

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN *ELECTRONIC*
MONEY (E-MONEY) PADA MASYARAKAT KOTA BANDA
ACEH**

SKRIPSI



Disusun oleh:

**MUHAMMAD ALKHALIDI
NIM. 170603150**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/ 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alkhalidi
NIM : 170603150
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 7 Desember 2023

Yang Menyatakan



Muhammad Alkhalidi

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Terhadap Penggunaan Electronic Money (E-Money) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Muhammad Alkhalidi

NIM: 170603150

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat Penyelesaian Studi pada Program

Studi Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ayumiati, S.E., M.Si., CCTr
NIP. 197806152009122002

Muksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap
Penggunaan Electronic Money (E-Money) Pada Masyarakat Kota
Banda Aceh

Muhamad Alkhalidi

NIM: 170603150

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Perbankan Syariah

7 Desember 2023 M

Pada Hari/Tanggal: Kamis,

23 Jumadil Awal 1445 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Ayumiati, S.E., M.Si., CCTr
NIP. 197806152009122002

Sekretaris

Muksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

Penguji I

Isnaliana, S.H.J., M.A
NIP. 20180629091990268

Penguji II

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda
Aceh Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Alkhalidi
NIM : 170603150
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 170603150@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi ☐
yang berjudul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap
Penggunaan *Electronic Money* (E-Money) Pada Masyarakat Kota Banda
Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 7 Desember 2023

Mengetahui,

Penulis

Muhammad Alkhalidi
NIM: 170603150

Pembimbing I

Ayumiati, S.E., M.Si., CCTr
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Maksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”

(Al-Quran Surat Al-Insyirah:5)

“Apabila Yang Kamu Senangi Tidak Terjadi Maka Senangilah Apa Yang Terjadi”

(Ali Bin Abi Thalib)

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini.

Jazaakumullahu Khaira.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap Penggunaan Electronic Money (E-Money) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh"*. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajian kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani. M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Inayatillah, MA, Ek selaku sekretaris prodi dan Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.
3. Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini
4. Ayumiati, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Muksal, M.E.I selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Isnaliana, S.H.I.,M.A selaku penguji I dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku penguji II yang telah banyak membantu penulis, dan memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ibunda dan Ayahanda dan adik-adik tercinta, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini, serta.

8. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin. *Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...*

Banda Aceh, 7 Desember 2023
Penulis

Muhammad Alkhalidi

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آ/إِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Talhah :

طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Mīsr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Muhammad Alkhalidi
NIM : 170603150
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam /Perbankan Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap Penggunaan *Electronic Money* (E-Money) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M.Si
Pembimbing II : Muksal, M.E.I

Penggunaan *electronic money* sudah mulai banyak digunakan sangat mudah digunakan, menghemat waktu dan memiliki manfaat yang banyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat fakto-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pada penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan *cluster sampling* atau menentukan area dalam menentukan sampel. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh. Sedangkan secara simultan kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Kemudahan, Manfaat, Pengaruh sosial, Niat Perilaku, *Electronic Money*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 <i>Effort Expectancy</i> (Kemudahan)	14
2.1.1 Definisi Kemudahan	14
2.1.2 Kemudahan Dalam Teknologi	16
2.1.3 Indikator Kemudahan	17
2.2 <i>Performance Expectancy</i> (Manfaat)	19
2.2.1 Definisi Manfaat	19
2.2.2 Manfaat Dalam Teknologi	21
2.2.3 Indikator Manfaat	23
2.3 <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	24
2.3.1 Definisi Pengaruh sosial	24
2.3.2 Tingkatan Pengaruh sosial	27
2.3.3 Bentuk-Bentuk Pengaruh sosial	27
2.3.4 Indikator Pengaruh sosial	28
2.4 Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	29

2.4.1	Pengertian Niat perilaku	29
2.4.2	Faktor-Faktor Niat perilaku	31
2.4.3	Indikator Niat perilaku	32
2.5	Financial Technology (FINTECH)	34
2.5.1	Pengertian <i>Financial Technology</i> (FINTECH)	34
2.5.2	Jenis <i>Financial Technology</i>	35
2.5.3	Manfaat <i>Financial Technology</i>	38
2.5.4	<i>Financial Technology</i> di Indonesia.....	39
2.6	Masyarakat	45
2.6.1	Definisi Masyarakat	45
2.6.2	Definisi dan Ciri-Ciri Masyarakat Kota.....	46
2.7	Penelitian Terkait	47
2.8	Hubungan Antar Variabel	52
2.9	Kerangka Konseptual	56
2.10	Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....		58
3.1	Jenis Penelitian.....	58
3.2	Populasi dan Sampel	59
3.2.1	Populasi.....	59
3.2.2	Sampel	60
3.3	Sumber Data Penelitian.....	62
3.4	Teknik Pengumpulan Data	62
3.5	Skala Pengukuran	63
3.6	Variabel Penelitian	65
3.6.1	Variabel Independen	65
3.6.2	Variabel Dependen	66
3.7	Operasional Variabel.....	66
3.8	Teknik Pengolahan Data	69
3.9	Uji Instrumen.....	70
3.9.1	Uji Validitas	70
3.9.2	Uji Reliabilitas	71
3.10	Uji Asumsi Klasik	71
3.10.1	Uji Normalitas	71
3.10.2	Uji Multikolinieritas	72
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas.....	73
3.11	Uji Regresi Linear Berganda.....	74
3.12	Uji Hipotesis.....	75

3.12.1	Koefesien Determinasi	75
3.12.2	Uji Simultan (Uji F).....	76
3.12.3	Uji Parsial (Uji t)	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		79
4.1	Gambaran Umum <i>Financial Technoology</i> di Aceh ..	79
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	82
4.2.1	Karakteristik Responden.....	82
4.2.2	Deskripsi Variabel	86
4.3	Hasil Uji Instrumen	90
4.3.1	Hasil Uji Validitas	90
4.4	Hasi Uji Asumsi Klasik.....	92
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	92
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	93
4.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	94
4.5	Hasil Uji Regrsi Linear Berganda	95
4.6	Hasil Uji Hipotesis	97
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	97
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F)	99
4.6.3	Hasil Uji Determinasi	100
4.7	Pembahasan.....	101
4.7.1	Pengaruh Kemudahan (X_1) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh	101
4.7.2	Pengaruh Manfaat (X_1) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.....	102
4.7.3	Pengaruh Pengaruh sosial (X_3) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh	103
4.7.4	Pengaruh Kemudahan (X_1), Manfaat dan Pengaruh sosial (X_3) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.....	105
BAB V PENUTUP		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	119



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penggunaan Financial Technology.....	4
Tabel 1. 2 Distribusi Financial Technology Di Indonesia.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terakhir	50
Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk Banda Aceh.....	59
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Data.....	64
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	67
Tabel 4. 1 <i>Financial Technology</i> di Banda Aceh	80
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	82
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	84
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan.....	85
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Effort Expectancy</i>	86
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Manfaat.....	87
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel <i>Docial Influence</i>	88
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Niat perilaku.....	89
Tabel 4. 10 Uji Validitas	90
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas	94
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda	96
Tabel 4. 14 Uji Parsial.....	98
Tabel 4. 15 Uji Simultan	100
Tabel 4. 16 Uji Determinasi	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	56
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	93
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas.....	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner	119
Lampiran 2 Tabulasi Data	124
Lampiran 3 Hasil Statistik	131



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi di Indonesia mengubah pada alat pembayaran menjadi uang digital atau disebut juga dengan *financial technology* (FINTECH). Sehingga potensi perdagangan yang menggunakan *merchant online* atau *electronic commerce* akan semakin pesat dan berkembang. Dengan hadirnya *financial technology* mengubah masyarakat yang dahulu menggunakan uang yang bersifat tunai atau *cash based* menjadi mulai mengenal uang yang bersifat non tunai atau *non cash* dalam semua aktivitas jual beli yang dilakukan (Pamrudi, 2015).

Financial technology mulai berlaku dan diizinkan beredar mulai pada tahun 2009, Bank Indonesia menerbitkan peraturan tentang izin diperbolehkan penggunaan *financial electronic* melalui peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009. Industri perbankan dan telekomunikasi bersaing mulai menerbitkan produk-produk serta fitur layanan yang menggunakan atau terkait dengan *financial electronic* yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam menggunakan uang elektronik. Akan tetapi penerbitan produk serta fitur *financial electronic* diikuti oleh *financial technology start up*, contohnya adalah seperti dompet digital DANA, OVO, Gopay, Shopeepay dan lain sebagainya (OJK, 2021).

Perkembangan dari *financial technology* di Indonesia disebabkan oleh perkembangan teknologi yang membuat banyaknya tempat-tempat pembayaran yang mulai memanfaatkan teknologi dengan menggunakan uang elektronik sebagai transaksi. Sehingga *financial technology* menjadi sebuah alternatif dalam pembayaran seperti pembayaran toll atau sering disebut *e-toll*, pembelian tiket menggunakan beberapa *e-commerce* seperti *Traveloka*, *Tiket.com*, *Aladdin* dan sebagainya, Pembayaran *merchant online* seperti *Shopee*, *Lazada*, *Bukalapak* dan lain sebagainya. Dengan adanya *financial technology* akan memudahkan serta lebih efisien dari segi waktu dalam melakukan aktivitas jual beli (Hiyanti, 2020).

Tujuan Bank Indonesia dalam menciptakan *financial technology* adalah untuk mempersempit penggunaan uang yang bersifat tunai di kalangan masyarakat. Pengguna dari *financial technology* didominasi oleh masyarakat kalangan menengah sampai kalangan atas yang berarti pengguna dari *financial technology* digunakan oleh masyarakat yang sudah memiliki *smartphone* dan masyarakat yang sudah melek akan teknologi. Sehingga penyebaran dari *financial technology* masih dianggap kurang merata di Indonesia. Pemerintah Indonesia menjalankan sebuah program yang memiliki tujuan untuk meminimalisirkan penyebaran uang yang bersifat tunai yang bertujuan untuk membuat nilai uang menjadi stabil, program tersebut dikenal dengan sebutan *less cash society* (Bank Indonesia, 2021).

Dengan adanya *financial technology* dapat membuat pengguna lebih cepat dan nyaman pada saat melakukan aktivitas jual beli selain itu keunggulan lainnya dari *financial technology* adalah mudah ditambahkan (*top up*) dengan mendatangi penerbit *financial technology*. Dewasa ini banyak mall bahkan toko kelontong yang sudah menyediakan pembayaran dengan *financial technology* dengan menggunakan kode QR atau QRIS (*quick response code Indonesia standard*). QRIS merupakan sebuah firu yang akan memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran-pembayaran (Ulya, 2022).

Financial tecnology memiliki sifat yang berbeda dengan pembayaran yang juga bersifat digital yang sudah ada sebelumnya, seperti *mobile banking*, *internet banking* dan lainnya. Hal ini disebabkan oleh pembayaran yang dilakukan menggunakan *financial technology* tidak membutuhkan otorisasi dan terkait dengan rekening nasabah, karena *financial technology* merupakan produk (*stored value*) yakni terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (Aftech, 2020).

Mahribi (2018) mengemukakan bahwa fenomena yang terjadi terkait *financial technology* di Indonesia mengalami kenaikan atau peningkatan yang signifikan dengan mengikuti sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga *financial technology* mengembangkan fitur-fitur yang dapat lebih memudahkan konsumen dalam bertransaksi, diantaranya adalah *micro payment*, *e-cash* atau *digital cash*, *e-cheque*, *smart card* dan *electronic wallet*

setiap dari fitur memiliki fungsi masing-masing yang bertujuan untuk memudahkan baik bagi konsumen maupun bagi pelaku bisnis *e-commerce* di Indonesia.

Persaingan yang mulai bermunculan untuk menghadirkan *financial technology* yang dapat memuaskan konsumen. Membuat perusahaan telekomunikasi hingga perusahaan bidang keuangan dengan cara mereka menyediakan *financial technology*. Menurut lembaga riset digital marketing emerketer (2014) penggunaan smartphone pada masyarakat Indonesia mencapai 100 juta orang sehingga perusahaan-perusahaan besar yang harus siap menyediakan *financial technology* dengan ini perusahaan-perusahaan mendorong masyarakat Indonesia menggunakan uang digital (Naution, 2021).

Menurut Fintech Indonesia (2021) jumlah penyedia *financial technology* di Indonesia sudah mencapai 350 perusahaan, yang terbagi menjadi 3 perusahaan diantaranya 335 perusahaan dari perusahaan telekomunikasi, 8 perusahaan dari lembaga keuangan dan 7 perusahaan dari mitra teknologi. Menurut riset yang dilakukan oleh *Dailysocial* (2019) yang berjudul *fintech report* menunjukkan dari 651 responden yang disurvei dengan hasil, sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Penggunaan Financial Technology

No	Financial Technology	Pengguna (Dalam Persen)
1.	OVO	84,1%
2.	Gopay	79,2%
3.	Dana	72,3%

4.	Linkaja	60,2%
5.	DOKU	16,5%

Sumber : *DailySocial* (2021)

Dari Tabel diatas dari survey 651 responden, Gopay menjadi perusahaan financial technology yang menduduki peringkat pertama di Indonesia dengan 84,1%, kemudian Gopay yang menduduki peringkat dua dengan 79,2%. Dana, Linkaja dan Doku menyusul dengan persentase masing-masing 72,3%, 60,2% dan 16,5%. *DailySocial* (2019) juga melakukan survey alasan mengenai pemilihan *financial technology* responden memilih percaya dengan produknya atau *behavioral intetion* yaitu sebesar 84,5%, alasan selanjutnya karena butuh 76,3%, selanjutnya dikarenakan mudah digunakan dan menghemat waktu dengan persentase masing-masing sebesar 70,3% dan 38,3%.

Konsep *Rational Decision Making* menunjukkan bahwa dalam menentukan niat perilaku dari seorang individu cenderung menimbang sebuah alternative yang telah ada, berdasarkan analisis kemudahan (*Effort Expectancy*), biaya dan kemanfaatan (*Performance Expectancy*) barang tersebut, apabila pada kenyataannya ketika memilih sebuah alternative menimbulkan kesulitan dan biaya yang lebih besar daripada manfaat yang diperoleh oleh seorang pengguna maka cenderung individu tidak memiliki niat perilaku untuk menggunakan teknologi ataupun produk tersebut (Mahribi, 2018). Selain biaya dan manfaat teknologi, pengaruh sosial (*Social Influence*) juga akan

mempengaruhi niat perilaku individu dalam menggunakan teknologi, apabila banyak pengaruh yang diterima oleh calon pengguna maka calon pengguna akan menimbulkan rasa niat perilaku dalam menggunakan teknologi tersebut, apabila sebaliknya seorang calon pengguna tidak banyak menerima pengaruh sosial maka calon pengguna tidak akan menimbulkan rasa niat perilaku dalam menggunakan teknologi tersebut.

Untuk menentukan faktor yang akan mempengaruhi niat perilaku penggunaan *financial technology* dibutuhkan beberapa instrument untuk mengukur hal tersebut (Ulya, 2022) Salah satu model yang sering digunakan untuk mengukur tingkat niat perilaku penggunaan *financial technology* adalah model yang telah dikembangkan oleh Venkatesh et al (2003) yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model penelitian ini berfungsi untuk mengukur *behavioral intention* penggunaan elektronik dengan beberapa faktor yang berpusat pada konteks konsumen. Model teori ini menggabungkan beberapa model teori penerimaan teknologi lainnya sehingga model teori ini menjadi lebih kompleks.

Beberapa faktor yang mampu mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan elektronik terhadap niat perilaku penggunaannya adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan elektronik (*Effort Expectancy*), manfaat dalam penggunaan teknologi (*Performance Expectancy*) dan pengaruh yang diberikan (*Social Influence*) (Kristi, 2020). Penggunaan uang elektronik akan

memberikan dampak kepada penggunanya apabila penggunaannya mudah dan bermanfaat sehingga bisa membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dan hemat waktu. Selain itu pengaruh eksternal juga berpengaruh yaitu dari pengaruh-pengaruh orang-orang disekitar (Hiyanti, 2020).

Effort expectancy dapat dilihat dengan bagaimana mudahnya dalam mempelajari dan mengoperasikan sebuah *financial technology*. Sedangkan manfaat dapat dilihat dari manfaat yang ditimbulkan atau ditunjukkan oleh sebuah *financial technology*. Sedangkan pengaruh sosial dapat dilihat dengan adanya faktor-faktor yang mendorong calon pengguna untuk menggunakan *financial technology*. Sehingga variabel-variabel yang ada dalam teori penerimaan teknologi UTAUT sangat berkaitan dan dapat mempengaruhi faktor niat perilaku pada salah satu aplikasi yang ada (Santika, 2019). Penggunaan fintech mengalami peningkatan pada seluruh jenis fintech pada tahun 2022.

Tabel 1. 2
Distribusi Ekosistem Fintech Di Indonesia

No	Jenis Fintech	Penggunaan
1	<i>Payment</i>	32%
2	<i>Comparison</i>	17%
3	<i>Lending</i>	15%
4	POS	11%
5	<i>Invesment</i>	9%
6	<i>Crowdfunding</i>	6%
7	<i>Cryptocurrency</i>	4%
8	<i>Accounting</i>	4%
9	<i>Personal Finance</i>	2%

Sumber: Fintech Indonesia (2022)

Dari Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa penggunaan Fintech jenis *payment* (pembayaran) paling banyak digunakan, kedua adalah jenis Fintech *comparison* (Pembandingan produk keuangan) dan ketiga adalah *lending* (pembiayaan). Adapun pada jenis fintech *payment* terdapat dua platform fintech jenis *payment* yang banyak digunakan yaitu Gopay dan OVO. Pada akhir tahun 2021 pengguna OVO tercatat sebanyak kurang lebih 142 juta pengguna dan Gopay sebanyak 115 juta pengguna.

Di Banda Aceh sendiri penggunaan *financial technology* sudah mulai banyak digunakan terutama pada kalangan kaum generasi milenial yang sangat membutuhkan hal seperti ini. Dikarenakan sangat mudah digunakan, menghemat waktu dan memiliki manfaat yang banyak. Masyarakat Banda Aceh banyak menggunakan *financial technology* untuk pembayaran (*payment*). Selain itu masyarakat Banda Aceh menggunakan *financial* pada pembayaran merchant makanan dan minuman, rekening listrik, pulsa, asuransi dan lain sebagainya. Perkembangan zaman serta teknologi yang mengharuskan masyarakat Banda Aceh mengikuti perkembangan dengan menggunakan *financial technology*.

