

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN *E-
MONEY* DENGAN ANALISIS TAM DI KOTA BANDA
ACEH**



Disusun Oleh:

**OTRIE YOLANDA CHIKITA
NIM. 180603014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Otrie Yolanda Chikita
Nim : 180603014
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 mempertanggung jawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap 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. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 14 Desember 2022
Yang Menyatakan,



Otrie Yolanda Chikita

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan *E-Money* dengan Analisis TAM di Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

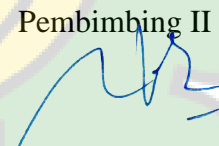
Otrie Yolanda Chikita
NIM. 180603014

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

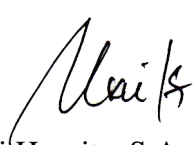
Pembimbing I


Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Pembimbing II


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syariah


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN *E-MONEY*
DENGAN ANALISIS TAM DI KOTA BANDA ACEH**

Otrie Yolanda Chikita

NIM. 180603014

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

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 14 Desember 2022 M
20 Jumadil Awal 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN. 2002028402

Penguji I

Penguji II

Intan Quratulaini, S.Ag., M.Si
NIP. 197612172009122001

Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak..CA., CPA
NIDN. 2024026901

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

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-

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama Lengkap : Otrie Yolanda Chikita
NIM : 180603014
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : otrieyolanda86@gmail.com

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 KKU Skripsi

yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan E-Money dengan Analisis TAM di 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 mempublikasikan 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 saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh, 14 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis

Otrie Yolanda Chikita
NIM. 180603014

Pembimbing I

Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Pembimbing II

Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”
(Q.S. An-Najm [53]: 39)*

Bismillahirrahmanirrahim

*Dengan ucapan syukur Alhamdulillah
Skripsi ini akan menjadi sebuah persembahan untuk
Kedua Orang Tua
Alm. Ayah Boy Baktianto dan Ibu Aida Febriana*

“Terima kasih untuk semua cinta dan kasih yang telah ayah dan ibu berikan, terima kasih karena selalu menjaga dalam doa-doa ayah dan ibu, terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat sempurna, terima kasih telah memotivasi dan mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih untuk semua perjuangan dan pengorbanan yang ayah dan ibu berikan”

جامعة الرانري

AR-RANIRY

KATA PENGANTAR



Puji syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta karunia, hidayah, nikmat, serta kasih sayang-Nya yang tiada terkira kepada hambanya. Sholawat beserta salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada pangkuan alam kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan sampai saat ini. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan E-Money dengan Analisis TAM di Kota Banda Aceh**”. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak dan dapat menambahkan wawasan serta pengetahuan bagi pembacanya.

Maka dari itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan sebagai Pembimbing I.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Inayatillah, M.A E.k selaku sekretaris

prodi Perbankan Syariah, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Hafizh Maulana, S.P, S.Hi, M.E selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A selaku dosen pembimbing I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II sebagai penasehat akademik yang dengan kerendahan hatinya bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dalam pembuatan skripsi ini.
5. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si selaku penguji I dan Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak..CA., CPA selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyempurnakan skripsi ini.
6. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan arahan dan nasehat, memberikan saran dan masukan, serta memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, serta seluruh dosen dan staff fakultas ekonomi dan bisnis islam khususnya dosen-dosen pengajar pada program studi perbankan syariah yang telah suka rela memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua yang sangat saya cintai yakni ayah saya Alm. Boy Baktianto dan ibu saya Aida

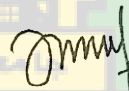
Febriana yang senantiasa menjaga dalam doa-doa, memberikan motivasi dan nasehat, mendidik dengan sangat sempurna, serta memberikan cinta dan kasih sayang setulus hati selama 23 tahun ini.

8. Dan terkhusus untuk seluruh teman-teman seperjuangan saya yang telah memberikan semangat, membantu dan selalu ada dalam suka maupun duka.

Penulis mengucapkan terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga Allah memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak sempurna. Maka penulis mengharapkan sarandan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih baik dan memberikan manfaat untuk kita semua.

Banda Aceh, 14 Desember 2022

Penulis,



Otrie Yolanda Chikita

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	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 monofon 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
ـَ	<i>Fathah</i>	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	I
ـِ	<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
ـِـي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
ـِـو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haua : 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
اَ / آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اِى	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

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:

ṭalḥah : طَلْحَةٌ

rauḍ ah al-aṭfāl / rauḍ atul aṭfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Al-Madīnatul-munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

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 Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Otrie Yolanda Chikita
NIM : 180603014
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan *E-Money* dengan Analisis TAM di kota Banda Aceh
Tebal Skripsi : 143 Halaman
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A
Pembimbing II : Akmal Riza, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat di kota Banda Aceh dalam menggunakan *e-money* dengan analisis TAM, aspek yang akan dilihat yaitu dari aspek kemudahan, manfaat dan kepercayaan dalam minat menggunakan uang elektronik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dengan kuesioner yang disebarakan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik di kota Banda Aceh.

Kata Kunci: *Minat Masyarakat dan Analisis TAM.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 E-Money.....	12
2.1.1 Pengertian E-Money	12
2.1.2 Perkembangan Sistem Pembayaran.....	13
2.1.3 Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam <i>E-Money</i> ...	14
2.2 Teori Permintaan Uang Dalam Islam.....	16
2.2.1 Pengertian Teori Permintaan Uang Dalam Islam	16
2.2.2 Permintaan Uang Pada <i>E-Money</i>	17
2.3 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	18
2.3.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	18
2.3.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	20
2.3.2 <i>Perceived Usefulness</i>	20

2.3.3 <i>Perceived Credibility</i>	21
2.3.4 Dasar Hukum E-money	21
2.4 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	25
2.5 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	25
2.6 Minat	27
2.6.1 Definisi Minat	27
2.6.2 Unsur-unsur Minat	29
2.6.3 Aspek Minat.....	29
2.6.4 Indikator Minat	29
2.7 Kemudahan Penggunaan	30
2.7.1 Dimensi Kemudahan.....	31
2.7.2 Indikator Kemudahan	31
2.8 Manfaat.....	31
2.8.1 Definisi Manfaat	31
2.8.2 Dimensi Manfaat.....	33
2.8.3 Indikator Manfaat	34
2.9 Kepercayaan	34
2.9.1 Definisi Kepercayaan.....	34
2.9.2 Komponen Kepercayaan.....	35
2.9.3 Dimensi Kepercayaan.....	35
2.9.4 Indikator Kepercayaan.....	36
2.10 Penelitian Terkait	36
2.11 Kerangka Berpikir	44
2.11.1 Pengaruh Kemudahan (X_1) Terhadap Minat .	44
2.11.2 Pengaruh Manfaat (X_2) Terhadap Minat	45
2.11.3 Pengaruh Kepercayaan (X_3) Terhadap Minat	45
2.12 Hipotesis Statistik.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Lokasi Penelitian	47
3.3 Sumber Data.....	47
3.3.1 Data Primer.....	48
3.3.2 Data Sekunder.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Penelitian lapangan (Field Research)	48
3.4.2 Studi Kepustakaan (Library Research)	49
3.5 Populasi dan Sampel	49

