektronik dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil Uji F

Berdasarkan hasil bahwa nilai hitungan F adalah 24,761. Sedangkan F tabel adalah ($\alpha = 0,05$; db regresi = 5; df sisa = 113) adalah 2,290. Karena F hitung $> F$ tabel pada $24,761 > 2,290$ dan nilai Sig. F $0,000 < \alpha = 0,05$ maka model analisis regresi signifikan. Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen (niat untuk menggunakan uang elektronik) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen.

Hasil Uji t

Dalam penelitian ini diketahui bahwa t tabel ($\alpha = 0,05$; df residual = 113), sehingga dapat diketahui bahwa t tabel dalam penelitian ini sebesar 1,981. Berdasarkan hasil tabel berikut akan menunjukkan hasil-t:

Tabel 1

Variable Independent	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,060	,389		2,726	,007
X1.Total	,347	,073	,374	4,770	,000
X2.Total	-,118	,052	-,155	-2,269	,025
X3.Total	,288	,093	,267	3,102	,002
X4.Total	,040	,064	,044	,625	,533
X5.Total	,166	,070	,174	2,365	,020

1. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil dari uji-t adalah antara X_1 (Kompatibilitas) dengan Y (Minat Perilaku), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $4,770 > 1,981$ atau $\text{sig. } t = 0,000 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain, peningkatan Kompatibilitas diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.
2. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X_2 (Kompleksitas) dengan Y (Minat Perilaku) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ adalah $-2,269 < -1,981$ atau $\text{sig. } t = 0,025 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain peningkatan

Kompleksitas diikuti oleh peningkatan signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.

3. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X3 (Persepsi Kegunaan) dengan Y (Minat Perilaku) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena memiliki $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $3,102 > 1,981$ atau $\text{sig. } t = 0,002 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain peningkatan Persepsi Kegunaan diikuti oleh peningkatan signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.
4. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa uji-t antara X4 (Pengaruh Sosial) dengan Y (Minat Perilaku) tidak memiliki pengaruh yang signifikan, karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yaitu $0,625 < 1,978$ atau $\text{sig. } t = 0,533 > \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel Pengaruh Sosial (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan variabel uang elektronik (Y).
5. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X5 (Kepercayaan) dengan Y (minat perilaku) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $2,365 > 1,981$ atau $\text{sig. } t = 0,020 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain peningkatan kepercayaan diikuti oleh peningkatan signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.

Pembahasan Hasil Penelitian

Kompatibilitas memiliki efek positif pada minat perilaku untuk menggunakan sistem uang elektronik

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa kompatibilitas memiliki efek positif pada minat perilaku untuk menggunakan uang elektronik, hipotesis ini terbukti dalam penelitian ini. Hasil tes menunjukkan bahwa siswa cocok dengan uang elektronik. Pernyataan berikutnya dari hasil kuesioner untuk kompatibilitas (X1), lebih banyak siswa menjawab setuju pada pertanyaan yang telah diberikan, dan lebihnya pada (X1.3) dengan persentase 68% atau 185 dari 273 responden, dengan pertanyaan "Transaksi menggunakan e-money diharapkan akan kompatibel dengan bagaimana saya menggunakannya".

Dalam hal ini, responden menunjukkan bahwa efek kompatibilitas dapat dilihat, jika cara pembayaran sesuai gaya hidup mereka dan sesuai dengan penggunaannya, sehingga mempengaruhi mereka dalam penggunaan uang elektronik yang akan mempengaruhi minat siswa menggunakan uang elektronik secara signifikan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shih dan Fang (2004), mereka berpendapat bahwa inovasi sangat mungkin diadopsi ketika kompatibel dengan tanggung jawab individu dan sistem nilai. Oleh karena itu, efek kecocokan berhubungan positif dengan adopsi.

Kompleksitas berpengaruh negatif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem uang elektronik

Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa Kompleksitas berpengaruh negatif terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik, hipotesis ini terbukti dalam penelitian ini. Hasil tes menunjukkan siswa memiliki persepsi bahwa kompleksitas penggunaan uang elektronik akan mempengaruhi minat siswa dalam menggunakan uang elektronik secara signifikan. Keadaan lain yang ditemukan dalam hasil kuesioner untuk kompleksitas (X2) lebihnya pada siswa menjawab tidak setuju dengan pertanyaan yang telah diberikan, dan lebih pada (X2.2) dengan persentase 52% atau 142 dari 273 responden, dengan pertanyaan "Sistem e-money membutuhkan waktu saya untuk teknik-teknik kegiatan".