Menurut Purwianti dan Tio (2017) berpendapat bahwa *brand image*, *customer satisfaction*, *effort expectancy*, *performance expectancy* dan *attitude toward the website* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Dengan adanya *brand image*, *customer satisfaction*, *effort expectancy*, *performance expectancy* dan *attitude toward the website* dapat meningkatkan niat

perilaku atau niat perilaku seseorang konsumen terhadap sebuah produk.

Menurut Muliadi dan Japariato (2021) menyatakan bahwa kemudahan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap behavior intention pada digital payment OVO.

Sedangkan menurut Kristi (2020) menyatakan bahwa niat perilaku dan niat untuk merekomendasikan OVO dipengaruhi oleh inovasi, komabilitas dan persepsi keamanan teknologi. Sedangkan variabel lain yang tidak mempengaruhi niat perilaku dan niat untuk merekomendasikan OVO ekspektasi usaha (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung, motivasi hedonis, dan nilai harga.

Dari *research gap* di atas dapat dilihat bahwa terdapat hasil yang berbeda antara penelitian dengan yang lain tiap variabel sehingga penelitian baru menjadi penting untuk membuktikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dengan adanya penelitian baru dapat memberikan jawaban yang pasti atas penelitian ini. Dengan adanya masalah dan *research gap* di atas, maka diperlukan untuk adanya sebuah penelitian yang dapat memberikan gambaran mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi behavior intention yang dapat memberikan referensi dalam penggunaan uang elektronik kedepannya.

Berdasarkan masalah dan *research gap* di atas penulis ingin melakukan penelitian “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap Penggunaan Electronic Money Pada Masyarakat Kota Banda Aceh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas masalah yang dirumuskan adalah terkait dengan faktor yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) yang difokuskan dengan rumusan sebagai berikut:

1. Apakah faktor kemudahan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh?
2. Apakah faktor manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh?
3. Apakah faktor pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh?
4. Apakah faktor kemudahan, manfaat, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan diatas, diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui kemudahan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui kemudahan, manfaat, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah :

1. Manfaat Akademisi
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk menambah pengetahuan serta memberikan suatu sumbangan berupa pengembangan ilmu pengetahuan sebagai proses

pembelajaran mengenai niat perilaku (intensitas perilaku/minat) penggunaan *electronic money*.

- b. Bagi penulis penelitian ini merupakan satu hal yang penting, dikarenakan dengan penelitian ini penulis bisa mengembangkan, menerapkan serta melatih daya berfikir secara ilmiah sehingga penelitian ini bisa menambah wawasan bagi penulis. Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan bisa berkontribusi untuk menambah literasi dalam ilmu pengetahuan terutama tentang pengaruh niat perilaku terhadap *electronic money*.

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini bisa menjadi kritik dan saran bagi perusahaan-perusahaan yang diteliti yaitu beberapa aplikasi penyedia *electronic money* mengenai factor-faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku penggunaan *electronic money* tersebut. Jadi dengan adanya penelitian ini perusahaan yang menyediakan atau menerbitkan *electronic money* dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dan kualitas produknya.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil dari penelitian dapat dijadikan sebagai gambaran dalam melihat faktor yang mampu mempengaruhi penggunaan *electronic money* pada Kota Banda Aceh.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penelitian ini, maka sistematika penulisannya adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan membahas mengenai penelitian telaah pustaka, landasan teori, definisi yang mendukung penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengambilan data serta metode yang digunakan dalam menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai analisis data yang ditemukan yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Effort Expectancy* (Kemudahan)

2.1.1 Definisi Kemudahan

Menurut Venkatesh et al (2015) kemudahan adalah suatu tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi dengan tujuan untuk memudahkan pekerjaan dengan cara mengurangi usaha dan menghemat waktu seseorang untuk melakukan pekerjaan. Kemudahan telah diformulasikan berdasarkan tiga konstruk pada model penelitian sebelumnya yaitu persepsi kemudahan pengguna (*perceived easy of use*) dari model *Technology Acceptance Model* (TAM), kompleksitas (*complexity*) dari *Model of PC Utilitazation* (MPCU) dan kemudahan pengguna (*easy of use*) dari model *Innovation Diffusion Theory* (IDT) (Venkatesh et al, 2015).

Venkatesh et al (2015) mendefinisikan bahwa persepsi kemudahan dari teori TAM adalah sebuah persepsi kemudahan yang dianggap sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu bagaimana tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas serta interaksi antar pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan persepsi kemudahan, Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seseorang pengguna teknologi aplikasi memiliki pandangan bahwa dengan adanya

teknologi tersebut tidak memerlukan upaya yang rumit dan hanya memerlukan sedikit usaha dalam menggunakannya dalam artian mudah dalam digunakan.

Sedangkan kompleksitas dari teori MPCU adalah tingkat dari inovasi yang dipersepsikan menjadi sesuatu yang bersifat relative sulit untuk diartikan dan digunakan oleh individu (Venkatesh *et al*, 2003). Sedangkan kemudahan pengguna dari model IDT adalah sebuah tingkatan dimana menggunakan inovasi yang dianggap sulit untuk digunakan, sehingga pengguna mempunyai persepsi dengan menggunakan teknologi baru maka akan berdampak pada intensitas penggunaan sistem baru (Bano *et al*, 2019).

Konsep dari kemudahan diungkapkan oleh Handayani (2019) mencakup kejelasan dari tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem dengan tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna. Sedangkan menurut Nasution (2020) minat penggunaan dan interaksi antara pengguna teknologi menunjukkan kemudahan dalam penggunaan, serta suatu teknologi yang frekuensi penggunaannya lebih tinggi menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih diminati, lebih mudah untuk di operasikan dan lebih mudah dalam digunakan serta lebih mudah untuk dipelajari.

Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha baik dari segi waktu maupun dari segi tenaga yang dikeluarkan oleh pengguna teknologi dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi dengan menggunakan teknologi, serta dengan adanya teknologi akan memberikan beberapa indikasi kepada pengguna bahwa pengguna

mampu bekerja dengan mudah dengan menggunakan teknologi daripada bekerja tanpa menggunakan teknologi (Duranova dan Ohly, 2018). Sedangkan Mahribi (2019) mengemukakan bahwa kemudahan yang berhubungan dengan teknologi dan erat hubungannya dengan *self efficacy*, yang artinya akan memudahkan suatu pekerjaan maka semakin besar *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi tersebut.

Banyak studi melaporkan adanya pengaruh yang signifikan dari kemudahan terhadap niat perilaku. Menurut Wang *et al.* (2019) bahwa kemudahan secara signifikan berpengaruh pada individu dalam penggunaan *M-learning*. selain itu kemudahan juga mempunyai beberapa pengaruh signifikan lainnya pada beberapa teknologi seperti pada penggunaan *electronic money* di Indonesia (Khatimah dan Halim, 2018).

2.1.2 Kemudahan Dalam Teknologi

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana sistem ini tidak memerlukan usaha dalam menggunakannya sehingga semakin besar kemungkinan untuk terus menerus digunakan (Venkatesh *et al.*, 2015). Kemudahan juga menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu. Kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2019). Menurut (Ghalandari, 2018), Kemudahan adalah tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan

keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Kemudahan juga menjadi *predictor* utama untuk niat seseorang dalam menggunakan kembali teknologi tersebut. Karena kemudahan menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu. Kemudahan adalah tingkat dari sebuah kenyamanan yang dirasakan untuk menggunakan sebuah sistem (Ghalandari, 2020). Menurut Venkatesh (2018) sebuah aplikasi dapat diterima oleh pengguna ketika sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan.

Oleh karena itu definisi Kemudahan pada teknologi menggambarkan bagaimana individu mempersepsikan tingkat kemudahan menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2018). Kemudahan dalam penggunaan memiliki dampak signifikan pada niat untuk memakai sebuah sistem (Wong, 2019). Dalam keberhasilan menerima sebuah teknologi, desain sebuah sistem seperti platform dapat memungkinkan pengguna untuk menavigasikannya dengan mudah atau tidak.

2.1.3 Indikator Kemudahan

Kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi akan memberikan dampak yang cukup besar bagi penggunaannya, yaitu akan dapat mengurangi usaha baik dari segi waktu maupun dari segi tenaga yang dikeluarkan oleh pengguna teknologi dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi dengan menggunakan teknologi, selain itu dengan adanya kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi maka akan memberikan beberapa indikasi kepada

pengguna, yaitu pengguna mampu bekerja dengan mudah dengan adanya teknologi informasi (Duranova dan Ohly, 2016). sementara itu Bandura (1989) dalam Duranova dan Ohly (2016) menyatakan bahwa kemudahan yang berkaitan dengan teknologi informasi maka akan selalu berhubungan dengan *self efficacy*, yang artinya akan memudahkan suatu pekerjaan maka akan besar minat yang ditimbulkan dari penggunaan tersebut.

Sehingga dengan menggunakan teknologi informasi baru akan berdampak pada inovasi yang dianggap sulit dalam penggunaan, sehingga mempunyai banyak pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi (Davis 1989). Kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi juga akan berdampak pada emosional atau perasaan dalam diri seseorang, salah satunya adalah kenyamanan yang muncul apabila bekerja dengan menggunakan teknologi informasi (Davis, 1989) dalam Venkatesh (2012). Davis (1989) dalam Venkatesh (2003) menyatakan bahwa kemudahan dari penerimaan teknologi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu:

- a. Kemudahan dalam memahami.
- b. Kemudahan dalam mempelajari.
- c. Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan.
- d. Kemudahan dalam mengoperasikan serta mengakses teknologi informasi tersebut.

2.2 *Performance Expectancy* (Manfaat)

2.2.1 Definisi Manfaat

Venkatesh *et al.* (2018) mendefinisikan bahwa Manfaat adalah sebagai tingkat kepercayaan pengguna ketika menggunakan teknologi informasi, yang dapat membantu pengguna tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan yang terkait dengan pekerjaan yang dilakukan sehingga dengan menggunakan teknologi tersebut mampu meningkatkan kinerja dan produktiitas dalam pekerjaan.

Performance expectancy telah disempurnakan dengan menggabungkan beberapa variable dari model-model teori sebelumnya yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness* dari teori TAM, motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) dari model teori *self-determination theory* (SDT), kesesuaian pekerjaan (*job fit*) dari model teori *person job-fit* (PJF), keuntungan relative (*relative advantage*) dari model teori yang dicetuskan oleh Adam Smith dan ekspektasi hasil (*outcome expectations*) dari model teori harapan.

Menurut Mahribi (2019) persepsi kegunaan terhadap kegunaan adalah sebuah tingkatan seberapa jauh seseorang dapat percaya dengan menggunakan teknologi akan menambahkan serta meningkatkan kinerja dan produktivitas. Sedangkan motivasi ekstrinsik Mahribi (2019) mengungkapkan adalah suatu persepsi yang diinginkan oleh pengguna untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap sebagai suatu alat yang mampu mencapai hasil-hasil yang bernilai berbeda dengan aktivitas itu sendiri, seperti

kinerja pekerjaan, pembayaran dan promosi-promosi. Venkatesh *et al* (2018) mengemukakan bahwa kesesuaian pekerjaan adalah bagaimana kemampuan dari suatu sistem atau teknologi informasi dapat meningkatkan atau menambah pekerjaan individual.

Venkaesh *et al* (2018) mengartikan bahwa keuntungan relative merupakan tingkatan seberapa jauh menggunakan inovasi yang dipersiapkan akan menjadi lebih baik dibandingkan dengan pendahulunya, sedangkan ekspektasi hasil merupakan hasil yang diharapkan lebih baik dan dapat menambah produktivitas kinerja yang ditimbulkan dari konsekuensi yang berhubungan dengan perilaku.

Konsep menggambarkan dari manfaat teknologi informasi bagi pengguna yang erat hubungannya dengan produktivitas, kinerja kerja, efektivitas yang dihasilkan dan kegunaan secara keseluruhan (Handayani, 2017). Menurut Sun *et al* (2016) dimensi dari manfaat dapat berupa pekerjaan yang lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefulness*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), mendorong efektivitas (*enchange effectivetess*) dan meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu variabel yang dianggap yang paling berpengaruh dalam estimasi niat perilaku dalam menggunakan teknologi (Yoo *et al*, 2012). Khairiyah (2017) mengungkapkan bahwa hal yang dikatakan sebagai factor paling terpenting dikarenakan apabila pengguna dihadapkan pada dua

teknologi yang menyediakan fasilitas atau fitur yang sama, maka pengguna akan mencari yang lebih bermanfaat dan bisa meningkatkan kinerjanya dibandingkan dengan yang mudah digunakan.

Manfaat ditemukan secara konsisten secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh *et al*, 2018). Berdasarkan kegunaannya motivasi dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, maka timbul niat perilaku dari pemanfaatan akan teknologi. Gahtani (2017) mengemukakan bahwa dengan adanya variabel *performance expectancy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat dalam menggunakan komputer. Selain itu Kijasanayotin (2019) menemukan bahwa variabel manfaat merupakan salah satu factor terpenting dalam mempengaruhi adopsi ICT kesehatan di Thailand.

2.2.2 Manfaat Dalam Teknologi

Manfaat merupakan konstruk UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Venkatesh *et al.*, 2018). *Performance expectancy* adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015).

Menurut Boeree dalam Gayatri Sukmaningtyas (2020) mengartikan ekspektasi sebagai sebuah kesenangan yang tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan) (Sukmaningtyas, 2020). Menurut Miner, kinerja adalah bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya. Setiap harapan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku dalam melaksanakan tugas, berarti menunjukkan suatu peran dalam organisasi. Suatu organisasi, baik organisasi pemerintah maupun privat dalam mencapai tujuan yang ditetapkan harus melalui sarana dalam bentuk organisasi yang digerakan oleh sekelompok orang yang berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya mencapai tujuan lembaga atau organisasi yang bersangkutan (Astuti, 2019).

Ekspektasi kinerja diartikan sebagai seberapa tinggikah seseorang/individu mempercayai atau meyakini bahwa memfungsikan suatu inovasi teknologi akan dapat menolongnya untuk mendapatkan berbagai profit pada karir dan pekerjaan. Kinerja individu diharapkan selaras dengan kinerja organisasi. Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat penggunaan sistem informasi. Dapat dikatakan bahwa ekspektasi kinerja merupakan derajat seseorang mempercayai dan meyakini bahwa dengan melakukan dan menggunakan suatu perubahan dalam bekerja memanfaatkan

teknologi informasi berbantuan komputer dapat membantu kinerjanya pada suatu bidang pekerjaan tertentu (Krismadinata, Arnovia, Syahril, & Yahfizham, 2018). Kepercayaan digunakan karena merupakan kunci penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan kontinuitas dalam hubungan pembeli dan penjual (Astuti, 2019).

2.2.3 Indikator Manfaat

Manfaat dari penggunaan teknologi juga akan menimbulkan emosional bagi penggunaannya salah satunya adalah rasa nyaman bagi pengguna sehingga apabila sebuah teknologi mampu menghasilkan manfaat yang sesuai dengan keinginan pengguna dan dapat meningkatkan kinerja dari pengguna tersebut maka teknologi akan otomatis akan selalu digunakan baik dalam sebuah pekerjaan maupun bukan dalam sebuah pekerjaan (Venkatesh, 2003). Manfaat dapat diukur dari beberapa indikator, Utami (2016) menyatakan bahwa indikator tersebut meliputi:

- a. Kecepatan dalam melakukan transaksi.
- b. Efektif dalam melakukan transaksi.
- c. Peningkatan produktivitas.
- d. Manfaat yang dihasilkan.

2.3 Social Influence (Pengaruh Sosial)

2.3.1 Definisi Pengaruh sosial

Venkatesh *et al.* (2018) mendefinisikan bahwa Pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*Compliance*), interlisasi (*Internalization*) dan identifikasi (*Identification*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan dari luar atau dari sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar peluang ataupun niat perilaku yang ditimbulkan dari calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi tersebut dikarenakan pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

Pengaruh sosial atau pengaruh sosial menjadi faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam *theory of reasoned action* (TRA), *theory of planned behavioral* (TPB), faktor-faktor sosial dalam *model of PC utilitazation* (MPCU) serta citra dalam teori diflusi inovasi (IDT)(Venkatesh *et al.*, 2003). Pada lingkungan tertentu penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan status (*images*) seseorang dalam sistem sosial (Moore, 1991). sehingga pengaruh sosial tersusun dari beberapa variabel dari beberapa model teori yaitu norma subyektif (*subjective norms*), faktor-faktor sosial (*social factors*), dan gambaran (*images*).

Norma subyektif menurut Venkatesh (2003) merupakan sebuah persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang-orang penting

baginya untuk berfikir bahwa diharuskan atau tidak diharuskan melakukan perilaku yang bersangkutan, sedangkan faktor-faktor sosial merupakan internalisasi individu terhadap referensi budaya subyektif kelompok, kesepakatan secara spesifik interpersonal dari individu terhadap individu lainnya dalam situasi sosial tertentu. Astuti (2019) mengemukakan bahwa gambaran adalah tingkatan sejauh mana pengguna suatu inovasi dapat dianggap untuk meningkatkan citra seseorang atau status dalam sistem sosial seseorang.

Dimensi *subjective norm* yang terdapat dalam pengaruh sosial memiliki dua komponen, yaitu *normative believes* dan *motivation to comply* (Fishbein dan Ajzen, 2010). *normative believes* adalah keyakinan seseorang mengenai harapan orang lain terhadap dirinya yang akan menjadi acuan untuk menampilkan perilaku dari minat menggunakan yang dipengaruhi oleh sosial. Sedangkan *motivation to comply* adalah sebuah motivasi yang dimiliki oleh seseorang untuk memenuhi harapan orang lain tersebut dalam menggunakan sebuah produk atau sebuah teknologi. Hal ini berhubungan erat dengan kekuatan yang dimiliki oleh orang lain yang menjadi acuannya tersebut.