3.6 Skala Pengukuran.....	51
3.7 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.7.1 Variabel Bebas (Independent Variabel).....	52
3.7.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)	55
3.8 Teknik Analisis Data.....	56
3.8.1 Uji Kualitas.....	56
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.8.3 Uji Hipotesis	59
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 Profil Kota Atau Masyarakat Kota Banda Aceh	62
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Transaksi Perhari	67
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Money yang Digunakan.....	67
4.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	69
4.3.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan	69
4.3.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat	71
4.3.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	72
4.3.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan	74
4.4 Deskriptif Penelitian.....	76
4.5 Hasil Instrumen Penelitian	78
4.5.1 Hasil Uji Validitas	78

4.5.2 Hasil Uji Realibilitas	79
4.6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	80
4.6.1 Hasil Uji Normalitas	80
4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.8 Pengujian Hipotesis.....	88
4.8.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	88
4.8.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.9.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik di Kota Banda Aceh.....	91
4.9.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik di Kota BandaAceh.....	93
4.9.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> di Kota Banda Aceh .	94
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	37
Tabel 3.1 Skala Likert	51
Tabel 3.2 Indikator Kemudahan	53
Tabel 3.3 Indikator Manfaat	54
Tabel 3.4 Indikator Kepercayaan.....	54
Tabel 3.5 Indikator Minat.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Perhari.....	67
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Platform yang Digunakan.....	68
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kemudahan Penggunaan.....	69
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Manfaat	71
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan.....	73
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Minat.....	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients	85
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients ^a	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji-t) Coefficients.....	89
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary ..	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah <i>E-Money</i> Beredar di Indonesia Tahun 2015-2020.....	3
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Variabel Minat Terhadap <i>E-Money</i>	45
Gambar 4.1 Peta Provinsi Banda Aceh	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram ...	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot	82
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot .	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2: Tabulasi Data Hasil Kuesioner	103
Lampiran 3: Uji statistik Deskriptif.....	116
Lampiran 4: Uji Deskriptif Jawaban Responden.....	116
Lampiran 5: Uji Validitas Pilot Test.....	126
Lampiran 6: Uji Reliabilitas	131
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik.....	133
Lampiran 8: Uji Multikolinearitas	134
Lampiran 9: Uji Heteroskedastisitas.....	134
Lampiran 10: Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial	135
Lampiran 11: Koefisien Determinasi	135
Lampiran 12: r tabel	136
Lampiran 13: t tabel.....	137
Lampiran 14: Daftar Riwayat Hidup.....	138

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan teknologi yang berkembang pesat akhir-akhir ini memacu pemerintah untuk berinovasi akan pasar. Awalnya pasar menggunakan sistem dimana pembeli dan penjual bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi, tetapi sekarang menjadi lebih mudah, hal itu disebut dengan digitalisasi pasar. Di Indonesia digitalisasi pasar yang terjadi dari tahun ke tahun semakin berkembang. Untuk mendukung kesempurnaan proses transaksi dalam digitalisasi pasar agar terbentuklah inovasi baru sebagai sistem pembayaran atau digitalisasi pembayaran. Inovasi-inovasi instrumen pembayaran yang berawal dari pembayaran elektronik berbasis kartu telah berkembang menjadi lebih efisien dan populer saat ini dalam inovasi pembayaran secara digital disebut juga sebagai *Electronic Money (E-Money)* atau yang biasa juga dikatakan dengan *uang elektronik*.

Menurut Bank Indonesia (2020) *e-money* merupakan model pembayaran yang memenuhi faktor-faktor yang harus diperhatikan berdasarkan nilai uang yang dibayarkan terlebih dulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam wadah yang berwujud media penampung seperti server ataupun chip, dipakai sebagai metode untuk pembayaran kepada pedagang yang bukan menerbitkan uang elektronik tersebut, kemudian *e-*

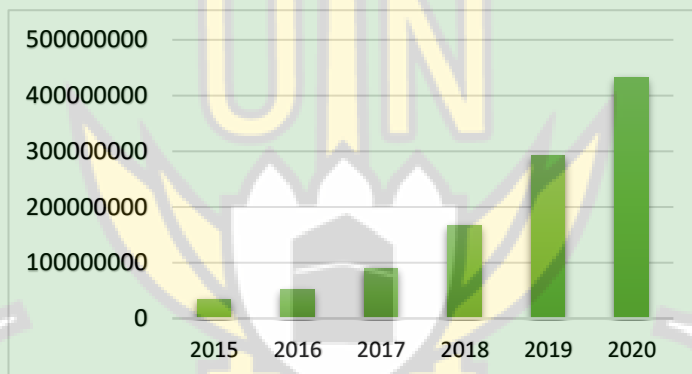
money yang telah dibayarkan oleh pemegang dan ditata oleh penerbit bukan merupakan simpanan yang sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Perbankan.

E-money sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan pada media elektronik tertentu. Penggunaannya wajib menyetorkan uangnya terlebih dahulu pada penerbit atau disimpan pada media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Dalam literatur lain yang dimaksud dengan *e-money* yaitu sebagai alat (indera) pembayaran yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang pada penerbit, baik secara langsung, maupun juga melalui agen-agen penerbit, atau menggunakan pendebitan rekening pada bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan sebagai nilai uang pada media *e-money* yang dinyatakan pada satuan rupiah, dipakai untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media *e-money* tersebut (Veithzal, 2007).