Hasil ini mirip dengan salah satu hipotesis yang dirumuskan oleh Desmayanti (2012) bahwa kompleksitas mempengaruhi niat negatif untuk menggunakan e-Filing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompleksitas konstruk berpengaruh negatif terhadap niat perilaku untuk menggunakan e-Filing. Dalam hal ini, siswa mempertimbangkan nilai kompleksitas dalam penggunaan e-money seperti memperhatikan proses pendaftaran, waktu yang diperlukan dan dibandingkan dengan pembayaran tunai. Jadi, dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan nilai kompleksitas akan menurunkan minat dalam menggunakan uang elektronik juga.

Persepsi kegunaan memiliki efek positif pada minat perilaku untuk menggunakan sistem elektronik

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik, hipotesis ini terbukti dalam penelitian ini. Hasil tes menunjukkan siswa memiliki persepsi bahwa persepsi kegunaan dalam penggunaan uang elektronik akan mempengaruhi niat siswa dalam menggunakan uang elektronik secara signifikan. Berdasarkan hasil kuesioner untuk kegunaan yang didapat (X3), lebihnya pada siswa menjawab setuju dengan pertanyaan yang telah diberikan, dan lebih pada (X3.1) dengan persentase 61% atau 166 dari 273 responden, dengan pertanyaan "Saya pikir melakukan transaksi pembayaran menggunakan e-money dapat menghemat waktu".

Hasilnya sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yulihisari et al. (2011) penelitian tentang mengintegrasikan dua model penerimaan teknologi yaitu, TAM dan TPB. Penelitian ini menganalisis variabel mereka untuk niat membeli siswa untuk menggunakan belanja internet di universitas di Penang, Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dengan sikap dan niat beli siswa untuk berbelanja melalui internet.

Pengaruh sosial memiliki efek positif pada minat perilaku untuk menggunakan sistem elektronik

Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa Pengaruh Sosial secara positif mempengaruhi minat untuk menggunakan uang elektronik. Hasil tes menunjukkan siswa memiliki persepsi bahwa Pengaruh Sosial mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik, tetapi berdasarkan hasil uji-t ditemukan bahwa variabel Social Influence tidak signifikan. Berdasarkan hasil kuesioner untuk pengaruh sosial (X4), lebih banyak siswa menjawab netral pada pertanyaan yang telah diberikan, dan lebih pada (X4.2) dengan persentase 43% atau 117 dari 273 responden, dengan pertanyaan "orang yang menurut saya penting menyarankan saya untuk menggunakan sistem e-money".

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Xie dan Lin (2014) yang menemukan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan dan secara positif mempengaruhi minat penggunaan Alipay (e-money) di Cina. Penyebab yang mungkin adalah penolakan pengaruh pengaruh sosial dalam penelitian ini, karena peran orang-orang penting seperti orang terdekat, dosen, dan teman yang tidak dapat dirasakan oleh siswa, contohnya adalah peran dosen yang masih kurang dalam meyakinkan siswa untuk menggunakan e-money sebagai alat pembayaran harian mereka dan mendorong siswa untuk menggunakan sistem e-money, sedangkan figur dosen dianggap sebagai salah satu orang penting bagi para siswa.

Kepercayaan memiliki efek positif pada minat perilaku untuk menggunakan sistem elektronik

Hipotesis kelima (H5) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki efek positif pada minat untuk menggunakan uang elektronik, hipotesis ini terbukti dalam penelitian ini. Hasil tes dari

tes ini menunjukkan siswa memiliki persepsi bahwa kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan layanan uang elektronik. Berdasarkan hasil kuesioner untuk kepercayaan (X5) lebih banyak siswa menjawab setuju dengan pertanyaan yang telah diberikan, dan lebih pada (X5.1) dengan persentase 71% atau 193 dari 273 responden, dengan pertanyaan "Pembayaran menggunakan sistem e-money adalah pembayaran terpercaya".