Khaiyah (2017) mengemukakan bahwa faktor pengaruh sosial dalam penggunaan teknologi dalam lingkungan kerja dikarenakan bagaimanapun interaksi dengan rekan kerja menjadi dalam faktor yang terpenting untuk diperhitungkan dalam mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan teknologi. Banyak

penelitian yang dilakukan menggunakan variabel pengaruh sosial untuk menentukan minat dalam menggunakan teknologi. Menurut Alkhunaizan dan Love (2012), variabel pengaruh sosial menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi minat dalam penggunaan *e-commerce* di Saudi Arabia. Selain itu menurut Lin (2008), variabel pengaruh sosial mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menentukan minat seseorang dalam menggunakan teknologi berupa penggunaan *blog* yang secara sukarela bergabung pada aktivitas blog, hal ini dikarenakan pengaruh dari pengguna blog yang lainnya.

Sangdaji (2013) menyatakan bahwa pengaruh sosial termasuk dalam *major influence in consumer decision process* atau perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan masyarakat dari factor social disekelilingnya. Pertimbangan konsumen terhadap minat menggunakan serta keputusan dalam menggunakan teknologi yang diputuskan oleh pengaruh social. Terdapat empat indikator yang terdapat dalam pengaruh social yaitu *rules* atau peraturan dalam sebuah kelompok social konsumen, *family* atau pengaruh dari keluarga, *reference group* atau sebuah kelompok yang menjadi panutan dari referensi konsumen seperti teman, dan *culture* atau kelas sosial budaya yang dianut oleh konsumen.

2.3.2 Tingkatan Pengaruh sosial

Menurut Raditya (2013) pengaruh sosial memiliki 2 tingkatan penerimaan pengaruh, yaitu:

- a. *Acceptance* (Penerimaan), kondisi dimana terjadinya perubahan dalam diri seseorang setelah mendapat pengaruh sosial dari individu atau kelompok lain. Bentuk-bentuk acceptance diantaranya adalah:
 - 1) *Identification* (identifikasi), menerima pengaruh sosial karena mengenal atau memihak terhadap suatu kelompok, individu, atau karena alasan tertentu.
 - 2) *Internalization* (internalisasi), menerima pengaruh sosial karena merasa yakin terhadap pengaruh yang diberikan oleh individu atau kelompok.
- b. *Compliance*, kondisi di mana tidak terjadinya perubahan secara utuh dalam diri seseorang setelah mendapat pengaruh sosial dari individu atau kelompok lain.

2.3.3 Bentuk-Bentuk Pengaruh sosial

Menurut Hidayat & Bashori (2016) pengaruh sosial memiliki 3 bentuk, diantaranya sebagai berikut:

1. Konformitas (*Conformity*)

Konformitas adalah salah satu bentuk pengaruh sosial atau pengaruh sosial dimana terdapat perubahan perilaku yang disebabkan oleh keinginan untuk mengikuti tolak ukur orang lain atau norma sosial yang ada.

2. Kesepakatan (*Compliance*)

Kesepakatan adalah suatu bentuk pengaruh sosial atau pengaruh sosial yang mencakup permintaan langsung seseorang kepada orang lain.

3. Kepatuhan (*Obedience*)

Kepatuhan adalah bentuk pengaruh sosial atau pengaruh sosial dimana terdapat perubahan perilaku karena adanya perintah orang lain yang memiliki otoritas.

2.3.4 Indikator Pengaruh sosial

Pada pengaruh sosial di keputusan dalam penerimaan teknologi baru merupakan hal yang kompleks dan banyak dipengaruhi oleh beberapa pengaruh yang bersifat kontingensi. Pengaruh sosial mempunyai banyak dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), interlisasi (*internalization*) dan identifikasi (*identification*) (Venkatesh dan Davis, 2000) dalam Jogiyanto (2008).

Mekanisme ketaatan menyebabkan seseorang akan merubah minatnya untuk merespon tekanan sosial. Penelitian sebelumnya berpendapat bahwa individual cenderung akan mengikuti ekspektasi dari orang lain ketika referensi yang dimiliki oleh orang lain tersebut membunyai kemampuan memberi imbalan (*rewards*) untuk perilaku yang diinginkan atau memberikan hukuman (*punish*) bagi yang tidak berperilaku seperti yang dinginkannya (French dan Raven, 1959) dalam (Jogiyanto , 2008).

Setelah proses ketaatan, maka akan dilanjutkan dengan interlisasi dan identifikasi. Proses dari interlisasi dan identifikasi merupakan perubahan struktur kepercayaan individual yang menyebabkan individual merespon keuntungan-keuntungan status sosial yang potensial. Lee (2018) berpendapat bahwa pengaruh sosial yang mempengaruhi penggunaan teknologi dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu

- a. Informasi dari teman.
- b. Informasi dari keluarga.
- c. Dorongan dari keluarga.

2.4 Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

2.4.1 Pengertian Niat perilaku

Niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan kecenderungan individu untuk bersedia melakukan suatu aktivitas terhadap suatu produk maupun perusahaan (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995). Sedangkan menurut Venkatesh *et al* (2003), mendefinisikan niat perilaku merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan-tujuan yang diinginkan selain itu niat perilaku sebagai ukuran kekuatan niat dari seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

Kwateng *et al* (2019) juga mendefinisikan bahwa niat perilaku merupakan sebagai pengetahuan tentang sistem baru, penggunaannya, fitur yang menguntungkan dan persepsi orang lain mengenai sistem baru tersebut merupakan isu penting yang

mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem baru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat perilaku merupakan kecenderungan dari setiap individu dalam menentukan ukuran kekuatan niat dalam menggunakan atau melakukan perilaku tertentu, niat perilaku akan muncul dari kemudahan, manfaat, fitur dan sebagainya dari perilaku tertentu.

Faktor utama dalam teori TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Niat ini diasumsikan untuk menangkap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku. Perilaku tersebut merupakan indikasi dari seberapa keras orang mau mencoba, seberapa banyak upaya yang dikeluarkan oleh mereka dalam merencanakan perilaku yang akan dilakukan (Ajzen, 1991) dalam (Indah, 2018). Intervensi yang diarahkan pada keyakinan perilaku, normative, atau control dapat berhasil dalam menghasilkan perubahan yang sesuai dalam *attitude*, *subjective norms* dan *perceived of behavioral of control* serta perubahan ini dapat lebih mempengaruhi niat dalam arah yang diinginkan. Salah satu cara paling efektif yang tersedia hingga saat ini adalah mendorong individu untuk membentuk niat implementasi, yaitu untuk membentuk rencana yang spesifik serta terinci dalam segi waktu, tempat dan cara dalam perilaku yang diinginkan akan dilakukan (Ajzen, 1985) dalam (Utami, 2020).

Sedangkan dalam teori TAM faktor utama dalam niat perilaku adalah *usage behavior*. Perilaku itu harus dapat diprediksi dari langkah-langkah niat perilaku, dan bahwa setiap faktor lain yang

mempengaruhi niat perilaku, TAM lebih lanjut menunjukkan bahwa dua keyakinan dalam niat perilaku yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yaitu instrumental dalam menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi (Davis, 1989).

2.4.2 Faktor-Faktor Niat perilaku

Adapun faktor-faktor yang membentuk niat untuk melakukan sesuatu menurut Crow dan Crow (1989) dalam (Atika (2018) adalah:

1. Faktor pendorong dari dalam (*the factor inner urge*), merupakan ransangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah dalam menimbulkan niat.
2. Faktor motif social (*the factor of social motif*) merupakan niat mendorong terhadap objek/suatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif social.
3. Faktor emosi (*emotional factor*) merupakan faktor perasaan dan emosi yang mempunyai pengaruh terhadap objek.

Berdasarkan teori tersebut yang didasari oleh teori niat dari Crow dan Crow (1989) dalam Atika (2018) yang menjelaskan penyebab niat menggunakan salah satunya berasal dari faktor emosional yaitu niat yang mempunyai hubungan erat dengan emosi. Apabila seseorang mendapatkan kesuksesan atau berhasil pada

aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat niat seseorang terhadap aktivitas tersebut, begitu juga sebaliknya apabila seseorang mengalami kegagalan yang didapatkan maka perasaan sedih akan muncul dan niat terhadap terhadap hal tersebut akan berkurang. Jika seseorang mendapatkan pengaruh positif terhadap pemakaian *financial technology* maka akan menimbulkan niat yang kuat pada pengguna untuk menggunakan *financial technology*, begitu juga sebaliknya jika seseorang mendapatkan pengaruh negative terhadap pemakaian *financial technology* maka akan mengurangi niat pemakaiannya.

2.4.3 Indikator Niat perilaku

Indikator yang digunakan dalam penelitian menurut Venkatesh *et al* (2012) adalah sebagai berikut:

1. Niat untuk menggunakan dimasa mendatang
Venkatesh *et al* (2012) mengukur bahwa niat perilaku menggunakan ada atau tidaknya niat seseorang individu untuk kembali menggunakan teknologi informasi seperti *financial technology* dimasa mendatang.
2. Niat untuk selalu menggunakan suatu sistem dalam kehidupan sehari-hari

Indikator kedua yang digunakan oleh Venkatesh *et al* (2012) untuk mengukur niat perilaku adalah melalui ada atau tidaknya niat seseorang individu untuk menggunakan

teknologi informasi maupun sistem dalam kehidupan sehari-hari.

3. Rencana untuk menggunakan suatu sistem sesering mungkin

Venkatesh *et al* (2012) mengukur niat perilaku dengan niat seseorang individu untuk menggunakan teknologi informasi maupun sistem yang telah digunakan dengan frekuensi atau sesering mungkin.

Menurut dari penelitian Muntianah (2012) dalam niat perilaku terhadap penggunaan teknologi (*behavioral intention*) terdapat 5 indikator yang menjadi sumber pertanyaan dalam angket yaitu:

1. Frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan adalah penggunaan terhadap sebuah produk tertentu dengan jumlah pemakaian yang dapat digolongkan sering dan seseorang memakai produk tersebut secara rutin.

2. Penggunaan yang didasarkan faktor emosional

Niat perilaku dalam menggunakan sebuah produk dapat diketahui apabila seseorang menimbulkan perasaan yang senang dalam menggunakan sebuah produk. Perasaan senang bisa ditimbulkan karena fungsi atau manfaat dari sebuah produk dapat meningkatkan kinerjanya dengan cara yang lebih efisien.

3. Penggunaan karena kebutuhan.

Penggunaan pada sebuah produk yang dilandasi sebagai kebutuhan akan menimbulkan ketergantungan dalam menggunakan produk tersebut.

4. Penggunaan seterusnya.

Niat perilaku seseorang akan menimbulkan penggunaan seterusnya, yaitu pemakaian sebuah produk dengan jangka waktu seterusnya yang artinya, seseorang akan menggunakan sebuah produk dimasa yang sekarang dan dimasa yang akan mendatang.

5. Kepuasan penggunaan.

Kepuasan dalam penggunaan akan menimbulkan rasa senang sehingga sebuah produk bisa mendapatkan iklan secara gratis (*free adertising*) yang didapat dari seseorang yang menggunakan produk tersebut.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan indikator dari Muntianah (2012).

2.5 Financial Technology (FINTECH)

2.5.1 Pengertian *Financial Technology* (FINTECH)

Menurut NDRC (*National Digital Research Centre*) Fintech adalah istilah untuk menjelaskan terobosan baru pada bidang jasa finansial. Secara sederhana dapat diartikan sebagai terobosan dalam keuangan yang melibatkan teknologi canggih. Sedangkan menurut Pribadiono (2016) *financial technology* merupakan perpaduan antara teknologi dengan fitur keuangan atau dapat juga diartikan

sebagai inovasi pada sektor financial dengan sentuhan teknologi modern.

Financial technology merupakan industri yang bergerak dengan cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda (Dotleitner, Hornuf dan Weber, 2017). Teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi atau model bisnis baru serta berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan atau efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017).

2.5.2 Jenis *Financial Technology*

Setiap penyelenggara *financial technology* memiliki perbedaan jenis jasa layanan teknologi finansial. Menurut Bank Indonesia (2017) terdapat lima klasifikasi kategori, yaitu

1. Pembayaran (*payment gateway*)

Pembayaran dalam layanan *financial technology* relative lebih mudah dibandingkan dengan produk dan layanan teknologi finansial lainnya. Dua pasar pembayaran *financial technology* adalah pembayaran konsumen dan ritel serta pembayaran grosir dan perusahaan. Pembayaran adalah salah satu layanan keuangan ritel yang paling sering digunakan sehari-hari, serta salah satu layanan keuangan yang paling tidak diatur (Lee dan Shin, 2017). Beymellon (2015) berpendapat bahwa *financial technology* pembayaran konsumen dan ritel

termasuk *mobile banking*, *peer to peer* (P2P) *mobile peayment*, pertukaran mata uang, *real-teime payments* dan solusi mata uang digital. Layanan ini meningkatkan pengalaman bagi pelanggan yang mencari pengalaman pembayaran yang efesien dalam hal kecepatan dan kenyamanan.

2. Pinjaman (*leading*)

Pinjaman konsumen (*peer to peer consumer lending*) dan pinjaman bisnis (*peer to peer bussines lending*) adalah tren besar lainnya dalam *financial technology*. *Financial technology* dalam pinjaman (*peer to peer lending*) memungkinkan individu dan bisnis untuk meminjam antara satu sama lain. Dengan strukturnya yang efesien, layanan *financial technology* pinjaman (*peer to peer lending*) mampu menawarkan suku bunga rendah dan proses peminjaman yang lebih baik bagi pemberi pinjaman dan peminjam, perbedaan yang samar tetapi signifikan dari bank adalah bahwa *financial technology* secara teknis tidak terlibat dalam peminjaman, karena mereka hanya menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam dan mengumpulkan biaya dari pengguna (Lee dan Shin, 2017).

3. Asuransi (*insurance*)

Dalam model bisnis asuransi *financial technology* bekerja untuk memungkinkan hubungan yang lebih mudah antara perusahaan asuransi dan pelanggan. Konsumen menggunakan analisis data untuk menghitung dan menyesuaikan risiko, dan ketika kelompok pelanggan ditawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka, misalnya asuransi mobil, asuransi jiwa, asuransi kesehatan dan lain sebagainya (Lee dan Shin, 2017).

4. *Crowdfunding*

Crowdfunding dalam layanan *financial technology* berperan sebagai pemberdayaan jaringan individu untuk mengawasi pembuatan produk baru, media, dan ide serta mengumpulkan dana untuk amal atau modal usaha. *Crowdfunding* melibatkan tiga pihak yaitu pemrakarsa proyek atau pengusaha yang membutuhkan pendanaan, kontributor yang mungkin tertarik untuk mendukung penyebab atau proyek dan organisasi moderator yang memfasilitasi keterlibatan antara para kontributor dan inisiator. Organisasi moderator memungkinkan para kontributor untuk mengakses informasi tentang berbagai inisiatif dan peluang pendanaan untuk pengembangan produk/jasa (Lee dan Shin, 2017)

5. Manajemen Investasi (*Investment Management*)

Manajemen investasi dalam layanan *financial technology* berperan sebagai penyedia jaringan individu untuk mengelola beragam sekuritas atau surat berharga seperti saham, obligasi dan asset lainnya dengan tujuan untuk mencapai *target* investasi yang menguntungkan bagi investor (Dhea, 2020).

2.5.3 Manfaat *Financial Technology*

Menurut Bank Indonesia, perkembangan *financial technology* yang sangat pesat di pangsa pasar Indonesia dapat membawa banyak manfaat. Manfaat tersebut dapat bagi peminjam, investor maupun perbankan di Indonesia :

1. Bagi peminjam, manfaat yang dirasakan seperti mendorong inklusi keuangan, memberikan *alternative* pinjaman bagi debitur yang belum layak kredit, prosesnya mudah dan cepat dan persaingan yang ditimbulkan mendorong penurunan suku bunga pinjaman.
2. Bagi investor *financial technology*, manfaat yang dapat dirasakan seperti alternatif investasi dengan *return* yang lebih tinggi dengan risiko *default* yang tersebar di banyak investor dengan nominal masing-masing cukup rendah dan investor dapat memilih peminjam yang didanai sesuai preferensinya.
3. Bagi perbankan, kerjasama dengan *financial technology* dapat mengurangi biaya seperti penggunaan non-

tradisional *credit scoring* untuk *filtering* awal aplikasi kredit, menambah Dana Pihak Ketiga (DPK), menambahkan *channel* penyaliran kredit dan merupakan alternative investasi bagi perbankan.

Sedangkan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2016), manfaat *financial technology* di Indonesia yaitu:

1. Mendorong distribusi pembiayaan nasional yang masih belum merata di 17.000 pulau.
2. Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih sangat rendah.
3. Meningkatkan inklusi keuangan nasional.
4. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk.
5. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar.

2.5.4 *Financial Technology* di Indonesia

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknolog dan pertumbuhan perusahaan-perusahaan *star up*, maka semakin besar pula perkembangan *financial technology* di Indonesia. *Financial technology* di Indonesia dimulai tahun 2006, namun pada tahun tersebut perusahaan yang mengadopsi *financial technology* masih sedikit..