Uang elektronik (*e-money*) sudah cukup lama hadir dan berkembang di industri perbankan Indonesia, pertama kali diluncurkan pada tahun 2007, tetapi minat dan penggunaannya yang belum terlalu banyak pada saat itu. Beberapa penerbit *e-money* dari perusahaan telekomunikasi dan non-perbankan antara lain PT. XL Axiata, PT. Telkomsel, PT. Indosat. Perusahaan pembayaran uang elektronik yaitu PT. Skye Mobile Money, PT. Artajasa, PT. Nusa Satu Inti Artha dan PT. Finnet Indonesia. Selain perbankan, lembaga

non-bank juga berlomba-lomba meluncurkan *e-money* berbasis aplikasi digital. Ada juga dari lembaga non-bank diantaranya *Go-jek* yang mengeluarkan *Go-pay*, Telekomunikasi Seluler dengan produk T-cash, dompetku dari Indosat, dan masih banyak lagi. Berikut merupakan jumlah peredaran *e-money* di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2020:

Gambar 1.1
Jumlah *E-Money* Beredar di Indonesia Tahun 2015-2020



Sumber: (Bank Indonesia, 2020)

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan perkembangan jumlah *e-money* yang beredar di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2020. Pada tahun 2015 jumlah *e-money* yang beredar sebesar Rp 34.314.795 instrumen. Kemudian meningkat ditahun 2016 dengan jumlah Rp 51.204.580 instrumen, mengalami peningkatan lagi pada tahun 2017 sebesar Rp 90.003.848 instrumen, meningkat lagi ditahun 2018 dengan jumlah Rp 167.205.578 instrumen, setelah itu ditahun 2019 mengalami peningkatan lagi sebesar Rp 292.299.320,

dan ditahun 2020 mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar Rp 432.281.380. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa perkembangan minat masyarakat yang menggunakan *e-money* di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat secara signifikan.

Aceh merupakan provinsi indonesia yang masyarakatnya sudah aktif menggunakan *e-money*. Penggunaan *e-money* di masyarakat aceh dalam melakukan pembayaran di berbagai toko online dan platform *e-commerce* hingga tersedianya *merchant* atau toko offline yang menerima pembayaran menggunakan *e-money*, serta jumlah orang yang menggunakan *e-money* untuk berbagai keperluan seperti *top up* saldo telepon, transfer uang, atau pembayaran tagihan.

Masyarakat Banda Aceh juga menggunakan *e-money* dalam kegiatan sehari-hari untuk pembayaran tol, pembayaran tol di Aceh bisa menggunakan *Brizzi* dari BRI dan *Flazz* dari BCA. Di Pelabuhan Ulee Lheue pun kini sudah menggunakan *e-money* sebagai sarana pembayaran, digunakan mulai dari pintu masuk, timbangan kendaraan hingga parkir ditempat penitipan barang. Penerapan *e-money* juga sudah berlangsung di Terminal L300 Luembata dan lainnya (Dinas Perhubungan Aceh, 2020).

Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan *e-money*, maka dapat diasumsikan bahwa penggunaan *e-money* di masyarakat aceh cukup tinggi. Penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh tergantung pada faktor-faktor seperti tingkat literasi digital, akses terhadap teknologi informasi, dan kebiasaan

masyarakat dalam bertransaksi. Di Aceh, penggunaan *e-money* mungkin masih terbatas karena faktor-faktor tersebut. Namun, dengan semakin meningkatnya akses terhadap teknologi informasi dan penyediaan layanan *e-money* yang lebih mudah diakses, penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh mungkin akan terus meningkat di masa depan.

Untuk memperluas penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh, beberapa langkah yang dapat dilakukan seperti: menyediakan akses terhadap teknologi informasi yang lebih luas, menyediakan pelatihan dan edukasi tentang *e-money* dan Mendorong penyediaan layanan *e-money* yang lebih luas. Dengan menggalakkan perubahan pola transaksi masyarakat dari transaksi tunai ke transaksi elektronik, maka penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh akan semakin meningkat.

Minat merupakan rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup, suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian (Djaali, 2012).

Beberapa tahun terakhir *e-money* menjadi populer dan digunakan oleh masyarakat di kota Banda Aceh, karena melalui *e-money* masyarakat bisa dengan mudah berbelanja online, bisa

melakukan transaksi apapun dimanapun dan kapanpun tanpa perlu repot-repot membawa uang cash.

Penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh tergantung pada faktor-faktor seperti tingkat literasi digital, akses terhadap teknologi informasi, dan kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi. Di Aceh, penggunaan *e-money* mungkin masih terbatas karena faktor-faktor tersebut. Namun, dengan semakin meningkatnya akses terhadap teknologi informasi dan penyediaan layanan *e-money* yang lebih mudah diakses, penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh mungkin akan terus meningkat di masa depan.

Untuk memperluas penggunaan *e-money* di masyarakat Banda Aceh, beberapa langkah yang dapat dilakukan seperti menyediakan akses terhadap teknologi informasi yang lebih luas, menyediakan pelatihan dan edukasi tentang *e-money*, mendorong penyediaan layanan *e-money* yang lebih luas. Dengan meningkatkan penyediaan layanan *e-money*, masyarakat Banda Aceh akan lebih mudah untuk menggunakan *e-money* dalam kegiatan sehari-hari.

Kenaikan minat menggunakan *e-money* di kalangan masyarakat Banda Aceh dapat mempermudah transaksi dan memudahkan seseorang dalam membelanjakan uangnya, hal ini dapat mempengaruhi kebiasaan konsumsi masyarakat. Sebagai contoh, kebanyakan masyarakat seperti para remaja maupun para pekerja yang sangat gemar memesan makanan secara *online* melalui *Go-food* dan banyak juga yang memesan *Go-jek*, *Go-car* agar memudahkan perjalanan, kaum wanita yang menggunakan *Shopee-*

Pay untuk belanja *online*, dan mereka juga menggunakan aplikasi *Dana* dan *QRIS* untuk memudahkan transaksi pembayaran. Namun disamping hal itu, mereka kurang mengerti dan menyadari bahwa transaksi yang mereka gunakan itu juga merupakan wujud dari keberadaan *e-money*.

Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor eksternal tersebut (kemudahan, manfaat dan kepercayaan) terhadap penggunaan *e-money* di kalangan masyarakat dilakukan dengan menguji pengaruh faktor-faktor tersebut menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Pendekatan TAM dipilih karena TAM merupakan model yang paling banyak digunakan untuk memprediksi penerimaan teknologi informasi dan terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna untuk membantu memahami dan menjelaskan perilaku pengguna saat mengimplementasikan sistem informasi.

Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Davis et al. (1989) TAM mengajukan beberapa konstruk teoritis, yaitu persepsi manfaat (*Percieved usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) sebagai penentu fundamental penerimaan pengguna dari suatu sistem informasi dan hal lain yang lebih penting yaitu kerahasiaan data sehingga penggunanya merasa aman dan percaya untuk menggunakan uang elektronik (*Perceived Creadibility*) Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan keduanya memiliki pengaruh ke minat berperilaku (*Behavior Intention*).

Analisis TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor terpenting dalam perilaku pengguna dalam penerimaan teknologi. Lebih tepatnya, penerimaan teknologi informasi yang digambarkan dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi penerimaan tersebut.

Ramadhan (2016) dalam hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Muksalmina (2019) pada hasil penelitian membuktikan bahwa faktor kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa/i untuk menggunakan alat pembayaran *e-money*.