Dalam hal ini, para responden percaya bahwa layanan yang disediakan oleh penyedia uang elektronik adalah tentang keamanan dan keandalan pihak yang mengelola uang elektronik. Hasilnya sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo dan Dede Rosmauli (2015). Responden percaya variabel merespon positif, sehingga variabel kepercayaan berpengaruh pada niat untuk menggunakan produk kartu e-money secara signifikan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan variabel apa saja yang berpengaruh pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Brawijaya dalam menggunakan uang elektronik. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah variabel Kompatibilitas, Kompleksitas, Perceived of Usefulness, Social Influence, dan Trust sedangkan yang tergantung adalah minat menggunakan uang elektronik.

Dari analisis regresi linier berganda, hasil variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan (Uji F) terhadap pertumbuhan Minat Perilaku (Y1) dalam menggunakan uang elektronik, sedangkan hasil parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa Kompatibilitas (X1), Kompleksitas (X2), Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan (X5) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Perilaku (Y1) dalam menggunakan E-Money secara signifikan dan Pengaruh Sosial (X4) berpengaruh negatif terhadap Minat Perilaku (Y1) dalam menggunakan e-money tidak signifikan. Dalam penelitian ini, responden memiliki pendapat bahwa peran mereka, seperti orang terdekat, dosen, dan teman-teman yang tidak dapat dirasakan oleh siswa, salah satu contohnya adalah peran dosen yang masih kurang meyakinkan siswa untuk menggunakan e-money sebagai alat pembayaran transaksi harian mereka dan mendorong siswa untuk menggunakan sistem e-money.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa banyak kelemahan dan keterbatasan dari penelitian ini. Peneliti tidak fokus atau memberikan contoh spesifik dan detail pada produk untuk menerapkan e-money dalam penelitian ini. Setiap produk memiliki karakteristik tersendiri dalam menyediakan layanan e-money kepada pelanggan. Maka peneliti selanjutnya harus lebih memfokuskan penelitian pada karakteristik pada setiap jenis produk seperti BRI BRIZZI, karena akan memudahkan pembaca dalam memahami penggunaan e-money.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diajukan untuk kepentingan perusahaan dan pihak lain. Saran-sarannya adalah: (1) Penelitian ini pada contoh kasus atau layanan berdasarkan uang elektronik, perlu lebih spesifik untuk suatu produk seperti BRI BRIZZI, Mandiri E-Money, Flazz BCA, Kas Kas BNI. (2) Mengingat variabel independen dalam penelitian ini sangat penting dalam mempengaruhi pertumbuhan minat perilaku dalam menggunakan uang elektronik diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan

variabel lain tanpa variabel yang sudah diambil dalam penelitian ini. Contohnya seperti dengan menambahkan efek fitur layanan.

Implikasi

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut. Adapun yang dianggap sebagai batasan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada convenience sampling yang membatasi penelitian ini untuk digeneralisasikan. (2) Penelitian ini tidak berfokus pada layanan uang elektronik dari bank tertentu. Seperti diketahui bahwa setiap bank memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal layanan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. (2015). BI gencarkan sosialisasi transaksi e-Money pada 2015. <http://www.antaranews.com/berita/472450/bi-gencarkansosialisasi-transaksi-e-money-pada-2015>, diakses 26 April 2016.
- Adiyanti, A. (2015). "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money".
- Agarwal, R. (2000). Individual Acceptance of Information Technologies. *Educational Technology Research and Development*, 40, 90-102.
- Anderson, D., Sweeney, D., and Williams, T. (2011). *Statistics for Business and Economics* (International ed.). Mason, Ohio: South-Western/Cengage Learning.
- Aufseeser, D., Jekielek, S. & Brown, B. (2006). The Family Environment and Adolescent Well-being: Exposure to Positive and Negative Family Influences. San Francisco: University of California National Adolescent Health Information Center.
- Bank for International Settlement. (1996). Implications for Central Banks of The Development Of Electronic Money. *Basle, October*, hal. 1.
- Bank Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia No.23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia. www.bi.go.id, diakses 1 Mei 2016.
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (Electronic Money). www.bi.go.id, diakses 1 Mei 2016.
- Baridwan, T. (2013). "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking".
- Benjamin, R. & Levinson, E. (1993). A framework for managing IT-enabled change. Sloan.
- Brynjolfsson, E. & Hitt, L. (2000). Beyond computation: information technology organizational transformation and business performance. *Journal of Economic Perspectives* 14(4): 23-48.
- Candrawati, N. (2013). Perlindungan Hukum bagi pemegang uang elektronik dalam melakukan transaksi E-Money. *Thesis*. Universitas Udayana.
- Carlsson, C.H., J. Carlsson, K. Hyvönen, J. Puhakainen and P. Walden, 2006. Proceedings of the 39 Hawaii International Conference on Sciences.
- Carvallo, D. (2000). "Virtual Banking and consumer protection, 2000 International Bar Association 2000 Conference.