Ketika Asosiasi *Financial Technology* di Indonesia didirikan pada tahun 2015, maka kepercayaan *financial technology* Indonesia mengalami pertumbuhan begitu pesat hingga 140

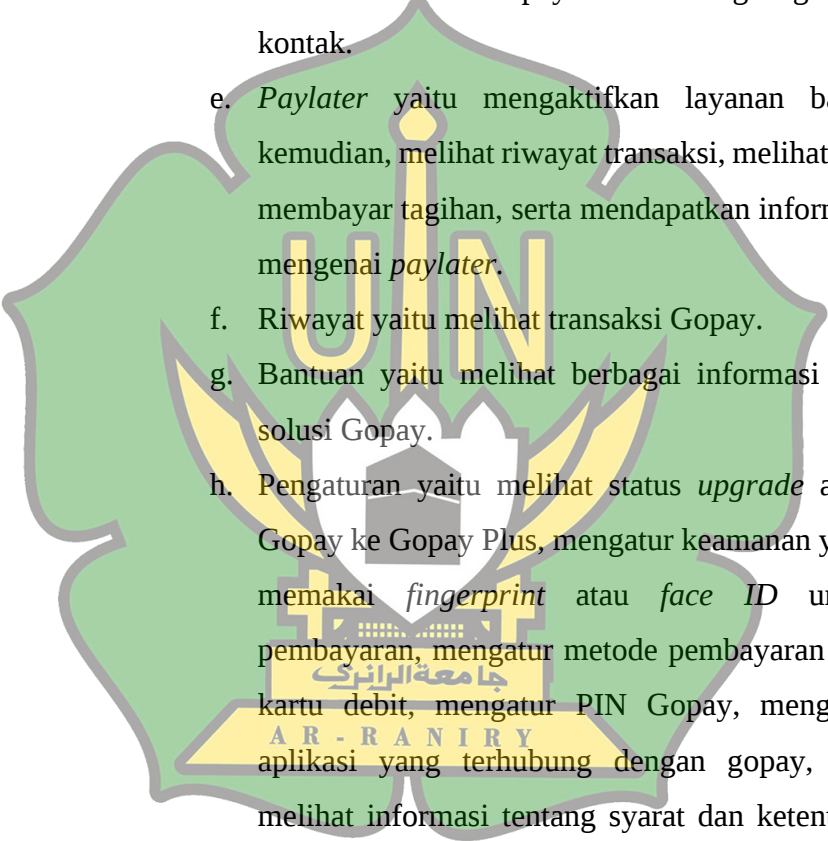
perusahaan tercatat dalam daftar *financial technology* diantaranya adalah :

1. Gopay

Menurut website resmi Gojek, Gopay adalah uang elektronik (*electronic money*) yang termasuk *financial technology* yang dipakai untuk melakukan pembayaran, *crowdfunding*, dan investasi melalui aplikasi Gojek. Gopay mampu melakukan pembayaran pada layanan yang disediakan oleh Gojek seperti *Go-ride*, *Go-food* dan lain sebagainya, pembayaran di toko atau restoring yang bermitrakan dengan usaha Gopay menggunakan QRIS (*quick response code Indonesia standard*) yaitu standarisasi pembayaran menggunakan metode kode QR dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan kode QR lebih efisien dan efektif serta terjaga keamanannya, membayar *paylater* (bayar kemudian) untuk konsumen yang terpilih, dan transaksi lainnya sesama pengguna Gopay.

Fitur-fitur yang disediakan oleh Gopay pada aplikasi Gojek diantaranya adalah:

- a. Bayar yaitu melakukan transfer saldo Gopay ke sesama pengguna aplikasi Gopay dan ke Bank, juga untuk melakukan pembayaran di rekan usaha Gopay atau toko *online*.
- b. Top up atau pengisian saldo Gopay.

- 
- c. Eksplor yaitu melihat Gopay *feed* serta melihat fitur-fitur Gopay lainnya.
- d. Minta yaitu menampilkan kode QR Gopay untuk menerima transfer dari pengguna lain atau meminta saldo Gopay secara langsung dari kontak.
- e. *Paylater* yaitu mengaktifkan layanan bayar kemudian, melihat riwayat transaksi, melihat dan membayar tagihan, serta mendapatkan informasi mengenai *paylater*.
- f. Riwayat yaitu melihat transaksi Gopay.
- g. Bantuan yaitu melihat berbagai informasi dan solusi Gopay.
- h. Pengaturan yaitu melihat status *upgrade* akun Gopay ke Gopay Plus, mengatur keamanan yang memakai *fingerprint* atau *face ID* untuk pembayaran, mengatur metode pembayaran dan kartu debit, mengatur PIN Gopay, mengatur aplikasi yang terhubung dengan gopay, dan melihat informasi tentang syarat dan ketentuan layanan Gopay.
- i. Tarik tunai yaitu melakukan Tarik tunai.
- j. *Plus* yaitu meningkatkan akun Gopay menjadi Gopay Plus dan memantau status peningkatan.

k. GoTagihan yaitu menggunakan layanan Gotagihan.

2. OVO

Menurut website resmi OVO (ovo.id), OVO adalah aplikasi *smart* yang dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi (OVO Cash) dan juga mempunyai kesempatan untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (OVO points). Fitur-fitur yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *payment* yaitu menyediakan kemudahan dalam bertransaksi dan pembayaran untuk segala kebutuhan sehari-hari konsumen seperti pulsa, PDAM, listrik dan sebagainya. OVO Points yaitu sebuah *loyalty rewards* yang diberikan oleh OVO untuk konsumen dari setiap bertransaksi di berbagai *merchant* yang bermitra dengan OVO dan dapat digunakan kembali sebagai alat pembayaran di seluruh *merchant* yang bekerjasama dengan OVO (1 OVO Points = Rp. 1). Fitur lain yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *Top Up*, transfer, Tarik tunai, *history*, dan lainnya.

Jenis keanggotaan OVO terbagi menjadi 2 yaitu OVO Club dengan batas OVO Cash hingga Rp. 2.000.000/bulan dan OVO primer limit saldo OVO cash hingga Rp. 10.000.000/bulan dan menyediakan fitur gratis transfer ke semua Bank dan sesama OVO,

untuk mendapatkan jenis keanggotaan OVO *primer* maka konsumen diharuskan untuk *registrasi* ulang menggunakan KTP untuk alasan keamanan.

3. DANA

Didalam *website* resmi Dana yaitu Dana.id (2021) menjelaskan bahwa *Dana* merupakan sebuah aplikasi ataupun *platform* pembayaran melalui digitak yang menggunakan sistem *open platform* sehingga dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, *merchant* makanan ataupun minuman maupun pembayaran lainnya. Aplikasi *Dana* hanya bisa digunakan di *smartphone* baik itu *android* maupun *iphone*. *Dana* telah mengembangkan infrastruktur pembayaran melalui uang elektronik dengan mempelajari *best practice* yang telah digunakan oleh ratusan jutaan pengguna di seluruh Indonesia sehingga keamanan dari *Dana* sudah terjamin.

Selain itu *Dana* telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia dan juga telah memenuhi ketentuan – ketentuan yang disyaratkan oleh Bank Indonesia pada pembayaran uang elektronik sebagai lembaga teknologi finansial di Indonesia. *Dana* telah bekerja sama dengan Bank – Bank nasional, diantaranya Bank Mandiri, BCA, BRI, BNI, CIMB NIAGA, Panin Bank, Permata Bank, dan Bank Sinar Mas.

Dana bisa sebagai tempat menyimpan uang dari pengguna yang diletakkan di rekening penampung (*Escrow Account*) untuk *Dana balance* pengguna. *Balance Dana* bisa digunakan untuk pembayaran BPJS, asuransi, pembayaran ReksaDana, pulsa, rekening listrik, rekening air, maupun transfer ke rekening Bank dan lainnya.

Sistem *Dana* telah dikembangkan sebagai dompet elektronik yang hanya bisa menampung uang dengan jumlah yang terbatas sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. *Dana* hanya bisa menampung uang Rp.10.000.000 (sepuluh juta rupiah) apabila belum verifikasi KTP. Akan tetapi apabila telah verifikasi KTP maka jumlah nominal uang yang dapat ditampung akan naik menjadi Rp.20.000.000 (dua puluh juta rupiah).

4. LinkAja

Menurut *website* resmi LinkAja yaitu linkaja.id, LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis *server* yang merupakan produk andalan dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak tanggal 21 februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapatkan liseni/izin dari Bank Indonesia sebagai perusahaan penerbit uang elektronik dan penyelenggara keuangan digital badan hukum,

Finarya juga telah menerapkan sistem manajemen keamanan informasi.

Finarya merupakan anak usaha dari 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dalam artian LinkAja telah terdaftar di BUMN. Sebagai anak usaha BUMN, Finarya juga terbuka untuk bersinergi dengan pihak swasta yang memiliki visi dan misi yang sama. Tujuan dari Linkaja yaitu mendorong inklukasi keuangan dan iklusi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Visi dari LinkAja adalah menjadi *platform* keuangan digital pilihan bangsa (*National Champion*) yang kredibel dan dapat dipercaya. Sedangkan misi dari LinkAja merupakan membangun ekosistem dan *platform* pembayaran serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kelas menengah/aspiran serta UMKM di Indonesia.

2.6 Masyarakat

2.6.1 Definisi Masyarakat

Menurut Soekanto (2006:22). Mendefinisikan bahwa masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, peraturan dan kerja sama antara berbagai kelompok dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan dari sekelompok manusia.

Sedangkan menurut Linton (1968) dalam Soekanto (2006:22) memaparkan bahwa masyarakat adalah setiap anggota

manusia yang telah hidup dan bekerja sama dengan waktu yang cukup lama, sehingga dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai sebuah kesatuan sosial dengan peraturan-peraturan yang telah dirumuskan dengan jelas.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari masyarakat adalah sebuah kelompok atau anggota manusia yang hidup secara bersama-sama dengan periode yang lama yang dicirikan dengan tingkah laku, peraturan, dan kerja sama antara kelompok ataupun anggota tersebut.

2.6.2 Definisi dan Ciri-Ciri Masyarakat Kota

Masyarakat kota atau *urban community* adalah masyarakat yang mempunyai ciri-ciri kehidupan yang berbeda dengan masyarakat pedesaan (Harwantiyoko, 1997:148). Contohnya seperti orang di perkotaan memandang makanan adalah sebagai alat yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sosial sedangkan masyarakat di pedesaan memandang bahwa makanan adalah sebuah alat yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan biologis.

Masyarakat kota bisa dicirikan dengan masyarakat yang mempunyai kehidupan yang modern. Menurut Mutakin (2007:104) masyarakat kota bisa dicirikan sebagai berikut :

1. Hubungan antar sesama yang didasarkan dengan pertimbangan untuk kepentingan pribadi.

2. Hubungan dengan sesama masyarakat yang akan berlangsung secara terbuka dan akan saling mempengaruhi.
3. Menyakini bahwa iptek adalah sebuah kemanfaatan yang dapat meningkatkan kualitas hidup.
4. Pendidikan yang relatif lebih tinggi dibandingkan masyarakat desa.
5. Aturan yang berlaku secara hukum bukan adat.
6. Ekonomi pasar yang berorientasi pada nilai uang, persaingan dan nilai-nilai inovatif lainnya.
7. Masyarakat yang bersifat individualisme

2.7 Penelitian Terkait

Penelitian ini didasarkan pada penelitian – penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa orang terdahulu. Maka saya disini berperan sebagai seorang peneliti ingin menambahkan dan mengembangkan penelitian yang telah mereka lakukan.

Muliadi dan Japariato (2021) dengan judul “Analisa Pengaruh *Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment OVO*”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavior intention* pada *digital payment OVO*. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *behavior intention* sebagai variabel Y, sama-sama menggunakan variabel

manfaat dan kemudahan. Sedangkan Perbedaannya adalah : pendekatan yang digunakan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sedangkan pada penelitian ini menggunakan UTAUT. Objek yang diteliti hanya terfokus pada OVO, sedangkan pada penelitian ini beberapa aplikasi *financial technology*.

Anggoro (2020) dengan judul “*Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Used, and Value on Behavioral intention to Use Digital Wallet (A Case Study of OVO User Malang)*”. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh dari *perceived ease of use* dan nilai pada niat perilaku di *digital wallet* pada aplikasi OVO. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *behavior intention* sebagai variabel Y, sama-sama menggunakan variabel manfaat dan kemudahan. Sedangkan perbedaannya adalah pendekatan yang digunakan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sedangkan pada penelitian ini menggunakan UTAUT. Objek yang diteliti hanya terfokus pada OVO, sedangkan pada penelitian ini beberapa aplikasi *financial technology*.

Faisal dan Kraugusteelina (2020) dengan judul “*Analisis Behavioral intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja)*”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh niat perilaku terhadap penggunaan

digital payment pada aplikasi Linkaja. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *behavior intention* sebagai variabel Y, sama-sama menggunakan variabel manfaat dan kemudahan. Sedangkan Perbedaannya adalah : pendekatan yang digunakan menggunakan *Technology Acceptance Model 3* (TAM 3) sedangkan pada penelitian ini menggunakan UTAUT. Objek yang diteliti hanya terfokus pada Linkaja, sedangkan pada penelitian ini beberapa aplikasi *financial technology*.

Andrianto (2020) dengan judul “Faktor Yang Memengaruhi *Behavior Intention* Untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Model UTAUT”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat factor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan dompet digital. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *behavior intention* sebagai variabel Y, sama-sama menggunakan variabel X Manfaat, Kemudahan, dan Pengaruh sosial. Sedangkan perbedaannya adalah pendekatan yang digunakan menggunakan *Unified Theory of Acceptance And Use of Tehcnology 2* (UTAUT 2)) sedangkan pada penelitian ini menggunakan UTAUT. Objek yang diteliti hanya terfokus pada Linkaja, sedangkan pada penelitian ini beberapa aplikasi *financial technology*. Alat uji yang digunakan menggunakan PLS-SEM sedangkan pada penelitian ini menggunakan SPSS Dan perbedaan terakhir adalah pada penelitian sebelumnya variabel X yang diteliti ada 7 variabel sedangkan pada penelitian ini hanya 3 variabel.

Purwianti dan Tio (2017) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Behavioural Intention*”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *behavior intention* sebagai variabel Y, sama-sama menggunakan variabel X Manfaat, dan Kemudahan. Sedangkan Perbedaannya adalah :. Objek yang diteliti hanya terfokus pada *E-Commerce*, sedangkan pada penelitian ini beberapa aplikasi *financial technology* dan Alat uji yang digunakan menggunakan PLS-SEM sedangkan pada penelitian ini menggunakan SPSS

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muliadi dan Japariato (2021)	Analisa Pengaruh <i>Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i> Sebagai Media Intervening Pada <i>Digital Payment OVO</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> dan alat uji yang digunakan adalah SPSS	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan serta manfaat yang dirasakan individu dalam menggunakan teknologi informasi akan memicu timbulnya niat individu untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

Tabel 2.1 Lanjutan

2.	Anggoro (2020)	Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Used, and Value on <i>Behavioral intention</i> to Use Digital Wallet (A Case Study of OVO User Malang	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan alat uji yang digunakan adalah SPSS	Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan nilai persepsi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keinginan untuk menggunakan
3.	Faisal dan Kraugusteelina (2020)	Analisis <i>Behavioral intention</i> Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja)	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> 3 (TAM 3) dan alat uji yang digunakan adalah SPSS	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>subjective norms</i> , <i>digital payment self-efficacy</i> , <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> niat perilaku
4.	Andrianto (2020)	Faktor Yang Memengaruhi <i>Behavior Intention</i> Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan <i>Unified Theory of Acceptance And Use of Tehcnology</i> 2 (UTAUT 2) dan alat uji yang digunakan adalah PLS-SEM	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Price Value</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavior Intention</i> sedangkan Manfaat, Kemudahan, Pengaruh sosial, <i>Facilitating Conditions</i> ,

Tabel 2.1 Lanjutan

				<i>Hedonic Motivation</i> , dan <i>Habit</i> tidak berpengaruh terhadap Niat perilaku
5.	Purwianti dan Tio (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Behavioural Intention</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan alat uji yang digunakan adalah PLS-SEM	Dengan hasil <i>brand image</i> , <i>customer satisfaction</i> , kemudahan, manfaat dan <i>attitude toward the website</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

2.8 Hubungan Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Pada Masyarakat Banda Aceh

Menurut Venkatesh et al (2003) kemudahan (*effort expectancy*) adalah suatu tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi dengan tujuan untuk memudahkan pekerjaan dengan cara mengurangi usaha dan menghemat waktu seseorang untuk melakukan pekerjaan,.

Konsumen akan memilih suatu produk ataupun jasa apabila konsumen merasakan bahwa produk ataupun jasa yang digunakan

akan memberikan kemudahan dalam menggunakannya. Selain itu pengguna akan merasa nyaman apabila teknologi yang digunakan mudah untuk dipelajari serta dioperasikan dan dengan menggunakan teknologi tersebut bisa mengurangi usaha dan menghemat waktu akan tetapi dapat meningkatkan kinerja.

Banyak studi melaporkan adanya pengaruh yang signifikan dari kemudahan terhadap niat perilaku menggunakan uang elektronik. Menurut Wang *et al.* (2009) bahwa kemudahan secara signifikan berpengaruh pada individu dalam penggunaan *M-learning*. Selain *M-learning* kemudahan juga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam keinginan untuk menggunakan *internet marketing* di Korea Selatan (Sin *et al.*, 2013). Sementara Khatimah dan Halim (2014) menemukan bahwa variabel kemudahan mempunyai hubungan yang bersifat positif dalam niat perilaku penggunaan *E-money* di Indonesia.

2.8.2 Pengaruh Manfaat Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Masyarakat Banda Aceh

Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikan bahwa Manfaat adalah sebagai tingkat kepercayaan pengguna ketika menggunakan teknologi informasi, yang dapat membantu pengguna tersebut untuk memperoleh keuntungan- keuntungan yang terkait dengan pekerjaan yang dilakukan sehingga dengan menggunakan teknologi tersebut mampu meningkatkan kinerja dan produktiitas dalam pekerjaan.

Sebelum mengambil sebuah keputusan seseorang akan mempertimbangkan, salah satunya adalah mempertimbangkan manfaat dari produk atau layanan yang akan memberikan keuntungan dan manfaat baik untuk dirinya sendiri maupun untuk pekerjaan ataupun dalam hal-hal lainnya. Pengguna akan lebih memilih produk atau teknologi yang lebih bermanfaat dan dapat meningkatkan kinerja dari pada teknologi yang mudah untuk digunakan.

Manfaat ditemukan secara konsisten secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku pemanfaat teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003) dalam (Sedana & Wijaya, 2010). Berdasarkan kegunaan, motivasi dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, maka timbul niat perilaku pemanfaatan akan teknologi. Al-Gahtani (2007) mengemukakan bahwa dengan variabel manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan komputer. Selain itu Kijasanayotin (2009) menemukan bahwa variabel manfaat merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi adopsi ICT kesehatan di Thailand.

2.8.3 Pengaruh Pengaruh sosial Terhadap Penggunaan *Financial Technology* Pada Masyarakat Banda Aceh

Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan bahwa pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (Compliance), internalisasi (Internalization)

dan identifikasi (Identification). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan dari luar atau dari sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar peluang ataupun niat perilaku yang ditimbulkan dari calon pengguna tersebut selama menggunakan teknologi tersebut dikarenakan pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

Dengan adanya pengaruh sosial baik bersifat pengaruh dari dalam seperti keluarga maupun dari luar seperti pengaruh sosial akan dapat mempengaruhi niat perilaku dan keputusan calon pengguna untuk menimbulkan niat perilaku dan keputusan dalam menggunakan sebuah produk.