Diana (2018) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan, dan kondisi pendukung terbukti mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi dasar penulis ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* di Banda Aceh dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan *E-Money* dengan Analisis TAM di Kota Banda Aceh”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*?
2. Apakah manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*?
3. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan *e-money*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-money*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Sektor Pemerintah

Diharapkan bisa menjadi bahan analisis dan evaluasi untuk memperbaiki kebijakan-kebijakan dalam perizinan penyelenggaraan *e-money* di Indonesia agar tetap menjaga kepentingan konsumen dalam memenuhi

kebutuhan transaksi keuangan. Kemudian, bisa untuk meningkatkan pengawasan pelaksanaan penggunaan *e-money* untuk menghindari risiko adanya kecurangan.

b. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dan informasi khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money*.

c. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan pemahaman, pengetahuan dan wawasan yang lebih untuk pengembangan akademik, kemudian bisa menjadi bahan acuan dan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab. Untuk memudahkan pada pembahasan skripsi, Adapun setiap babnya terdiri dari:

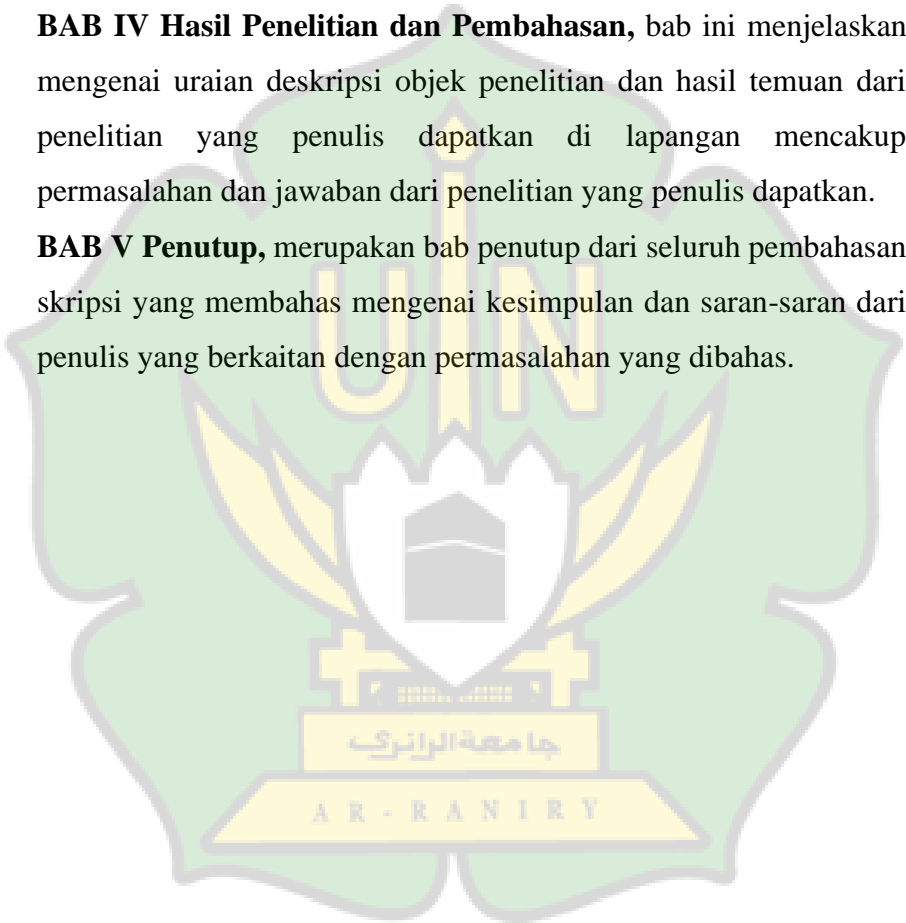
BAB I Pendahuluan, bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, bab ini membahas tentang tinjauan kepustakaan yang meliputi: pengetahuan, tingkat pengetahuan, pengukuran pengetahuan, faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk *e-money* di kalangan masyarakat Banda Aceh.

BAB III Metode Penelitian, diuraikan mengenai metode penelitian diantaranya terdiri dari: jenis penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini menjelaskan mengenai uraian deskripsi objek penelitian dan hasil temuan dari penelitian yang penulis dapatkan di lapangan mencakup permasalahan dan jawaban dari penelitian yang penulis dapatkan.

BAB V Penutup, merupakan bab penutup dari seluruh pembahasan skripsi yang membahas mengenai kesimpulan dan saran-saran dari penulis yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *E-Money*

2.1.1 Pengertian *E-Money*

Menurut Bank Indonesia (2020) uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik, dan nilai uang disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaanya harus terlebih dahulu menyetor uang ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Saat digunakan, nilai *e-money* yang tersimpan di media elektronik dikurangi dengan nilai transaksi dan kemudian dapat diisi ulang (*top-up*). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang dapat berupa chip atau server. Pengguna *e-money* sebagai metode pembayaran yang inovatif dan nyaman bertujuan untuk mendorong kelancaran pembayaran berbagai kegiatan ekonomi mikro. Sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di sektor kereta api maupun angkutan lainnya atau transaksi di *minimarket*, *food court* atau parkir.

E-Money merupakan uang yang bisa ditransfer secara elektronik dari pembeli kepada penjual. Tujuan dari *e-money* adalah sebagai alat pembayaran yang dapat memberikan manfaat berupa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Penggunaan *e-money* berbeda dengan kartu kredit dan debit yang harus terhubung

dengan rekening bank nasabah. Namun, *e-money* memiliki sistem berbeda, yaitu dengan sistem Prabayar (Popovska-Kamnar, 2014).

2.1.2 Perkembangan Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah sistem yang mengacu pada perpindahan kepemilikan sejumlah uang dari satu pihak ke pihak lain. Pada pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 disebutkan bahwa sistem pembayaran adalah seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang diperlukan untuk melakukan transfer dana, untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi (Indonesia, 1999).

Perkembangan teknologi sistem pembayaran mengubah peran uang tunai menjadi bentuk transaksi pembayaran nontunai yang lebih efisien dan hemat biaya. Pembayaran nontunai biasanya tidak dilakukan dengan uang sebagai alat pembayaran, melainkan dengan transfer antar bank atau melalui jaringan internal bank. Selain itu, pembayaran nontunai juga dapat dilakukan dengan kartu sebagai alat pembayaran, misalnya dengan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit (Pramono & Yanuarti, 2006).

Berdasarkan banyak praktik yang ada, sistem pembayaran digital sangat efisien untuk digunakan. Meskipun demikian, banyak masyarakat Indonesia yang tidak menggunakan layanan ini. Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang tunai untuk membayar barang atau jasa. Konsumen yang menggunakan sistem pembayaran digital saat ini umumnya didominasi oleh kalangan menengah ke atas dan yang sudah akrab dengan teknologi.