- Chemingui, H. (2013). " Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 574-592.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical model. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* 13, 319-339.
- Ferry, S. & Rosmauli, D. (2015). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)".
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Behavior*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fullenkamp, C. & Nsouli, S. (2004). "Six Puzzles in Electronic Money and Banking".
- Gefen, D. & Starub, D., W. (2003). Managing User Trust in B2C E-Service. *E-Service Journal*. Volume 2(2), 7-24.
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 6, pp.801-07.
- Handayani, R. (2007). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi X.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Kajian Operasional Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hung, W. & Chou. (2007). *User Acceptance of E-Government Service*. 11 th Pasific Asia Conference in Information System.
- Insukindro. (1999). Pemilihan dan Bentuk Fungsi Model, Studi Kasus Permintaan Uang Kartal Riil di Indonesia: *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 1999, Vol 14. No. 4.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta: Andi.
- Karahanna, E., Straub, D.W., & Chervany, N. L. (1999). Information technology adoption across time: A cross-sectional comparison of pre adoption and post-adoption beliefs. *MIS Quarterly*, 23, 183-213.
- Krismiaji. (2002). *Sistem Informasi Akuntansi*, Jilid 1, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Lau, S. H., & Woods, P. C. (2008). An Investigation of User Perceptions and Attitudes toward Learning Objects. *British Journal of Educational Technology*, 39(4) 685-699.
- Lin, J., H., C. & Jin, Y. (2004). "Instant messaging acceptance and use among college students", The 7th Pacific Asia Conference on Information Systems, Cairns, Australia, pp.181-194.
- Mahardika, A. & Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementantation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*.

- Mankiw, N., G. (2007). *Macroeconomics*, 6th ed. New York and Basingstoke: Worth Publisher.
- Markus, M. (2004). Techno change management: using IT to drive organizational change. *Journal of Information Technology*, 19(1): 4–20.
- McFarland, D. J., & Hamilton, D. (2006). Adding contextual specificity to the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior*, 22, 427-447.
- McKnight, D., H., V. & Choudhury, C., K. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *Journal of Strategic Information Systems*, 11: 29.
- Mun, Y. Y., & Hwang, Y. (2003). Predicting the use of Web-based information systems: Self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and TAM. *Human-Computer Studies*, 59(4), 431-449.
- Parastiti, D., E., Mukhlis, I., Haryono, A. 2015. Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *JESP-Vol. 7, No 1 Maret 2015 ISSN 2086-1575*, Hal. 75-82.
- Pavlou, P., A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Volume 7(3), pp. 69-103.
- Peggywati, V., R. (2015). Analisis Minat Mahasiswa FEB UB Menggunakan E-Money Brizzi: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior. (TPB), PP. 114-115.
- Pratiwi, N., F. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Makassar, pp. 54-55.
- Rogers, E., M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th Ed.). New York: Free Press.
- Suh, B. & Han, I. (2003). The Impact of Customer Trust and Perception of Security Control on The Acceptance of Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*. Volume 7(3), pp. 135-161.
- Sulistyo, S., Kusumawati, B. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-money (studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance Vol. XIV No.2 Juli 2017*, Hal 39.
- Surhayat, Y. (2009). “Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku Manusia”. *Alternatif*. Vol 1. No. 3:1-19.
- Thompson, R., L., Higgins, C., A. & Howell, J., M. (1991). Personal Computing: Towarda conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly* 15 (1), pp. 125-143.
- Ventakesh, V., Morris, M., G., Davis, G., B. & Davis, F., D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3): 425-478.
- Ventakesh, V., Thong, J., Y., L. & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1): 157-178.

Wikipedia Bahasa Indonesia. (2010). *Sitem Informasi Akuntansi*. From https://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi_akuntansi, accessed on 14 April 2016.

Wilkinson, J. W., Michael J., C., *et al.* (2000). *Accounting Information System*. John Wiley and Sons, Inc:USA.

Xie, J. & Lin, R. (2014). Understanding the adoption of third-party online payment: An empirical study of user acceptance of Alipay in China. Master's Thesis. Jonkoping International Business School.