Banyak penelitian yang dilakukan menggunakan variabel pengaruh sosial untuk menentukan niat perilaku dalam menggunakan teknologi. Menurut Alkhunaizan dan Love (2012), variabel pengaruh sosial menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi niat perilaku dalam penggunaan e-commerce di Saudi Arabia. Selain itu menurut Lin (2008), variabel pengaruh sosial mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menentukan niat perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi berupa penggunaan blog yang secara sukarela bergabung pada aktivitas blog, hal ini dikarenakan pengaruh dari pengguna blog yang lainnya.

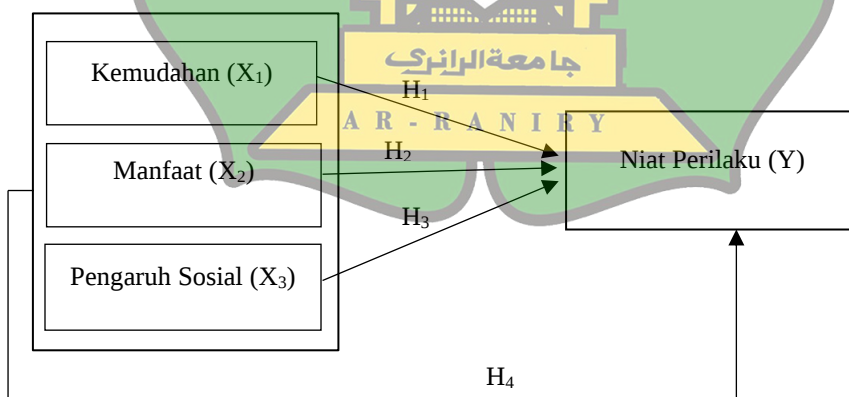
2.9 Kerangka Konseptual

Menurut Fitriyani (2016) mendefinisikan bahwa Kerangka konsep adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bagaimana suatu teori yang berhubungan, yang dapat dibangun berdasarkan teori, pustaka serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan serta dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga dapat menghasilkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya untuk diteliti.

Pada penelitian mengambil tiga variabel independen dan satu variabel dependen untuk diteliti. Variabel independen yaitu variabel Kemudahan, Manfaat dan Pengaruh sosial. Sedangkan variabel dependen adalah niat perilaku..

Sehingga kerangka konseptual yang bisa digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis atau kesimpulan sementara dalam penelitian. Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses berfikir deduktif (logika deduktif. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_a = Kemudahan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap niat perilaku (Y) terhadap penggunaan *financial technology*.
2. H_a = Manfaat (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap niat perilaku (Y) terhadap penggunaan *financial technology*
3. H_a = Pengaruh sosial (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap niat perilaku (Y) terhadap penggunaan *financial technology*.
4. H_a = Kemudahan (X_1), Manfaat (X_2) dan Pengaruh sosial (X_3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap niat perilaku (Y) terhadap penggunaan *financial technology*.

A R - R A N I R Y

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah termasuk dalam penelitian yang memiliki pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan melakukan survei. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif hal ini dikarenakan telah memenuhi dari kaidah-kaidah ilmiah diantaranya adalah konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional serta sistematis. Data dari penelitian ini akan berupa angka-angka dan akan dianalisis dengan menggunakan ilmu statistik. penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari satu populasi dan akan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data primer (Sofian dan Tukiran, 2014:130).

Metode survei yang dilakukan akan berfokus pada pendekatan survei deskriptif. Soehartono (2000;54) mendefinisikan pendekatan survei deskriptif adalah penelitian yang akan memberikan gambaran yang terjadi di masyarakat, teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan pada metode survei deskriptif antara lain wawancara, angket dan observasi.

Apabila berdasarkan sampel maka survei deskriptif pada penelitian ini bersifat survei sekali waktu (*cross-sectional survey*). Definisi dari survei sekali waktu adalah survei dengan perolehan dan pengumpulan data pada waktu tertentu yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi populasi yang ada.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah ruang lingkup yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai karakteristik dan kuantitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti, dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2003). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat Banda Aceh, berdasarkan data statistik kota Banda Aceh pada tahun 2021 terdapat jumlah penduduk Banda Aceh sebanyak 257.770 jiwa.

Sugiyono (2013) menyatakan untuk untuk menentukan mana yang akan dijadikan sumber penelitian maka sumber data penelitiannya berdasarkan daerah-daerah yang telah ditetapkan. Didalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat Banda Aceh yang terdiri dari 9 kecamatan yaitu : Meuraxa, Jaya Baru, Banda Raya, Baiturrahman, Lueng Bata, Kuta Alam, Kuta Raja, Syiah Kuala dan Ulee Kareng.

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Banda Aceh

No	Kecamatan	Populasi
1.	Meuraxa	23.150
2.	Jaya Baru	29.630
3.	Banda Raya	27.780
4.	Baiturrahman	41.310
5.	Lueng Bata	29.130
6.	Kuta Alam	55.180
7.	Kuta Raja	16.120
8.	Syiah Kuala	41.480
9.	Ulee Kareng	31.170
	Total	257.770

Sumber: BPS Banda Aceh (2021)

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang bagiannya terdapat dari segi jumlah dan karakteristik. Penelitian ini akan menggunakan *cluster sampling*, yaitu tehnik sampling yang digunakan untuk menentukan aoabila objek yang diteliti atau sumber dari data sangat luas misalnya sebuah Kota, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi dan lain sebagainya (Sugiyono, 2014). *Cluster sampling* memberikan beberapa *benefit* kepada peneliti diantaranya adalah mudah dalam penelitian, biaya relatif lebih murah, dengan pengelompokan maka dapat mewakili sebuah Kota, Kecamatan dan lain-lain.

Adapun syarat yang harus ada pada sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Banda Aceh
2. Menggunakan *financial technology*
3. Masyarakat yang telah mengetahui keuntungan dan kekurangan *financial technology*

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti akan menggunakan pendekatan Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan rumus Slovin:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : persentase kelonggaran, ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ada ditolerir 10%

Dalam rumus Slovin ada dua (2) ketentuan yaitu : Nilai e = 10% (0,1) untuk populasi dalam jumlah yang besar sedangkan nilai e 20% (0,2) untuk populasi dalam jumlah kecil, jadi rentang sampel yang diambil dari tehnik Slovin adalah 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 257.770 masyarakat sehingga persentase kelonggarannya adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{257.770}{1 + 257.770(10\%)^2}$$

$$n = \frac{257.770}{1 + 257.770(0,01)}$$

$$n = \frac{257.770}{1 + 2.577,7}$$

$$n = \frac{257.770}{2.578,7}$$

$$n = 99,96 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Untuk menyebarkan kuisioner akan dilakukan pada kecamatan yang mampu mewakili seluruh masyarakat kota Banda Aceh, maka oleh itu pengambilan sampel dan penyebaran kuisioner

pada penelitian ini akan dilakukan pada 4 (empat) kecamatan yang memiliki banyak populasi. Berdasarkan tabel diatas maka bisa dilihat bahwa kecamatan Baiturrahman, Kuta Alam, Syiah Kuala dan Ulee Kareng yang memiliki populasi yang tertinggi dari kecamatan lainnya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa penyebaran kuisoner pada penelitian ini akan dilakukan pada kecamatan Baiturrahman, Kuta Alam, Syiah Kuala dan Ulee Kareng agar bisa mewakili kuesioner dalam penelitian ini.

3.3 Sumber Data Penelitian

Data adalah sesuatu yang dikumpulkan oleh peneliti berupa fakta empiris yang akan digunakan untuk bisa memecahkan sebuah masalah ataupun menjawab pertanyaan sebuah penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015). Sumber dari penelitian ini berasal dari data primer.

Data primer adalah data yang menunjukkan pada informasi yang telah didapati oleh peneliti yang mempunyai kaitan erat dengan variabel niat perilaku dalam menggunakan *electronic money* untuk tujuan spesifik studi. Sumber untuk data primer ini berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet dan kuisoner (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data primer, yang akan dikumpulkan menggunakan metode kuisoner.

3.4 Tehnik Pengumpulan Data

Sugiyono (2018) mendefinisikan bahwa tehnik pengumpulan data adalah sebuah langkah – langkah yang dilakukan untuk

memperoleh data serta keterangan – keterangan yang akan membantu untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Untuk mendukung penelitian ini diperlukan sejumlah data yang mampu memperkuat penelitian. Adapun cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini, akan digunakan tehnik sebagai berikut :

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket, peneliti akan mengambil angket dalam bentuk online, di dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket yang bersifat tertutup. Sugiyono (2018) mendefinisikan angket adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan, yang secara garis besar terdiri dari tiga bagian terpenting yaitu : judul angket, pengantar yang berisi tujuan dan petunjuk pengisian angket dan daftar pertanyaan yang berisikan opini atau perpaduan antara fakta dan opini. Sedangkan angket tertutup adalah angket yang hanya menyediakan pertanyaan dan jawaban yang harus dipilih responden yang bersifat terbatas.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah peraturan yang menggunakan notasi berupa bilangan dalam pengukuran. Dalam penelitian ini, tehnik dalam pengukuran data menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi dari seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Menurut Budiadji (2019) ada beberapa skalapengukuran yang dapat

digunakan dalam sebuah penelitian, diantaranya skala thurstone, skala guttman dan skal likert. Skala thurstone digunakan untuk menduga referensi indinidu dengan menggunakan nilai berupa frekuensi responnya. Skalam guttman adalah kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka semua butir pertanyaan harus disetujui. Sedangkan skala likert adalah beberapa butir pertanyaan dan disediakan lima butir titik pilihan pada setiap butirnya.

Adapun macam-macam skala pengukuran adalah skala *nominal*, skala *interval*, dan skala *rasio*. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *ordinal* yang kemudian diubah menjadi skala *interval* menggunakan metode *method of succeive interval*. Sugiyono (2018), skala likert digunakan untuk mengukur tingkat sikap, fenomena sosial, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Skala likert ini disusun dikategorikan lima pertanyaan yang dirancang dalam bentuk angket dan diberi dengan nilai 1 – 5 (satu sampai lima), seperti pada tabel 3.2

Tabel 3. 2
Skala pengukuran data

No	Pilihan Jawaban	Skor
----	-----------------	------

1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014)

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk dan yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1 Variabel Independen

Setiap produk akan menimbulkan niat perilaku bagi penggunaannya apabila produk tersebut dapat memberikan kemanfaatan dalam pemakaian yang memudahkan pengguna, selain itu pemakaian produk juga akan dipengaruhi oleh pengaruh sosial (Venkatesh *et al.*, 2018). Variabel independen pada penelitian ini adalah kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial.

3.6.1.1 Kemudahan

Menurut Venkatesh *et al* (2012) Kemudahan adalah usaha yang dikeluarkan dalam menggunakan uang elektronik, sehingga usaha yang dikeluarkan tersebut akan mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan uang elektronik.

3.6.1.2 Manfaat

Manfaat dalam penggunaan teknologi didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan

meningkatkan kinerja serta membantunya dalam kehidupan sehari-hari (Venkatesh *et al.*, 2018). Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah suatu kepercayaan yang timbul dari seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi.

3.6.1.3 Pengaruh sosial

Venkatesh *et al.* (2018) mendefinikan bahwa Pengaruh sosial adalah bagaimana seseorang dapat menggunakan uang elektronik dikarenakan pengaruh baik dari pengaruh dalam seperti keluarga maupun pengaruh dari luar seperti teman dan lain sebagainya. Pengaruh sosial akan menimbulkan niat perilaku dan keputusan pengguna dalam menggunakan uang elektronik.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah *behavioral intention* terhadap penggunaan *financial technology*. Venkatesh *et al* (2018), mendefinisikan niat perilaku merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan-tujuan yang diinginkannya selain itu niat perilaku sebagai ukuran kekuatan niat dari seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

3.7 Operasional Variabel

Noor (2012) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel

dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Adapun indikator dan angket pada penelitian ini diadopsi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Utami (2017), Lee (2018), Muntianah (2012) dan Venkatesh (2012).

Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kemudahan (X1)	Kemudahan adalah seberapa banyak usaha untuk menggunakan sebuah uang elektronik (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012)	• Teknologi informasi sangat mudah untuk dipahami • Teknologi informasi sangat mudah untuk dipelajari • Teknologi informasi dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna. • Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan	Interval

2.	Manfaat (X ₂)	Manfaat adalah sebagai tingkat kepercayaan pengguna ketika menggunakan uang elektronik akan membantu pekerjaan dan bermanfaat (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	• Transaksi yang lebih cepat. • Transaksi yang lebih efektif. • Penggunaan yang meningkatkan produktitas. • Teknologi yang digunakan bermanfaat Utami (2017)	Interval
3.	Pengaruh sosial (X ₃)	Pengaruh sosial adalah bagaimana seseorang dapat menggunakan uang elektronik dikarenakan pengaruh sosial (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	• Informasi dari teman • Dukungan dari teman • Informasi dari keluarga • Dorongan dari keluarga. Lee (2018)	Interval
4	Niat perilaku (Y)	niat perilaku merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan-tujuan yang diinginkannya selain itu niat perilaku sebagai ukuran kekuatan niat dari seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.	• Frekuensi penggunaan • Penggunaan yang didasarkan faktor emosional • Penggunaan karena kebutuhan • Penggunaan seterusnya • Kepuasan penggunaan Venkatesh (2012) dan Muntianah (2012)	Interval

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.8 Tehnik Pengolahan Data

Setelah semua data telah terkumpul dengan lengkap maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Langkah-langkah dari pengolahan data sebagai berikut :

3.8.1 *Editing*

Tahap *editing* adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah terkumpul dari lapangan. Jadi, setelah angket diisi serta dikembalikan oleh reponden, maka peneliti segera memeriksa dan meneliti satu persatu. Peneliti berusaha memeriksa ataupun meneliti sedetail mungkin terhadap angket yang telah disebarakan kepada responden. Hal ini bertujuan untuk menghindari dari kesalahan ataupun data penelitian.

3.8.2 *Scoring*

Setelah tahap *editing* selesai, maka tahap kedua adalah *scoring*, yang dimaksud dengan *scoring* adalah memberikan skor ataupun nilai terhadap item-item pertanyaan yang terdapat pada angket. Setiap jawaban mempunyai nilai tersendiri untuk menghitung data.

3.8.3 *Tabulating*

Setelah tahap *editing* dan tahap *scoring* selesai maka tahap terakhir adalah *tabulating*, yang dimaksud dengan *tabulating* adalah memasukkan data yang telah terkumpul pada tabel yang kemudian menghitungnya sesuai angka yang didapat. Setelah selesai persiapan

data dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis data tersebut kedalam bentuk statistik.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Sekaran (2006) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan kemampuan dari sebuah skala yang bertujuan untuk mengatur konsep yang ingin diperoleh. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah item – item yang telah disajikan dalam angket akan mampu mengetahui dengan pasti apa yang akan diteliti selain itu uji validitas juga dilakukan untuk mengetahui instrumen dalam mengukur sebuah variabel dari penelitian.

Sugiyono (2013) mengungkapkan apabila koefisien antara item dengan total keseluruhan dari item memiliki nilai sama ataupun diatas nilai 0,50, maka item tersebut dinyatakan *valid*, akan tetapi apabila nilainya dibawah 0,50 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data tersebut *valid* (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tersebut tidak *valid* (tidak signifikan) dan tidak akan diikut sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengumpulkan variabel penelitian reliabel atau tidak (Sugiyono, 2010). Sugiyono (2013) juga mengungkapkan bahwa reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2011).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standarized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali

menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila ditemukan korelasi antarvariabel independen, maka adanya masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menimbulkan masalah multikolinearitas. Metode pengujian yang paling sering digunakan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Menurut Ghazali (2005) bahwa dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

- 2) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghosali (2005) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.11 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan keadaan variabel (Sugiyono,2010:277). Sedangkan menurut Ghozali (2011) Analisis linear berganda adalah pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan **tinggi** rendahnya variabel dependen terhadap dua atau **lebih variabel independen** sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regresi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua. Dengan kata lain analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (Independen) dalam suatu penelitian dengan variabel terikat (Dependen). Variabel independen pada penelitian ini adalah Kemudahan, Manfaat dan Pengaruh sosial. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah **niat perilaku terhadap penggunaan *financial technology***. Adapun persamaan linier pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan : **A R - R A N I R Y**

- α : konstanta
- β : koefisien variabel
- X : variabel
- e : error term

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Koefisien Determinasi

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, jika $R^2 = 100\%$ berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 harus berkisar 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
- 2) Apabila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
- 3) Apabila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*.

3.12.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan ataupun secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perumusan Hipotesis Untuk Uji Simultan (Uji F) :

1. Perumusan Hipotesis

H_0 = Kemudahan, Manfaat dan Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_a = Kemudahan, Manfaat dan Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

2. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05 yang berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima atau ditolak.
3. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ menolak H_0 dan menerima H_a .

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ menerima H_0 dan menolak H_a .

4. Pengambilan keputusan

3.12.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji T) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perumusan Hipotesis Untuk Uji Parsial (Uji t) adalah sebagai berikut :

1. Perumusan Hipotesis

H_0 = Kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_{a1} = Kemudahan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_0 = Manfaat tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_{a2} = Manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_0 = Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

H_{a3} = Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* (E-Money) di masyarakat Banda Aceh

2. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05 yang berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima atau ditolak.
3. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ menolak H_0 dan menerima H_a .

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ menerima H_0 dan menolak H_a .

4. Pengambilan keputusan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum *Financial Technology* di Aceh

Financial technology pertama kali muncul diawali dengan kemajuan teknologi industri. Perkembangan komputer beserta jaringan internet di tahun 1966 membuka peluang besar bagi para pengusaha finansial untuk mengembangkan bisnis secara global.