Melihat dari banyaknya praktik yang ada, sistem pembayaran digital sangat efisien dalam penggunaannya. Meskipun demikian masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa. Konsumen pengguna sistem pembayaran digital saat ini umumnya didominasi oleh masyarakat kelas menengah hingga menengah atas, maupun masyarakat yang sudah melek teknologi. Sehingga pemerataan penggunaan *e-money* di Indonesia dirasa masih kurang. Program *Less Cash Society* yang dicanangkan oleh pemerintah sendiri merupakan bagian dari persiapan masyarakat Indonesia dalam menghadapi persaingan global terutama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang sudah disetujui sejak Januari 2016. Oleh karena itu, meminimalisir penggunaan uang tunai merupakan salah satu cara agar nilai mata uang tidak jatuh dan tetap stabil (Tazkiyyaturrohmah, 2018).

2.1.3 Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam *E-Money*

Perkembangan sistem pembayaran elektronik dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang telah mengubah gaya hidup masyarakat. Saat ini dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran, perkembangan metode pembayaran non tunai semakin pesat dan belakangan ini, dengan dukungan masyarakat pengguna, teknologi yang berdampak besar bagi para pemangku kepentingan semakin berkembang. Penyedia layanan sistem pembayaran dan sistem pembayaran non tunai terus mencari alternatif metode

pembayaran non tunai yang lebih efisien dan aman. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat seiring dengan gaya hidup yang semakin efisien menuntut ketersediaan telekomunikasi dan transportasi yang cukup cepat untuk mengurangi hambatan jarak dan waktu. Perkembangan telekomunikasi dan transportasi juga berdampak signifikan terhadap transaksi keuangan, terutama yang berkaitan dengan metode pembayaran (Abidin, 2015).

Menurut Bank Indonesia (2019), pihak-pihak dalam penyelenggaraan *e-money* yaitu sebagai berikut:

- a. Pemegang kartu adalah pengguna *e-money* yang sah.
- b. Prinsipal adalah bank atau Lembaga non-perbankan yang bertanggung jawab untuk mengelola sistem atau jaringan antara anggota yang bertindak sebagai penerbit atau pengakuisisi dalam transaksi *e-money* yang melibatkan kerjasama dengan anggota berdasarkan perjanjian tertulis.
- c. Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan *e-money*.
- d. Acquirer adalah bank atau lembaga selain bank yang bekerjasama dengan pedagang yang dapat memproses *e-money* yang diterbitkan oleh pihak lain.
- e. Pedagang merupakan penjual barang atau jasa yang mendapat pembayaran berdasarkan transaksi penggunaan *e-money*.
- f. Penyelenggara kliring adalah badan bank atau bukan bank yang menghitung hak dan kewajiban keuangan setiap penerbit atau acquirer yang terkait dengan transaksi *e-money*.

g. Penyelenggara penyelesaian akhir yaitu melakukan penyelesaian akhir hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau acquirer yang terkait dengan transaksi *e-money* berdasarkan hasil perhitungan penyelenggara kliring dan bertanggung jawab kepada bank atau lembaga bukan bank.

2.2 Teori Permintaan Uang Dalam Islam

2.2.1 Pengertian Teori Permintaan Uang Dalam Islam

Menurut pendapat Ibn Taimiyah permintaan untuk meminta produk atau layanan yang sesuai dengan batasan Syariah dan Halal Thoyyib. Konsep yang digunakan dari sudut pandang Islam teori permintaan adalah evaluasi atau penentuan barang (barang atau jasa), tidak semua dapat digunakan atau dikonsumsi. Hal ini karena perlu untuk dapat membedakan antara produk halal dan produk haram (barang atau jasa) (Fattach, 2017).

Ibnu Taimiyah juga berpendapat ada hal-hal yang mempengaruhi permintaan, artinya keinginan untuk jenis barang yang berbeda dan keinginan itu tidak selalu sama, jumlah calon pembeli barang, kualitas konsumen yang memiliki pendapatan dan gaji, ciri-cirinya, kebutuhan barang, cara pembayaran tunai atau cicilan, jumlah transaksi saat biaya transaksi barang turun dan permintaan meningkat (Fattach, 2017).

2.2.2 Permintaan Uang Pada *E-Money*

Permintaan uang pada *e-money* adalah sebuah teori yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan

atau kebutuhan masyarakat untuk memiliki dan menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi. Teori ini mengacu pada teori permintaan uang secara umum, yang menjelaskan bahwa permintaan uang dipengaruhi oleh tingkat harga barang dan jasa, tingkat pendapatan, tingkat suku bunga, serta tingkat harga barang dan jasa di masa yang akan datang (Hasdi, 2010).

Namun, dalam konteks *e-money*, teori permintaan uang juga bisa memperhitungkan faktor-faktor seperti kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, keamanan dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem *e-money*, serta tersedianya merchant atau toko yang menerima pembayaran menggunakan *e-money*. Dengan memahami teori permintaan uang pada *e-money*, pihak yang berkepentingan dapat mengelola dan meningkatkan penggunaan *e-money* di masyarakat (hidayanti, 2012).

Permintaan uang pada *e-money* adalah keinginan atau kebutuhan masyarakat untuk memiliki dan menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi. Permintaan uang pada *e-money* bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, keamanan dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem *e-money*, serta tersedianya merchant atau toko yang menerima pembayaran menggunakan *e-money*. Semakin banyak orang yang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk menggunakan *e-money*, maka permintaan uang pada *e-money* akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika faktor-faktor tersebut tidak

memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, maka permintaan uang pada *e-money* akan semakin rendah (Suseno 2017).

2.3 Technology Acceptance Model (TAM)

2.3.1 Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan pada tahun 1989 menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru (Surendran, 2012: 175). Dikembangkan berdasarkan dua teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), TAM dikembangkan menjadi suatu model yang mempunyai fokus utama untuk mengadopsi teknologi baru sebuah organisasi, komunitas, perusahaan atau dalam konteks yang lebih luas adalah perkembangan teknologi di sebuah negara untuk perkembangan pasar dan pertumbuhan ekonomi yang lebih maju (Robertson dan Gatignon, 2007).

Meskipun TAM dirancang untuk memprediksi adopsi penggunaan aplikasi teknologi informasi dalam organisasi tempat bekerja, banyak para peneliti telah memodifikasi model asli untuk menjelaskan banyak kebutuhan (Keat dan Mohan, 2004: 404). Davis mencoba mengembangkan lebih lanjut model TAM untuk melihat penerimaan pengguna teknologi komputer dimana penggunaan teknologi ditentukan oleh minat perilaku, dimana minat perilaku itu

sendiri ditentukan dari sikap terhadap perilaku dan persepsi kegunaan (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989: 982).