Di era 80-an, bank mulai menggunakan sistem pencatatan data yang mudah diakses melalui jaringan komputer. Dari sinilah cikal bakal *financial technology* dimulai dengan munculnya pula *Bank Office* beserta fasilitas pemodalan lainnya. Pada tahun 1982, *electronic-trade* membawa *financial technology* menuju arah yang lebih baik dengan mengizinkan sistem perbankan secara elektronik untuk investor. Model finansial ini semakin ramai digunakan berkat pertumbuhannya pada tahun 1990. Salah satunya karena saham *online* yang dapat memudahkan investor untuk menanamkan modal.

Pada tahun 1998 adalah masa ketika bank mulai mengenalkan *online banking* untuk para nasabahnya. *Financial technology* menjadikan primadonanya dimasyarakat luas. Pembayaran yang praktis dan jauh berbeda dengan metode pembayaran konvensional membuat perkembangan *financial technology* semakin gencar. Layanan finansial yang lebih efisien dengan menggunakan teknologi dan *software* dapat dengan mudah diraih dengan *financial technology*.

Penggunaan *financial technology* bertujuan dalam membuat pekerjaan lebih efisien dan efektif baik dari segi kesulitan maupun dari segi waktu. Penggunaan *financial technology* di Banda Aceh mulai berkembang dari tahun ke tahun. Adapun penggunaan *financial technology* di Banda Aceh meliputi:

Tabel 4. 1
Financial Technology di Banda Aceh

No	Financial Technology	Pangsa Pasar
1	Gopay	37%
2	Dana	15%
3	Shopeepay	13%
4	Ovo	20%
5	Linkaja	10%
6	Lainnya	5%

Sumber: Dhea (2021)

Dari tabel di atas maka dapat dilihat bahwa penggunaan gopay lebih banyak digunakan oleh masyarakat Banda Aceh, hal ini karena manfaat yang diperoleh oleh penggunaan Gopay yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Pangsa pasar dari Gopay mencapai 37%. Gopay merupakan uang elektronik (*electronic money*) yang termasuk *financial technology* yang dipakai untuk melakukan pembayaran, *crowdfunding*, dan investasi melalui aplikasi Gojek. Gopay mampu melakukan pembayaran pada layanan yang disediakan oleh Gojek seperti *Go-ride*, *Go-food* dan lain sebagainya, pembayaran di toko atau restoring yang bermitrakan dengan usaha Gopay menggunakan QRIS (*quick response code Indonesia standard*) yaitu standarisasi pembayaran menggunakan metode kode QR dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan

kode QR lebih efisien dan efektif serta terjaga keamanannya, membayar *paylater* (bayar kemudian) untuk konsumen yang terpilih, dan transaksi lainnya sesama pengguna Gopay.

Kemudian pangsa pasar Ovo mencapai 15%, hal ini dipengaruhi oleh penggunaan Ovo yang akan memudahkan masyarakat Indonesia dalam melakukan belanja online. Fitur-fitur yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *payment* yaitu menyediakan kemudahan dalam bertransaksi dan pembayaran untuk segala kebutuhan sehari-hari konsumen seperti pulsa, PDAM, listrik dan sebagainya. OVO *Points* yaitu sebuah *loyalty rewards* yang diberikan oleh OVO untuk konsumen dari setiap bertransaksi di berbagai *merchant* yang bermitra dengan OVO dan dapat digunakan kembali sebagai alat pembayaran di seluruh *merchant* yang bekerjasama dengan OVO (1 OVO *Points* = Rp. 1). Fitur lain yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *Top Up*, transfer, Tarik tunai, *history*, dan lainnya. Selanjutnya pangsa pasar dari penggunaan *financial technology* oleh masyarakat Banda Aceh adalah Dana dengan pangsa pasar 15%, Shopeepay dengan pangsa pasar 13%, Linkaja dengan pangsa pasar 10% dan penggunaan *financial technology* lainnya seperti Doku, Astrapay dan lain sebagainya dengan pangsa pasar 5%.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden peneliti akan membahas mengenai karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin, usia dan penghasilan dari responden. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuisioner yang telah diberikan oleh peneliti. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* adalah tehnik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel dengan membuat karakteristik atau syarat yang harus dipenuhi oleh populasi untuk menjadi sampel pada penelitian dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *electronic money*. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	64	64%
2	Perempuan	36	36%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin lebih dominan laki-

laki dengan jumlah 64 (64%) responden, sedangkan responden jenis kelamin perempuan hanya berjumlah 36 (36%) responden. Hal ini diduga karena pengguna *electronic money* di Kota Banda Aceh masih didominasi oleh laki-laki daripada perempuan, sehingga akan memberikan untuk jenis kelamin laki-laki untuk menjadi responden pada penelitian ini.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *electronic money*. Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	24-39 tahun (Milenial)	88	88%
2	40-55 Tahun (Gen X)	12	12%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dikerahui responden dengan rentang usia 24 tahun sampai dengan 39 tahun berjumlah 88 (88%) yang paling terbanyak. Kemudian rentang usia 40 tahun sampai dengan 55 tahun dengan jumlah 12 (12%) responden. Dari data diatas menunjukkan rentang usia 24 - 39 tahun merupakan responden terbanyak dalam menggunakan *electronic money*, hal tesebut disebabkan karena pengguna dari *electronic money*

merupakan masyarakat yang termasuk milenial, rentang usia 24 - 39 tahun merupakan masyarakat atau orang-orang generasi milenial.

4.2.1.3 Responden Berdasarkan Penghasilan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *electronic money*. Adapun responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	Rp. 1000.000	36	36%
2	Rp. 2.000.000	29	29%
3	Rp. 3.000.000	22	22%
4	> Rp. 4.000.000	13	13%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penghasilan yang dominan adalah jumlah penghasilan lebih dari Rp.1.000.000 dengan 36 (36%) responden, kemudian jumlah penghasilan Rp.2.000.000 dengan 29 (29%) responden. Setelah itu dengan jumlah penghasilan sebanyak Rp.3.000.000 dengan total 22 (22%) responden dan yang terakhir adalah dengan jumlah penghasilan Rp.4.000.000 dengan 13 (13%) responden. Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah penghasilan paling banyak menggunakan *electronic money* adalah Rp. 1.000.000. hal tersebut disebabkan pengguna *electronic money* merupakan mahasiswa yang belum memiliki penghasilan besar.

4.2.1.4 Responden Berdasarkan Aplikasi *Electronic Money*

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *electronic money*. Adapun responden berdasarkan aplikasi *electronic money* yang merupakan bagian dari *electronic money* dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi E-Money

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	Ovo	14	14%
2	Dana	17	17%
3	Gopay	33	33%
4	Linkaja	9	9%
5	Shopeepay	21	21%
6	lainnya	6	6%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penggunaan *electronic money* yang dominan adalah masyarakat yang menggunakan Gopay dengan jumlah 33 (33%), kemudian pengguna Shopeepay dengan jumlah 21 (21%), kemudian masyarakat yang menggunakan Dana digital dengan jumlah 17 (17%) responden, kemudian masyarakat yang menggunakan Ovo dengan jumlah 14 (14%), selanjutnya masyarakat yang menggunakan Linkaja dengan jumlah 9 (9%) dan yang terakhir adalah masyarakat yang menggunakan *electronic money* lainnya dengan jumlah 6 atau dengan persentase 6%.

4.2.2 Deskripsi Variabel

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang terjadi diukur menggunakan skala Likert dengan skala 5 yaitu skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 kurang setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kemudahan

Pada variable kemudahan terdapat 5 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6
Deskripsi Variabel Kemudahan

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
EE 1	4	6	15	47	28	3,89	3,77
EE 2	4	6	16	33	39	3,95	
EE 3	2	12	16	33	37	3,91	
EE 4	2	19	20	33	26	3,62	
EE 5	3	16	31	30	20	3,48	
Total	15	59	98	176	150	18,85	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kemudahan adalah 3,77 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 176 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 150 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 98 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 59 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 15 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari lima pernyataan variabel kemudahan adalah pada pernyataan kedua yaitu “Saya merasa dengan mudah

bertransaksi dengan *electronic money* dimanapun dan kapanpun” dengan rata-rata 3,95. sedangkan yang terendah adalah pernyataan kelima yaitu ”Saya merasa bahwa penggunaan *electronic money* akan memudahkan dalam kegiatan sehari-hari” dengan nilai rata-rata 3,48.

4.2.2.2 Deskripsi Variabel Manfaat

Pada variable manfaat terdapat 4 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7
Deskripsi Variabel Manfaat

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
PE 1	2	9	17	45	27	3,86	3,91
PE 2	1	6	11	43	39	4,13	
PE 3	1	13	29	31	26	3,68	
PE 4	0	4	25	39	32	3,99	
Total	4	32	82	158	124	15,66	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel manfaat adalah 3,91 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 158 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 124 tanggapan, setelah itu tanggapan netral (3) dengan total 82 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 32 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 4 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari empat pernyataan variabel manfaat adalah pada pernyataan kedua yaitu “Saya merasa dengan

menggunakan *electronic money* akan menambah manfaat dalam kehidupan sehari-hari” dengan rata-rata 4,13. sedangkan yang terendah adalah pernyataan ketiga yaitu ”Saya merasa dengan menggunakan *electronic money* akan meningkatkan produktivitas” dengan nilai rata-rata 3,68.

4.2.2.3 Deskripsi Variabel Pengaruh sosial

Pada variable pengaruh sosial terdapat 4 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8
Deskripsi Variabel Pengaruh sosial

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
SI 1	3	12	42	30	13	3,38	3,56
SI 2	2	16	28	30	24	3,58	
SI 3	1	16	26	26	32	3,74	
SI 4	11	14	20	17	39	3,57	
Total	17	58	116	103	108	14,27	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel pengaruh sosial adalah 3,56 dengan jumlah netral (3) yang terbanyak yaitu 116 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 108 tanggapan, setelah itu tanggapan setuju (4) dengan total 103 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 58 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 17 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari empat pernyataan variabel pengaruh sosial adalah pada pernyataan ketiga yaitu “Saya

menggunakan electronic money karena semua informasi dari keluarga saya” dengan rata-rata 3,74. sedangkan yang terendah adalah pernyataan pertama yaitu ”Saya menggunakan *electronic money* karena informasi dari teman” dengan nilai rata-rata 3,38.

4.2.2.4 Deskripsi Variabel Niat perilaku

Pada variable kemudahan terdapat 4 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Deskripsi Responden Terhadap Variabel Niat perilaku

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
BI 1	3	17	35	26	19	3,41	3,60
BI 2	8	4	34	20	34	3,68	
BI 3	7	18	17	14	44	3,70	
BI 4	12	20	10	10	48	3,62	
BI 5	16	18	7	12	47	3,56	
BI 6	13	22	3	13	49	3,63	
Total	59	99	106	95	241	21,60	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel niat perilaku adalah 3,60 dengan jumlah sangat setuju (5) yang terbanyak yaitu 241 tanggapan, kemudian netral (3) dengan total 106 tanggapan, setelah itu tanggapan setuju (4) dengan total 95 tanggapan, kemudian tanggapan tidak setuju (2) dengan total 99 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 59 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari empat pernyataan

variabel niat perilaku adalah pada pernyataan ketiga yaitu “Saya menggunakan *electronic money* karena kebutuhan” dengan rata-rata 3,70. sedangkan yang terendah adalah pernyataan pertama yaitu ”Saya sering menggunakan *electronic money* dalam melakukan dalam transaksi sehari-hari” dengan nilai rata-rata 3,41.

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuisioner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara r hitung atau *person correlation* dengan r tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n-3 = 100-2 = 98$ (n adalah jumlah data), sehingga r_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,197 dan pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun uji validitas pada variabel kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial serta niat perilaku dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4. 10

A R - Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kemudahan (X_1)	X1.1	0,696	0,197	Valid
	X1.2	0,880	0,197	Valid
	X1.3	0,865	0,197	Valid
	X1.4	0,848	0,197	Valid
	X1.5	0,836	0,197	Valid
Manfaat (X_2)	X2.1	0,832	0,197	Valid
	X2.2	0,876	0,197	Valid
	X2.3	0,735	0,197	Valid
	X2.4	0,783	0,197	Valid

Pengaruh sosial (X_3)	X3.1	0,675	0,197	Valid
	X3.2	0,826	0,197	Valid
	X3.3	0,886	0,197	Valid
	X3.4	0,780	0,197	Valid
Niat perilaku (Y)	Y.1	0,621	0,197	Valid
	Y.2	0,733	0,197	Valid
	Y.3	0,899	0,197	Valid
	Y.4	0,910	0,197	Valid
	Y.5	0,890	0,197	Valid
	Y.6	0,741	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , dan hasilnya memperlihatkan bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga mendapatkan nilai yang valid.

4.3.1.1 Hasil Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah indikator konsisten atau bagaimana indeks tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila *coefecient cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 ($>0,60$). Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Standar Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan (X_1)	5	0,60	0,884	Reliabel

Manfaat (X_2)	4		0,816	Reliabel
Pengaruh Sosial (X_3)	4		0,793	Reliabel
Niat Perilaku (Y)	6		0,889	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

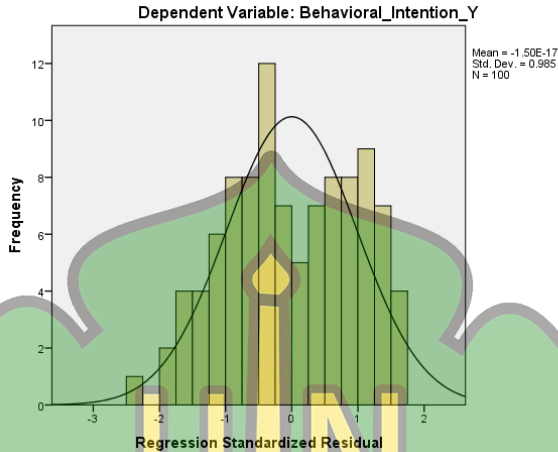
Pada tabel memperlihatkan nilai dari *cronbach alpha* variabel kemudahan (X_1) yaitu sebesar 0,884, nilai pada variabel immanfaat (X_2) adalah sebesar 0,816, nilai pada variabel pengaruh sosial (X_3) adalah sebesar 0,793 dan pada variabel niat perilaku (Y) nilainya sebesar 0,889. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel $> 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah sampel yang digunakan pada suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak, pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan dapat dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi menggunakan software SPSS. Pengujian dengan grafik berikut pola hasil dari pengolahan SPSS dapat dilihat pada Gambar 4.1.

Gambar 4. 1
Histogram



Sumber: Data diolah (2023)

Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi apakah kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial terhadap penggunaan *electronic money* pada masyarakat di kota Banda Aceh.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik dan layak digunakan adalah model yang terhindar dari korelasi antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12
Uji Multikolinieritas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kemudahan (X_1)	0,834	1.199
Manfaat (X_2)	0,851	1.175
Pengaruh sosial (X_3)	0,922	1,084

Sumber: Data diolah (2022)

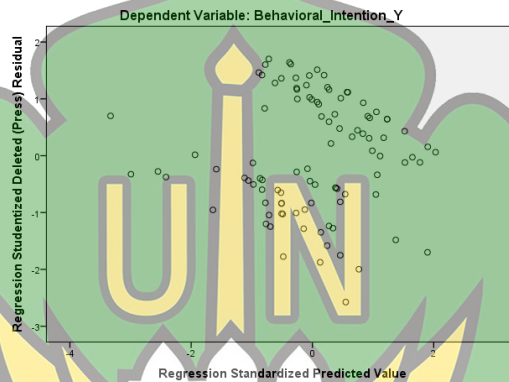
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinearitas, hal ini dapat dilihat dari nilai *tollerance* baik dari variabel kemudahan (X_1) yang memiliki nilai sebesar 0,834, pada variabel manfaat (X_2) dengan nilai sebesar 0,851 dan pada variabel pengaruh sosial (X_3) memiliki nilai sebesar 0,922. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($>0,10$). Sedangkan nilai VIF pada variabel kemudahan (X_1) sebesar 1,199, pada variabel manfaat (X_2) memiliki nilai sebesar 1,175 dan pada variabel pengaruh sosial (X_3) memiliki nilai sebesar 1,084, sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10 (<10). Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikolinieritas.

4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut.

Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Hal ini dapat dilihat pada *scatterplot* yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2.

Gambar 4. 2
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah (2023)

Terlihat pada grafik scatterplot di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

4.5 Hasil Uji Regrsi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada

masyarakat Banda Aceh dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient
	B	Std Error	Beta
Constant	4,586	3,537	
Kemudahan (X ₁)	0,457	0,136	0,304
Manfaat (X ₂)	0,512	0,199	0,230
Pengaruh sosial (X ₃)	0,529	0,162	0.281

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan data yang disajikan pada Tabel 4.13, maka menghasilkan persamaan linear berganda sebagai berikut:

Persamaan model regresi linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_2 X_2 + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 4,586 + 0,457 X_1 + 0,512 X_2 + 0,529 X_3$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 4,586 yang artinya apabila kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial tetap atau konstan, maka mpenggunaan *electronic money* (E-Money) sebesar 4,586.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kemudahan (X₁) bernilai positif sebesar 0,457 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan

kemudahan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh sebesar 0,457 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

3. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien manfaat (X_2) bernilai positif sebesar 0,512 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan manfaat bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh sebesar 0,512 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.
4. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien pengaruh sosial (X_2) bernilai positif sebesar 0,529 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan pengaruh sosial bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh sebesar 0,529 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) terhadap niat perilaku penggunaan *electronic*

money pada masyarakat Banda Aceh. kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ (n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga t_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,984. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak. Secara parsial maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Uji Parsial

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	sig
Constant	1,731	1,984	0,446
Kemudahan (X_1)	3,357		0,001
Manfaat (X_2)	2,575		0,012
Pengaruh sosial (X_3)	3,268		0,002

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel kemudahan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,357 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Nilai signifikan $0,001 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (3,357) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemudahan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Sedangkan pengujian pada variabel manfaat (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,575 dengan nilai signifikan sebesar 0,012. Nilai signifikan $0,012 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,575) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan

bahwa adanya pengaruh antara manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Sedangkan pengujian pada variabel pengaruh sosial (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,268 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikan $0,002 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (3,268) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Dari hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh antara variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik.