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi itu sendiri, yang selanjutnya akan menentukan apakah individu tersebut memiliki minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Minat untuk menggunakan teknologi akan menentukan apakah orang akan menggunakan teknologi. Dengan demikian selama individu merasa bahwa teknologi bermanfaat dalam tugas-tugasnya, ia akan berminat untuk menggunakannya terlepas apakah teknologi itu mudah atau tidak mudah digunakan.

Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan keefektifan kinerja (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989). Sebagai penentu fundamental penerimaan pengguna dari suatu sistem informasi dan hal lain yang lebih penting yaitu kerahasiaan data sehingga penggunanya merasa aman dan percaya untuk menggunakan uang elektronik (*Perceived Credibility*) ketiganya memiliki pengaruh ke minat berperilaku (*Behavior Intention*). *Behavioral Intention* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Model TAM ini menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan sebuah teknologi baru, ada sejumlah variabel yang mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakannya. Ada tiga spesifik variabel, persepsi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan yang diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989).

2.3.1 *Perceived Ease of Use*

Persepsi kemudahan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem baru yang akan digunakan terbebas dari kesulitan *Attitude towards Using* Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang yang berasal dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang akan mempengaruhi minat pelaku terhadap sistem teknologi baru.

2.3.2 *Perceived Usefulness*

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dalam konteks organisasi kerja, kegunaan ini tentu saja dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang secara langsung atau tidak langsung berdampak pada kesempatan memperoleh keuntungan baik yang bersifat fisik atau materi maupun non materi.

2.3.3 *Perceived Credibility*

Persepsi kepercayaan (*Perceived Credibility*) didefinisikan bahwa sebagai sejauh mana seorang penggunaan teknologi akan memiliki privasi dan keamanan (Wang et al, 2003). Perilaku dimana seseorang percaya akan transaksi dan privasi informasi pribadi mereka dijaga dengan aman akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap sistem internet banking.

2.3.4 *Dasar Hukum E-money*

Hukum menggunakan dan bertransaksi menggunakan *e-money* pada dasarnya sama hukumnya seperti menggunakan uang kertas biasa karena keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh para konsumen dalam maksud pemenuhan akan kebutuhannya.

Menurut perspektif syariah, hukum atas *e-money* adalah halal. Kehalalan ini berlandaskan kaidah; setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang jelas mengharamkannya, maka saat itu hukumnya akan berubah menjadi haram, maka dari itu setiap chip atau server *e-money* yang dikeluarkan haruslah memenuhi ketentuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar penggunaan tidak menjadi haram. Faktor lain yang mendukung halalnya *e-money* adalah tuntutan akan kebutuhan manusia akan *e-money* itu sendiri, dan ditambah pertimbangan banyaknya kemaslahatan yang ada didalamnya, sehingga menjadikan *e-money* sah digunakan baik secara agama

maupun dalam pengaturan negara. (Fatwa DSN-MUI No.54/DSN-MUI/X/2006).

Dalam penjelasan dan peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005, tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah, pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa prinsip transaksi dalam Islam adalah:

- a. Tidak Mengandung Maysir, Maysir adalah transaksi yang mengandung unsur perjudian, untung-untungan atau spekulasi yang tinggi.
- b. Tidak Menimbulkan Riba, Riba adalah transaksi dengan pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam dan pengalihan harta secara batil atau bertentangan dengan ajaran Islam.

Dalam Al-Quran Allah menjelaskan dalam potongan surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَمَّتْ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai

kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (Q.S al-Baqarah [02]:275).

Ayat diatas menjelaskan pengharaman terhadap riba baik dalam bentuk apapun, dan Allah telah jelas juga menghalalkan jual beli, dan bagi setiap orang yang melakukan jual beli dengan riba makan mereka termasuk kedalam penghuni neraka dan kekal didalamnya.

Pertukaran antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus sama jumlahnya baik kualitas maupun kuantitasnya, jika jumlahnya tidak sama, maka tergolong kedalam bentuk riba al-fadl, yaitu tambahan atas suatu dua barang yang dipertukarkan dalam pertukaran barang ribawi yang sejenis.

Maka dari itu tidak diperbolehkan melakukan pertukaran nilai uang tunai yang lebih kecil atau lebih besar dari nilai *e-money*, penerbit juga tidak boleh memberikan potongan harga atas penjualan uang elektronik karena kelebihan dalam pembayaran oleh pemegang kartu *e-money* dan potongan harga oleh penerbit tersebut termasuk kedalam sistem ribawi yaitu riba al-fadl.

Pertukaran antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus dilakukan secara tunai, jika tidak maka transaksi tersebut tergolong kedalam transaksi yang berbentuk riba al-nasiah

(penundaan penyerahan salah satu dua barang yang dipertukarkan dalam jual-beli barang ribawi yang sejenis).

Dalam peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005 menyebutkan bahwa uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek yang haram dan mengandung unsur maksiat, yaitu barang atau fasilitas yang dilarang dimanfaatkan atau digunakan dalam hukum islam. Peraturan ini merujuk kembali kepada fungsi uang elektronik yang pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran ritail/mikro, agar terhindar dari israf (pengeluaran yang berlebihan) dalam berkonsumsi, sehingga dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik serta batas paling banyak total nilai transaksi uang elektronik. (Asep Saiful Bahri, 2010:15).

Disebutkan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang ke penerbit, kemudian nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media uang elektronik yang digunakan sebagai alat pembayaran oleh pemegang kepada pelaku perdagangan. Pertukaran antara nilai uang tunai (cash) dengan nilai uang elektronik merupakan pertukaran mata uang sejenis, dalam sistem muamalah islam dikenal dengan al- sharf. Akad-akad lain yang terkait dengan transaksi uang elektronik, diantaranya adalah: al-ijarah dan wakalah (Sutan Remy, 2005:87).

2.4 Theory of Reasoned Action (TRA)

Menurut Jogiyanto (2007), *Theory Of Reasoned Action* (TRA) pertama kali dikenalkan oleh Martin Fishbein dan Azjen, (1975). Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Kehendak merupakan predicator terbaik dari perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang ingin dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui keinginan orang tersebut. Namun, seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan keinginan). Menurut Jogiyanto (2007) Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian yaitu mempertimbangan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subjektif. Menurut Fishbein dan Azjen (1975) sikap seorang individu terhadap perilaku dijelaskan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang dalam melakukan tujuan perilaku, sedangkan norma subjektif diartikan sebagai “anggapan seseorang bahwa banyak orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan”. Ini berarti seseorang mempunyai pilihan untuk melakukan perilaku, sehingga niat individu tersebut yang menentukan untuk melakukan perilaku atau tidak.