Metode Fisher atau uji F pada tingkat kepercayaan 0,050 dengan kriteria membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang dapat diketahui dengan menghitung df_1 (jumlah data variabel - 1) = 3 - 1 = 2 dan df_2 $n-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96$. Sehingga F_{tabel} yang diperoleh

sebesar 2,70. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak secara ANNOVA^a dapat dijelaskan pada tabel 4.15.

Tabel 4. 15
Uji Simultan

F	Sig.
16.854	.000 ^b

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16.854 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,050$), sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16.854 > 2,70$). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh, atau dengan kata lain hipotesis H_a diterima.

4.6.3 Hasil Uji Determinasi

Koefesien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefesien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefesien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4. 16
Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.587 ^a	.345	.325	5.557

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel diatas nilai koefesien determinasi (R^2) sebesar 0,345 Hal ini menunjukkan bahwa 34,5% variabel kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial mampu menjelaskan variabel niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh. Sedangkan sisanya, yaitu 65,5%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gaya hidup, risiko, lingkungan dan lain sebagainya.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Kemudahan (X_1) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil t_{hitung} (3,357) > t_{tabel} (1.984). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemudahan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Pengaruh kemudahan terhadap niat perilaku pengguna Fintech pada masyarakat Kota Banda Aceh hal ini disebabkan oleh masyarakat yang sudah mengetahui tentang pengoperasian aplikasinya, sehingga penggunaan fintech akan memudahkan masyarakat dalam melakukan segala transaksi. Selain itu kemudahan yang diberikan oleh penggunaan fintech adalah tidak diperlukannya

pertemuan antara pembeli dan penjual sehingga hal tersebut akan membuat waktu lebih efisien. penggunaan Fintech juga akan memudahkan pengguna dalam mekanisme penggunaannya yang hanya memerlukan *smartphone* dalam mengakses dan mengoperasikan fintech.

Sehingga dapat disimpulkan apabila fintech memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari maka akan meningkatkan niat perilaku masyarakat dalam menggunakan fintech. Apabila sebaliknya, fintech memberikan kesulitan dalam mengoperasikannya maka niat perilaku dalam menggunakan fintech akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrianto (2020), Anggoro (2020) dan Purwianti & Tio (2017) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan (*electronic money*) akan menimbulkan niat perilaku dalam menggunakan. Sehingga dari kemudahan akan timbulnya proses masyarakat dalam memilih, menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan dalam menggunakan yang kemudian akan direspon melalui tindakan.

4.7.2 Pengaruh Manfaat (X_1) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil , $t_{hitung} (2,575) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara manfaat berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Dari hasil statistik tersebut maka dapat dilihat bahwa semakin meningkatnya manfaat dari fintech maka akan memberikan peningkatan pada niat perilaku masyarakat dalam menggunakan fintech. Begitu juga sebaliknya apabila fintech tersebut tidak memberikan manfaat maka niat perilaku dalam menggunakan fintech akan menurun.

Pengaruh manfaat terhadap niat perilaku adalah mempercepat masyarakat dalam melakukan transaksi, sehingga penggunaan fintech akan menjadi efektif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fintech akan membuat transaksi menjadi lebih cepat serta tanpa perlunya tatap muka antara penjual dengan pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrianto (2020), Anggoro (2020) dan Purwianti & Tio (2017) yang menyatakan bahwa manfaat yang diterima oleh masyarakat dalam memudahkan pekerjaan atau bahkan dapat menghasilkan pendapatan bagi mereka maka akan dapat menimbulkan niat perilaku dalam menggunakan barang tersebut.

4.7.3 Pengaruh Pengaruh sosial (X_3) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh
Pengujian pada variabel pengaruh sosial (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,268 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikan $0,002 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (3,268) > t_{tabel} (1.984)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat

perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh.

Pengaruh dari pengaruh sosial terhadap niat perilaku penggunaan fintech umumnya diperoleh dari informasi yang melalui teman maupun dorongan yang diterima dari keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fintech umumnya dipengaruhi oleh pengaruh sosial yang mendukung informasi pada lingkungan keberadaan masyarakat tersebut.

Pengaruh sosial akan menjadi alasan pendukung bagi seseorang dalam menggunakan fintech apabila orang-orang dilingkungan baik internal seperti keluarga maupun eksternal seperti teman menggunakan fintech maka akan timbul niat perilaku dalam menggunakan fintech di lingkungan tersebut (Pratiwi, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrianto (2020) dan Anggoro (2020) menyatakan adanya pengaruh yang ditimbulkan baik dari dalam maupun dari luar akan membuat keputusan dalam menggunakan uang elektronik menjadi lebih besar, sehingga hal tersebut akan menimbulkan niat perilaku dalam menggunakan uang elektronik tersebut. Sehingga pengaruh akan menjadi faktor yang penting untuk menimbulkan niat perilaku pemakaian.

4.7.4 Pengaruh Kemudahan (X_1), Manfaat dan Pengaruh sosial (X_3) Terhadap Niat perilaku Pengguna Fintech Pada Masyarakat Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16.854 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,050$), sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16.854 > 2,70$). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X_1), manfaat (X_2) dan pengaruh sosial (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh, atau dengan kata lain hipotesis H_a diterima.

Nilai koefesien determinasi (R^2) sebesar 0,345 Hal ini menunjukkan bahwa 34,5% variabel kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial mampu menjelaskan variabel niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat Banda Aceh. Sedangkan sisanya, yaitu 65,5%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gaya hidup, risiko, lingkungan dan lain sebagainya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan hasil maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh.
2. Manfaat secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh.
3. Pengaruh sosial secara signifikan berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh.
4. Kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial secara signifikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap niat perilaku penggunaan *electronic money* pada masyarakat kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada penyedia *electronic money* agar kedepannya untuk meningkatkan fitur-fitur yang tersedia dan pelayanan, baik itu dari segi produk ataupun jasa. Sehingga dengan adanya produk ataupun jasa terbaru yang dapat memudahkan dan memberikan manfaat kepada pengguna ataupun calon pengguna sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan pengaruh sosial dalam mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan *electronic money*. Selain adanya produk atau jasa *electronic money* juga harus menyediakan promo yang dapat memudahkan dan bermanfaat bagi pengguna sehingga pengguna *electronic money*, baik yang sudah menggunakan maupun calon pengguna dapat mempertahankan pengguna lama maupun pengguna baru.
2. Kepada masyarakat, agar kedepannya mampu memanfaatkan kemudahan yang diberikan *electronic money* dalam mendukung kegiatan sehari-hari dan mempermudah transaksi-transaksi yang akan dilakukan.
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian ini dapat lebih luas dalam melihat niat perilaku masyarakat, variabel yang dapat ditambahkan meliputi kualitas produk, kualitas jasa, tingkat keamanan, atau lebih fokus ke gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat sekitar sehingga bisa menggunakan variabel *lifestyle*, *hedonisme*, *prestise*,

gengsi dan lain sebagainya. Dengan adanya variabel-variabel baru dalam penelitian yang dilakukan terhadap penggunaan *peer to peer lending* maka akan memperkuat hasil yang didapatkan. Diharapkan juga peneliti kedepannya agar dapat menambah sampel responden agar hasil yang didapatkan lebih akurat serta dapat menggunakan teori penerimaan teknologi lainnya akan memperkuat hasil dari penelitian ini, teori penerimaan teknologi yang bisa digunakan diantaranya meliputi *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Acceptance Model and Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)* dan teori penerimaan teknologi lainnya



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gahtani, Hubona, & Wang, J. (2007). Information Technology (IT) in Saudi Arabia; Culture and The Acceptance and Use of IT. *Information and management*.
- Al-Smadi, M., & S.A, A.-W. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks. *Journal of Internet Banking and*
- Alkhunaizan, A., & Love, S. (2012). Effect of Demography on Mobile Commerce Frequency of Actual Use In Saudi Arabia. *Adances un Information Systems, Computing Mathematics*, 125-131.
- Artini. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi OVO (studi kasus pada mahasiswa ekonomi islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara)*. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara .
- Badan Pusat Statistik Banda Aceh (2020). *Kota Banda Aceh Dalam Angka* . Banda Aceh: BPS Kota Banda Aceh.
- Bandura, A. (1989). *Social Cognitive Theory*. California: Stanford University.
- Bank Basel Settlement. (1996). Implications for Central Banks of The Deelopment of Electronic Money. *BISCPSS*.
- Bank indonesia. (2006). *Kajian Operasional e-Money*.
- Bank indonesia. (2016). *Frequently Asked Question*. Dipetik Februari 18, 2022, dari Peraturan Bank Indonesia No 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan transaksi

- pembayaran indonesia: <http://www.bi.go.id/sistem-pembayaran/fintechContents/default.aspx>
- Bank indonesia. (2018). *Teknologi Fintech*. Dipetik Februari 18, 2022, dari <http://www.bi.go.id/sistem-pembayaran/fintech/contents/default.aspx>
- Bank indonesia. *Peraturan Bank Indonesia No. 8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober Tentang Transportasi Kondisi Keuangan Bank Pengkrditan Rakyat*.
- Budiadji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Cahyogumilang, A. P. (2020). *Pengaruh Computer Self-efficacy dan Peneraoan UTAUT Terhadap User Acceptance Digital Payment*. Yogyakarta: Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Dana. (2020, Februari 17). *Fukung Penyebaran Virus Corona COVID-19, Dana Jamin Keandalan dan Kemanan Transaksi Digital*. Dipetik Februari 15, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/dukung-pencegahan-penyebaran-virus-corona-covid-19-dana-jamin-keandalan-dan-keamanan-transaksi-digital>
- Dana. (2020, Februari 13). *Transaksi Nontunai Pakai DANA Makin Inklusif Berkat QRIS*. Dipetik Februari 15, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/transaksi-nontunai-pakai-dana-makin-inklusif-berkat-qris>
- Dana. (2022, Februari 23). *Bikin dan Atur Promo Bisnis Sendiri, Gampang di Merchant Portal*. Dipetik Februari 16, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/bikin-atur-promo-bisnis-sendiri-gampang-di-merchant-portal>

- Dana. *Gabung Dengan DANA Untuk Segala Kemudahan Transaksi Bisnis*. Dipetik Februari 17, 2022, dari <https://www.dana.id/business>
- Dana. *Help Center*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/help-center>
- Dana. *Promo*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/promo>
- Dana. *Semua Bisa di DANA*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/product>
- DailySocial. (2022, Februari 03). *Jumlah Pengguna Fintech Di Indonesia*. Dipetik Februari 20, 2022, dari <http://dailysocial.com>
- Diana, N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, 19-339.
- Dhea, Anzelin. (2020). *Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
- Doku. *Tentang*. Dipetik Februari 26, 2022 dari <https://www.doku.com/tentang>
- Duranova, L., & Ohly, S. (2016). *Persistent Work-Related Technology Use, Recovery and Will Being Processes Focus on Supplemental Work After Hours*. Heidelberg: Heidelberg University.

- Fadrizha Nanda, T. S., & Warsono, S. (2014). Analisis Resistensi Pengguna Dalam Implementasi Sistem Informasi . *Accounting and Bussines Information Systems Journal*, 5.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Review of Predicting and Changing Behavior : The Reasoned Action Approach. *The Journal of Social Psychology*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gopay. *Gopay Uang Elektornik/Dompet Digital Terbaik di Indonesia*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.gojek.com/gopay/>
- Gopay. *Apa itu Gopay*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/>
- Handayani, T., & Sudiana. (2007). Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi. *Jurnal Angkasa*.
- Harwantiyoko. (1997). *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung: Gunadarma.
- Hidayati, S. (2006). *Operasional E-money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ispriandi, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung.
- Jetstar. *Apa itu DOKU*. Dipetik Februari 26, 2022 dari <https://www.jetstar.com/id/id/doku#:~:text=DOKU%20adalah%20solusi%20pembayaran%20elektronik,Internet%20Banking>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Khairiyah, W. (2017). *Hubungan Antara Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Facilitating Condition Pada Intensi Dosen Dalam Penggunaan Learning Management System (LMS)*. Makassar: Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin.

Khairunnisak. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Musim Dalam Membeli Produk Melalui Fasilitas Digital Market Place*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Khatimash, H., & Halim, F. (2014). Consumers Intention to Use E-Money in Indonesia Based on Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*.

Kijasanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. (2009). Factor Influencing Healt Information Technology Adoption in Thailand"s Community Health Counters: Applying the UTAUT Model. *International Journal of Medical Information*.

Kim, H., & Kankanhalli, A. (2009). Investigating User Resistance to Information Systems Implementation: A Status Quo Bias Perspective.

Lin, J. C.-C., & Hsu, C.-L. (2008). Acceptance of Blog Usage : The Roles of Technology Acceptance, Social Influence and Knowledge Sharing Motivation. *Information and Management*, 66-72.

LinkAja. *Tentang LinkAja*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.linkaja.id/tentang>

Linton, R. (1968). *The Study of Man: an Introduction*. New York: Applenton Century.

- Maghfira. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran Go-Pay (studi kasus mahasiswa di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia .
- Mahribi, M. A. (2016). Pionir Solusi Pembayaran ELEktronik Lokal. *Marketing 05 XVI*, 91.
- Maya Indriastuti, R. H. (2014). Influencer E-Money In Banking Sector.
- McHaney, R., Paul Croman, T., & Douglas, D. (2016). Academic Interity : Information Systems Education Perspective. *Journal of Indariation Systems Education*.
- Moore, G., & Benbasat, I. (1991). Development of An Instrument to Measure the Perception of Adoptin an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 192-222.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mutakin, A. (2007). *Individu Masyarakat dan Perubahan Sosial*. Bandung: FPIPS, UPI.
- Nasution, F. N. (2004). *Pengguna Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Keperlakuan (Behavioral Aspect)*. Medan: USU Digital Library.
- OVO, *About Us*. Dipetik Februari 23, 2022 dari <https://www.ovo.id/about>
- Peraturan Bank Indonesia 16/8/PBI/2014. *Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*.
- Pavlou, P. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model.

- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Siasat Bisnis*.
- Ramayani, I. (2015, Oktober 10). *KOMINFO*. Retrieved dari Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia:Dipetik 22 Februari, 2022, dari https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media#:~:text=Lembaga%20riset%20digital%20marketing%20Emarketer,Cina%2C%20India%2C%20dan%20Amerika.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, V. H., Permata, V. A., & Idroes, F. N. (2001). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sangdaji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Santika, S. (2016). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Instagram*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sin, T. K., Chong, S.-C., & Lin, B. (2013). Intention to Use Internet Marketing : A Comparatie Study Between Malasyians and South Koreans. *Kybernetes*.
- Singgih Priamdodo, B. P. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko*

Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang).
Semarang: Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soehartono, I. (2000). *Metode Penelitian Social*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sofian, E., & Tukiran. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendri, W. (2020). Minat Penggunaan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Mode Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnak Ekonomi Manajemen*, 2-10.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Causal Relationship Between Perceived Enjoyment and Perceied Ease of Use: An ALternative Approach. *Journal of Association for Information System*.

- Tiyani, R. L. (2018). *Penggunaan T-Cash Dalam Transaksi Pembayaran Elektronik Persepektif Hukum Islam (Studi Kasus Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Jurusan Muamalah)*. Lampung: Fakultas Syariah Uniersitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Tjini Ayu, S. S., & Bariadwan, Z. (2012). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Malang: Uniersitas Brawijaya.
- Utami, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan E-Money*. Yogyakarta: Fakultas Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
- Vanesa, U. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan OVO Pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uniersitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Venkatesh, V., G. Morris, M., B. Davis, G., & Fred, D. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View*. R - R A N I R Y
- Venkatesh, V., Y.L, J., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*.
- Wang, Y.-S., Wu, M.-C., & Wang, H.-Y. (2009). Investigating the Determinants and Age and Gender Differences in the Accpetance of Mobile Learning. *British Jouran of Educational Technology*.

- Wibowo, A. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Yoo, Y. B., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012). Organizing for Innovation in The Digitized World. *Organization Science*.
- Yusanto, M. I. (2009). *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. Bandung: Al-Azhar Press.
- Yusuf, A. A. (2019). *Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Berdasarkan Sistem Syariah*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati.