2.5 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut Ajzen (1991) TPB dikembangkan lagi dengan menambahkan konstruk yang belum ada

di TRA, yaitu konstruk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sehingga dalam TPB, sikap terhadap perilaku dan norma subjektif dinyatakan dapat mempengaruhi minat suatu perilaku dan kontrol perilaku sebagai faktor tambahan dapat memengaruhi minat konsumen (Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti, 2015).

Menurut Jogiyanto (2007), *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah teori yang menambahkan konsep kontrol perilaku dalam suatu perilaku seseorang karena banyak perilaku yang tidak semuanya dibawah kontrol penuh individual. Teori ini *Perceived Usefulness Perceived Ease of Use Sikap terhadap Perilaku (Attitude towards Behavior) Minat Perilaku (Behavioral Intention) Perilaku (Behavior)* berhubungan dengan keyakinan dan tingkah laku. Sehingga teori ini menunjukkan minat seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Minat seseorang tersebut dapat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku.

Teori perilaku perencanaan (TPB) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan-kepercayaan. Kepercayaan tersebut adalah:

- a. Kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral belief*), yaitu kepercayaan-kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Dalam TRA komponen ini disebut dengan sikap (*attitude*) terhadap perilaku.
- b. Kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative belief*), yaitu kepercayaan-kepercayaan tentang ekspektasi-ekspektasi

normativ dari orang-orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi tersebut. Dalam TRA, komponen ini disebut dengan norma-norma subyektif sikap (*subjective norms*) terhadap perilaku.

- c. Kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*), yaitu kepercayaan-kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi atau merintangi kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut. Dalam TRA, konstruk ini belum ada dan ditambahkan ke dalam TPB sebagai kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*).

2.6 Minat

2.6.1 Definisi Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu aktivitas diantara beberapa aktivitas yang lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat berarti dorongan atau daya penggerak. Minat adalah suatu perangsang keinginan (*what*) dan daya penggerak kemauan kerja seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Menurut Jogiyanto (2007) minat ialah suatu fungsi dari dua penentu dasar, yaitu: penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi. Faktor penentu ini adalah sikap terhadap perilaku individu, sikap ini merupakan evaluasi keyakinan atau perasaan positif dan negatif ketika seseorang perlu melakukan perilaku tertentu dan faktor-faktor yang berkaitan dengan pengaruh sosial. Penentu ini adalah norma subjektif, norma yang dimaksud disini mengacu pada persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu hal.

Menurut Djaali (2012), minat merupakan rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup, suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat dapat diartikan juga sebagai penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungannya, semakin besar minatnya. Jadi minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian

2.6.2 Unsur-unsur Minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kautsar (2014) minat mengandung tiga unsur, yaitu:

- a. Unsur kognisi (menenal) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang ditinjau oleh minat tersebut.
- b. Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).
- c. Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur di atas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

2.6.3 Aspek Minat

Hurlock (2013) membagi aspek minat menjadi dua bagian sebagai berikut:

- a. Aspek kognitif, dikembangkan berdasarkan konsep seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Didasarkan atas pengalaman dan apa yang dipelajari dari lingkungan yang dapat membangun aspek kognitif.
- b. Aspek afektif, adalah membangun konsep kognitif dan dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan atau objek yang menimbulkan minat.

2.6.4 Indikator Minat

Menurut Jogiyanto (2007) Indikator minat yang mempengaruhi suatu penggunaan adalah sebagai berikut:

- a. Promosi : dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat yang juga sekaligus mempengaruhi supaya masyarakat tersebut juga menggunakan jasa atau produk tersebut.

- b. Tertarik : adanya kelebihan sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menggunakannya.
- c. Adanya manfaat : manfaat yaitu kegunaan atau hasil yang kita dapat pada saat kita menggunakan produk tersebut.

2.7 Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto (2007), pengertian *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi tertentu itu mudah. Davis et al (1989) mendefinisikan kenyamanan yang dirasakan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami. Berdasarkan definisinya, diketahui bahwa konstruk kemudahan ini juga merupakan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang berpikir bahwa sistem informasi mudah digunakan, dia akan menggunakannya. Begitu pula sebaliknya, jika seorang berpikir bahwa sistem informasi ini tidak mudah digunakan, maka dia tidak akan menggunakannya.

Gu dkk (2009) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi informasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Meskipun usaha untuk menggunakan teknologi menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari masyarakat atas layanan yang dikembangkan, maka layanan tersebut harus mudah

diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan.

2.7.1 Dimensi Kemudahan

Venkatesh dan Davis (2010: 201) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Sistem dan interaksi individu jelas dan mudah dimengerti.
- b. Tidak memerlukan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
- c. Sistem mudah untuk digunakan.
- d. Dalam mengoperasikan sistem sangat mudah dan sesuai dengan apa yang dikerjakan oleh individu tersebut.

2.7.2 Indikator Kemudahan

- a. Mudah digunakan: mudah pengoperasiannya.
- b. Mudah dipahami: mudah untuk dipelajari.
- c. Mudah dibawa: tidak perlu membawa uang tunai kemana pun, lebih praktis.

2.8 Manfaat

2.8.1 Definisi Manfaat

Perkembangan teknologi membawa kita pada suatu perubahan kebutuhan sistem pembayaran masyarakat sekitar, yang dimana dengan kemajuan teknologi semakin pesat maka dibutuhkan nya sistem pembayaran yang cepat, tepat dan memiliki keamanan yang memumpuni. Maka disini bisa kita lihat kegunaan uang elektronik yang dimana sejarah membuktikan bahwa sebuah alat

pembayaran terus berubah-ubah bentuknya. Sebagai contoh dari bentuk uang logam, uang kertas hingga munculnya uang dalam bentuk online (Adiyanti, Arsita, & Pudjihardjo, 2014).

Menurut Jogiyanto (2007) manfaat yang dirasakan atau *Perceived Usefulness* menurut yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seorang percaya bahwa teknologi itu bermanfaat maka mereka akan menggunakannya, sedangkan jika mereka berpikir bahwa teknologi itu kurang bermanfaat maka mereka tidak akan menggunakannya.