LAMPIRAN
Lampiran 1
Kuisoner Pertanyaan

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN ELECTRONIC
MONEY (E-MONEY) PADA MASYARAKAT KOTA BANDA
ACEH**

Kepada Yth,
Responden

Saya Muhammad Alkhalidi, mahasiswa tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat perilaku Terhadap Penggunaan Electronic Money (E-Money) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh”**. Adapun kuesioner ini diadopsi dari penelitian Davis, Utami, Lee, Venkatesh, dan Muntianah, dengan sedikit perubahan dan penyesuaian penelitian. Mohon kiranya saudara/i mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Muhammad Alkhalidi

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Aplikasi Fintech : ☐ Dana

☐ OVO

☐ Linkaja

☐ Shpppepay

☐ Gopay

☐ Lainnya

Usia : ☐ 20 – 25 Tahun

☐ 26 – 30 Tahun

☐ 31 – 35 Tahun

☐ 36 – 40 Tahun

☐ > 41 Tahun

Penghasilan : ☐ Rp.1.000.000

☐ Rp.2.000.000

☐ Rp.3.000.000

☐

> Rp. 4.000.000

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Ragu-ragu (R) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Kemudahan

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa dengan mudah mempelajari transaksi menggunakan <i>electronic money</i> .					
2.	Saya merasa dengan mudah bertransaksi dengan <i>electronic money</i> dimanapun dan kapanpun					
3.	Saya merasa transaksi dengan menggunakan <i>electronic money</i> akan menghemat waktu					
4.	Saya dapat mengakses <i>electronic money</i> tanpa mengalami kesulitan					
5.	Saya merasa bahwa penggunaan <i>electronic money</i> akan memudahkan dalam kegiatan sehari-hari					

2. Manfaat

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa dengan menggunakan <i>electronic money</i> akan membuat semua pengambilan transaksi menjadi lebih cepat					
2.	Saya merasa dengan menggunakan <i>electronic money</i> akan menambah manfaat dalam kehidupan sehari-hari					
3.	Saya merasa dengan menggunakan <i>electronic money</i> akan meningkatkan produktivitas					
4.	<i>Electronic money</i> merupakan sebuah teknologi yang bermanfaat yang memiliki banyak manfaat					

3. Pengaruh sosial

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena informasi dari teman					
2.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena semua teman saya menggunakan <i>electronic money</i>					
3.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena semua informasi dari keluarga saya					
4.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena keluarga saya menggunakan <i>electronic money</i>					

4. Niat perilaku *electronic money*

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya sering menggunakan <i>electronic money</i> dalam melakukan dalam transaksi sehari-hari					
2.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena meberikan kemudahan dan manfaat dalam kehidupan sehari-hari					
3.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> karena kebutuhan					
4.	Saya berencana akan terus menggunakan <i>electronic money</i> sebagai media transaksi					
5.	Saya akan merekomendasikan menggunakan <i>electronic money</i> ke orang lain					
6.	Saya menggunakan <i>electronic money</i> untuk melakukan transaksi dengan efektif dan efesien					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Variabel Kemudahan

No	EE1	EE2	EE3	EE4	EE5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	5	5	5	24
3	5	5	4	5	4	23
4	3	4	4	4	3	18
5	2	2	4	2	3	13
6	4	4	4	4	4	20
7	3	4	5	3	2	17
8	4	3	3	3	3	16
9	3	3	2	2	2	12
10	5	5	4	4	4	22
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	5	5	5	24
13	5	5	5	5	5	25
14	3	4	4	4	3	18
15	4	4	4	4	4	20
16	4	2	2	2	3	13
17	1	1	2	2	2	8
18	4	4	4	4	4	20
19	2	4	4	4	3	17
20	5	4	4	5	4	22
21	4	4	3	4	3	18
22	4	5	4	3	3	19
23	3	1	1	3	3	11
24	3	3	2	4	2	14
25	4	4	4	5	2	19
26	4	4	5	3	3	19
27	2	3	3	2	1	11
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	4	3	19
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	4	3	4	4	3	18
33	5	5	5	5	5	25
34	5	4	2	1	4	16
35	4	4	4	5	4	21
36	4	4	5	4	4	21
37	4	4	4	4	4	20

38	5	5	5	4	5	24
39	5	5	5	5	4	24
40	4	4	3	4	3	18
41	4	5	5	5	5	24
42	5	5	5	5	5	25
43	4	5	4	4	4	21
44	4	5	3	2	3	17
45	5	3	3	3	3	17
46	4	3	3	3	2	15
47	5	4	4	4	4	21
48	4	4	5	4	4	21
49	4	5	5	5	5	24
50	3	5	5	3	3	19
51	4	4	4	4	4	20
52	3	3	3	3	3	15
53	4	4	4	4	3	19
54	1	5	5	5	5	21
55	4	4	4	4	4	20
56	1	2	3	3	3	12
57	4	5	5	4	4	22
58	4	3	3	4	4	18
59	4	5	4	2	2	17
60	4	5	4	2	1	16
61	3	5	5	4	3	20
62	4	4	4	3	3	18
63	4	5	5	4	3	21
64	4	4	3	4	4	19
65	4	4	4	3	3	18
66	5	4	4	3	3	19
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	20
70	5	3	4	3	4	19
71	4	4	4	4	4	20
72	3	3	4	3	4	17
73	3	4	3	3	3	16
74	3	3	3	2	2	13
75	4	4	5	2	2	17
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	4	24
78	4	5	5	4	3	21
79	3	5	5	4	3	20
80	5	5	5	5	5	25

81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	3	4	4	19
83	4	5	5	4	3	21
84	3	4	4	5	4	20
85	5	3	4	3	3	18
86	5	3	2	2	2	14
87	4	2	2	2	2	12
88	3	2	2	2	2	11
89	2	2	2	1	1	8
90	4	3	2	2	2	13
91	2	2	2	2	4	12
92	5	5	5	4	4	23
93	4	3	3	2	2	14
94	1	1	2	2	2	8
95	4	4	4	3	3	18
96	4	2	3	3	3	15
97	4	5	5	3	4	21
98	2	1	1	2	2	8
99	5	5	5	2	4	21
100	4	5	5	5	5	24

2. Variabel Manfaat dan pengaruh sosial

No	PE1	PE2	PE3	PE4	Total	SI1	SI2	SI3	SI4	Total
1	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
2	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
3	2	4	4	3	13	4	5	5	5	19
4	5	5	3	5	18	4	2	4	2	12
5	4	4	3	4	15	5	4	4	5	18
6	4	5	2	5	16	4	3	4	4	15
7	3	4	2	3	12	5	5	5	5	20
8	3	3	2	3	11	4	3	4	4	15
9	4	4	4	4	16	3	5	5	5	18
10	5	4	3	4	16	2	3	3	4	12
11	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20	3	5	5	5	18
13	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17
14	5	5	2	5	17	5	5	4	2	16
15	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12
16	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
17	1	1	2	2	6	2	2	2	2	8
18	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19

19	4	5	5	5	19	2	2	2	2	8
20	4	3	1	4	12	5	5	5	5	20
21	4	4	2	4	14	5	3	3	2	13
22	1	2	4	4	11	3	3	3	3	12
23	4	5	5	5	19	4	4	2	2	12
24	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
25	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
26	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
27	2	2	2	2	8	1	2	2	1	6
28	5	5	5	5	20	3	1	3	4	11
29	4	4	5	5	18	4	3	3	3	13
30	5	5	5	5	20	2	5	4	3	14
31	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13
32	3	4	3	5	15	4	5	5	5	19
33	3	3	5	3	14	4	4	2	2	12
34	4	4	4	4	16	3	2	3	3	11
35	4	4	2	5	15	4	2	2	3	11
36	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
37	5	5	4	5	19	3	2	3	3	11
38	4	4	3	5	16	4	4	3	2	13
39	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
40	5	5	4	3	17	5	5	5	5	20
41	5	5	4	5	19	3	3	4	4	14
42	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14
43	2	3	4	3	12	4	4	5	5	18
44	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
45	3	3	3	3	12	3	4	2	2	11
46	4	5	4	4	17	1	3	4	4	12
47	4	4	3	5	16	3	2	3	3	11
48	5	5	4	5	19	3	2	3	3	11
49	4	5	3	3	15	3	3	4	3	13
50	4	4	4	4	16	4	2	3	1	10
51	4	4	4	3	15	2	2	2	2	8
52	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14
53	5	5	5	5	20	3	4	4	1	12
54	4	4	3	3	14	3	3	5	1	12
55	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
56	4	4	3	4	15	3	4	5	5	17
57	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20
58	3	2	2	3	10	2	4	3	5	14
59	3	2	2	2	9	3	3	4	5	15
60	4	5	3	3	15	2	3	3	4	12
61	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16

62	4	5	3	4	16	3	2	3	3	11
63	4	5	3	4	16	5	5	5	5	20
64	4	4	3	3	14	2	4	2	2	10
65	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
66	5	5	5	5	20	3	3	2	1	9
67	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
68	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
69	4	4	4	4	16	3	3	3	2	11
70	4	4	4	4	16	3	3	2	2	10
71	4	4	3	5	16	4	4	4	5	17
72	3	3	2	3	11	4	4	4	1	13
73	2	3	4	4	13	4	5	5	5	19
74	2	4	3	4	13	3	1	3	3	10
75	5	5	5	5	20	3	4	4	1	12
76	4	5	2	3	14	3	4	3	4	14
77	3	4	3	4	14	3	4	5	5	17
78	4	5	5	5	19	3	5	5	5	18
79	2	4	3	4	13	2	3	4	3	12
80	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14
81	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
82	4	4	4	5	17	1	2	3	4	10
83	5	5	4	4	18	3	5	5	5	18
84	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
85	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16	3	5	5	5	18
87	4	5	5	5	19	3	5	5	5	18
88	2	3	3	2	10	2	3	2	5	12
89	4	4	4	4	16	2	2	2	5	11
90	3	3	5	3	14	3	3	4	3	13
91	3	4	5	5	17	3	4	3	5	15
92	5	4	3	4	16	2	2	2	4	10
93	5	5	4	4	18	3	4	2	1	10
94	2	2	2	4	10	3	4	3	1	11
95	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
96	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12
97	4	4	5	5	18	4	4	4	1	13
98	2	2	3	3	10	4	3	2	1	10
99	4	4	5	4	17	4	4	4	2	14
100	3	5	5	5	18	4	5	5	5	19

3. Variabel Niat perilaku

No	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	2	1	1	2	14
4	4	4	5	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	5	27
6	3	3	5	5	5	5	26
7	4	3	5	5	5	5	27
8	3	3	5	5	5	5	26
9	4	4	3	5	5	5	26
10	2	5	5	5	5	5	27
11	3	5	5	5	5	5	28
12	3	5	5	5	5	5	28
13	5	5	5	5	4	2	26
14	4	3	4	4	4	5	24
15	3	4	5	5	5	5	27
16	4	5	5	5	5	5	29
17	3	1	2	2	2	2	12
18	4	4	4	5	5	5	27
19	3	3	5	5	5	5	26
20	3	3	5	5	5	5	26
21	3	1	1	1	2	2	10
22	2	4	5	5	5	5	26
23	2	5	5	5	5	5	27
24	5	5	5	5	5	2	27
25	4	5	5	5	5	5	29
26	1	1	1	1	2	4	10
27	2	1	2	1	1	1	8
28	5	5	5	5	5	2	27
29	3	3	5	5	5	5	26
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	3	4	5	5	5	26
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	5	5	5	5	28
35	5	5	5	5	4	4	28
36	4	5	4	4	5	5	27
37	2	2	2	2	2	2	12
38	4	5	5	5	5	5	29
39	5	5	5	5	5	4	29
40	5	5	5	5	5	5	30

41	5	5	5	5	3	3	26
42	3	3	3	3	1	1	14
43	3	3	3	1	1	5	16
44	5	5	5	5	5	5	30
45	2	3	3	3	2	2	15
46	1	5	3	2	1	4	16
47	3	4	2	1	2	2	14
48	3	4	3	1	1	2	14
49	3	4	2	2	3	2	16
50	2	2	2	2	2	4	14
51	2	2	4	5	5	5	23
52	2	3	1	2	2	2	12
53	4	5	5	5	5	5	29
54	4	3	2	2	2	2	15
55	3	3	2	2	2	2	14
56	1	1	1	4	4	4	15
57	4	5	5	5	5	5	29
58	4	4	3	3	1	1	16
59	3	3	3	4	1	1	15
60	2	4	2	2	2	1	13
61	3	3	3	3	3	5	20
62	2	4	2	2	2	2	14
63	5	5	5	5	5	5	30
64	3	3	3	1	1	1	12
65	5	5	5	5	5	5	30
66	3	3	4	3	1	2	16
67	4	4	4	4	2	2	20
68	4	3	4	4	3	1	19
69	3	3	2	2	5	4	19
70	2	3	4	4	1	1	15
71	4	3	4	3	4	2	20
72	3	3	3	2	1	5	17
73	4	4	4	4	2	1	19
74	3	3	2	2	2	2	14
75	3	3	2	2	4	5	19
76	3	3	3	2	4	4	19
77	3	4	5	5	5	5	27
78	3	5	5	5	5	5	28
79	2	5	5	5	5	5	27
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	5	5	5	5	5	29
83	4	3	2	4	4	5	22

84	2	2	5	5	5	5	24
85	2	3	4	3	4	4	20
86	4	4	3	1	1	4	17
87	3	3	4	3	1	1	15
88	2	4	1	1	2	4	14
89	3	1	2	1	1	2	10
90	3	3	2	2	2	3	15
91	3	1	3	3	3	3	16
92	5	5	5	5	5	2	27
93	4	4	2	2	3	1	16
94	2	1	1	2	3	1	10
95	4	5	5	5	5	5	29
96	3	3	3	2	2	2	15
97	3	3	3	2	4	5	20
98	3	3	1	1	1	1	10
99	3	3	3	3	4	4	20
100	5	5	5	4	4	4	27

Lampiran 3 Hasil Statistik

1. Uji Validitas
 - a. Variabel Kemudahan

Correlations

		X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	Effort_Expectancy X1
X1.1	Pearson	1	.568	.438	.414	.493	.696**
	Correlati on				**	**	
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson	.568	1	.835	.637	.584	.880**
	Correlati on	**		**	**	**	

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson	.438	.835	1	.670	.612	.865**
	Correlation	**	**		**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson	.414	.637	.670	1	.759	.848**
	Correlation	**	**	**		**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.493	.584	.612	.759	1	.836**
	Correlation	**	**	**	**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Effort_Expectancy_X1	Pearson	.696	.880	.865	.848	.836	1
	Correlation	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Variabel Manfaat

Correlations

		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	Performance_Expexta ncy_X2
X2.1	Pearso n	1	.79 0**	.38 2**	.51 2**	.832**
	Correlat ion					
	Sig. (2- tailed)		.00 0	.00 0	.00 0	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearso n	.79 0**	1	.46 5**	.58 6**	.876**
	Correlat ion					
	Sig. (2- tailed)	.00 0		.00 0	.00 0	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearso n	.38 2**	.46 5**	1	.47 4**	.735**
	Correlat ion					
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0		.00 0	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearso n	.51 2**	.58 6**	.47 4**	1	.783**
	Correlat ion					
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0	.00 0		.000

	N	100	100	100	100	100
Performance_Expexta	Pearso	.83	.87	.73	.78	1
ncy_X2	n	2**	6**	5**	3**	
	Correlat					
	ion					
	Sig. (2-	.00	.00	.00	.00	
	tailed)	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100

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

c. Variabel Pengaruh sosial

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Social_Influence_X 3
X3.1	Pearson	1	.532*	.505*	.242*	.675**
	Correlatio					
	n					
	Sig. (2-		.000	.000	.015	.000
	tailed)					
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson	.532*	1	.683*	.452*	.826**
	Correlatio					
	n					
	Sig. (2-	.000		.000	.000	.000
	tailed)					
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson	.505*	.683*	1	.627*	.886**
	Correlatio					
	n					
	Sig. (2-	.000	.000		.000	.000
	tailed)					

	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson	.242*	.452*	.627*	1	.780**
	Correlation		*	*		
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Social_Influence_X3	Pearson	.675*	.826*	.886*	.780*	1
	Correlation	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

d. Variabel Niat perilaku

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Behavioral_Intention_Y
Y.1	Pearson	1	.59	.53	.47	.40	.18	.621**
	Correlation		.8**	.6**	.7**	.8**	1	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.072	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

Y.2	Pearson	.598**	1	.663**	.565**	.481**	.357**	.733**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson	.536**	.663**	1	.878**	.710**	.543**	.899**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson	.477**	.565**	.878**	1	.827**	.577**	.910**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson	.408**	.481**	.710**	.827**	1	.744**	.890**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

Y.6	Pearson	.18	.35	.54	.57	.74	1	.741**
	1	7**	3**	7**	4**			
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.072	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Behavioral_Intention_Y	Pearson	.62	.73	.89	.91	.89	.74	1
	1**	3**	9**	0**	0**	1**		
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.884	5

b. Variabel Manfaat

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.816	4

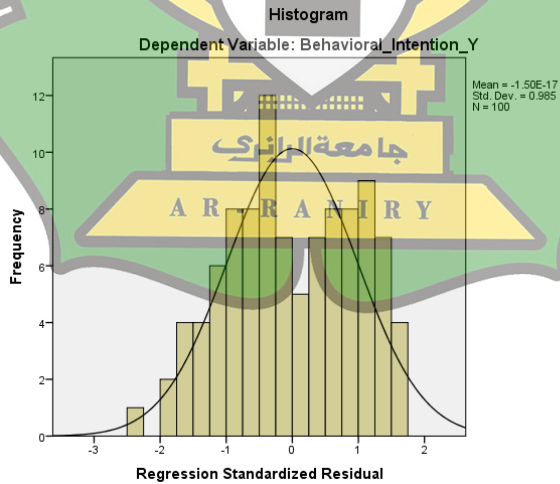
c. Variabel Pengaruh sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.889	6

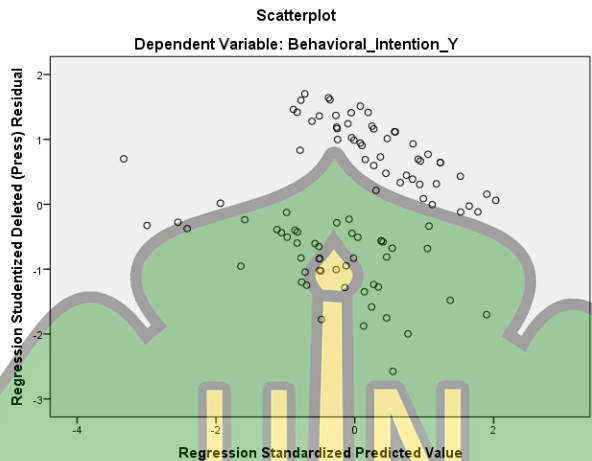
d. Variabel Niat perilaku

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.793	4

3. Uji Normalitas



4. Uji Heterokedastisitas



5. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.586	3.537		1.297	.246		
Effort_Expectancy_X1	.457	.136	.304	3.357	.001	.834	1.199
Performance_Expectancy_X2	.512	.199	.230	2.575	.012	.851	1.175
Social_Influence_X3	.529	.162	.281	3.268	.002	.922	1.084

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention_Y

6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.586	3.537		1.731	.466		
Effort_Expectancy_X1	.457	.136	.304	3.357	.001	.834	1.199
Performance_Expectancy_X2	.512	.199	.230	2.575	.012	.851	1.175
Social_Influence_X3	.529	.162	.281	3.268	.002	.922	1.084

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention_Y

7. Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.586	3.537		1.731	.466		
Effort_Expectancy_X1	.457	.136	.304	3.357	.001	.834	1.199

Performance_Expextan cy_X2	.512	.199	.230	2.5 75	.01 2	.851	1.1 75
Social_Influence_X3	.529	.162	.281	3.2 68	.00 2	.922	1.0 84

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention_Y

8. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1561.391	3	520.464	16.854	.000 ^b
	Residual	2964.609	96	30.881		
	Total	4526.000	99			

a. Dependent Variable: Behavioral_Intention_Y

b. Predictors: (Constant), Social_Influence_X3, Performance_Expextancy_X2, Effort_Expectancy_X1

9. Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.345	.325	5.557

a. Predictors: (Constant), Social_Influence_X3, Performance_Expextancy_X2, Effort_Expectancy_X1

b. Dependent Variable: Behavioral_Intention_Y