2.8.1 Karakteristik Manfaat

Jogiyanto (2011:331), menyatakan guna menilai kemanfaatan menggunakan 4 buah item, yang bila ditarik korelasinya dengan uang elektronik antara lain sebagai berikut :

- a. Penggunaan sistem mampu mempercepat proses penggunaan uang elektronik mempunyai keunggulan nyata dari segi kecepatan proses.
- b. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas, efektifitas yang diberikan dari uang elektronik antara lain pengguna tidak perlu lagi repot mengeluarkan sejumlah uang tunai untuk proses pembayaran, hanya tinggal menyerahkan uang elektroniknya dan secara langsung nominal uang elektronik yang ada akan berkurang sesuai nominal yang seharusnya dibayarkan serta tercatat tanpa perlu repot untuk memberikan kembalian.

c. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu penggunaan uang elektronik sudah barang pasti memberikan manfaat langsung bagi para pengguna uang elektronik berkat kecepatan dan efektifitasnya.

d. Penggunaan sistem menambah tingkat produktifitas individu kecepatan dan efektifitas merupakan dua hal yang secara langsung mempengaruhi tingkat produktifitas individu, terlebih lokasi penelitian yang diambil di Jakarta yang notabene dua hal tersebut sangat dibutuhkan dari tiap individu.

2.8.2 Dimensi Manfaat

Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis et al yaitu, *productivity* (produktivitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan). Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Manfaat menjadi berikut:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu.
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu.
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu.
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

2.8.3 Indikator Manfaat

- a. Cepat dan tepat: mempercepat dan mempermudah proses transaksi pembayaran.
- b. Efisien: penyelesaian pekerjaan dengan tepat waktu cepat dan memuaskan.
- c. Murah: mudah dijangkau.
- d. Teliti: memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran.
- e. Keuntungan: memberikan laba tambahan saat menyelesaikan transaksi pembayaran.

2.9 Kepercayaan

2.9.1 Definisi Kepercayaan

Persepsi Kepercayaan atau *Perceived Creadibility* Menurut Jogyanto (2007) disebutkan bahwa kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan. Sedangkan menurut Ba dan Pavlou (2002), kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Gefen, Karahanna, dan Straub (2003) mengatakan bahwa sistem keamanan pada uang elektronik bisa menjaga data konsumen dengan baik, dimana tingkat suatu keamanan itu sangat

mempengaruhi kepercayaan seseorang individu dan masyarakat. Maksud dari persepsi keamanan ini yaitu rasa aman seorang individu dan masyarakat dalam menggunakan produk *e-money* tersebut.

2.9.2 Komponen Kepercayaan

Komponen kepercayaan kepercayaan dapat diartikan sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Green yang dikutip oleh Fasochah menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah: a. Kredibilitas berarti bahwa karyawan yang jujur dan katakatanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata. b. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliable atau dapat diandalkan. Berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan. c. *Intimacy* kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan, selain itu integritas menunjukkan adanya ketulusan.

2.9.3 Dimensi Kepercayaan

Menurut McKnight, Kacmar, dan Choudry (dalam Bachmann & Zaheer) kepercayaan merupakan proses transaksi yang terjadi diantara pihak-pihak yang belum saling mengenal. terdapat dua dimensi kepercayaan menurut McKnight et al, yaitu:

a. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sudah sedalam mana seseorang akan percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu kondisi. *Trusting belief* adalah hubungan antara pihak yang percaya terhadap pihak yang dipercaya yang mana penjual memiliki perbedaan tersendiri yang akan menguntungkan pihak konsumen.

b. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah hal dimana seseorang harus siap bergantung pada orang lain dalam kondisi apapun, ini sering terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* berdasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain.

2.9.4 Indikator Kepercayaan

- a. Aman: masyarakat tidak perlu lagi cemas atau khawatir pada saat menggunakan *e-money*.
- b. Terjamin: *e-money* menjamin keamanan saat bertransaksi.
- c. Dipercaya: *e-money* meyakinkan masyarakat dalam melakukan transaksi.

2.10 Penelitian Terkait

Dalam penelitian ini, penulis meninjau penelitian sebelumnya, penulis tidak dapat menemukan judul seperti itu sama seperti skripsi sebelumnya, tetapi penulis menemukan judul penelitian yang hampir sama dengan pembahasan skripsi yang dibuat oleh penulis.

Pembayaran biasanya dilakukan dengan *e-money* melalui transfer antar bank melalui jaringan di bank-bank internal atau biasa disebut sinyal. Pembayaran elektronik dimungkinkan juga, dengan menggunakan peralatan yang disediakan oleh bank, misalnya, kartu ATM, kartu debit, uang elektronik. Inovasi teknologi sistem pembayaran berkembang melengkapi kebutuhan dan kenyamanan dengan sangat cepat saat melakukan transaksi (Ramadani, 2016).

Penelitian terkait secara ringkas dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pratama dan Dewa (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan bantuan komputer program <i>Statistical Produst and Service Solutions</i> (SPSS).	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini berarti bahwa semakin besar ketiga persepsi tersebut maka akan meningkatkan minat menggunakan uang elektronik.
2	Adi Firman Ramadhan (2016) Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan <i>E-Money</i>	Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif, dengan penentuan sampel <i>purposive sampling</i>	Mennunjukkan bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Tabel 2.1 Lanjutan

3	Muksalmina (2019), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk <i>E-Money</i> di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.	Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, sementara untuk pendekatannya peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Peneliti juga melakukan pemilihan sampel menggunakan simple random bantuan SPSS.	Hasil penelitian ini adalah persepsi kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa/i untuk menggunakan alat pembayaran uang elektronik, sementara mahasiswa/i enggan memperhatikan faktor keamanan dari alat pembayaran uang elektronik tersebut.
4	Rahmatika (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Electronic Money</i> : Integrasi Model TAM-TPB Dengan <i>Perceived Risk</i> .	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).	Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaa, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat responden untuk menggunakan uang elektronik.
5	Diana (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan <i>electronic money</i> di Indonesia.	Penelitian ini menggunakan pendekatan PLS karena pendekatan PLS lebih sering digunakan dan tidak harus ada pembebanan sampel dan distribusinya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, dan kondisi pendukung terbukti mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan uang elektronik. Sementara, ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> .
6	Fitriana, Ana dan Wingdes, Irawan (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen	Data dianalisis dengan menggunakan SPSS Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>) guna mengetahui besarnya pengaruh baik secara simultan maupun parsial.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan <i>e-money Indomaret Card</i> adalah manfaat, kemudahan, dan kredibilitas.

Tabel 2.1 Lanjutan

	Menggunakan <i>E-Money</i> Indomaret Card di Pontianak.		
7	Vhistika (2017). Pengaruh Tingkat Pemahaman <i>E-Money</i> dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> (Studi Pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau <i>E-Money</i> di Wilayah Tanah Abang).	Penelitian ini menggunakan penelitian kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kausal komparatif adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antar dua variable atau lebih.	Pemahaman uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik, kemanfaatan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.
8	Yogananda, Andrean Septa dan Dirgantara, I Made Bayu (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.	Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan program <i>Statistical Package for Social Science</i> (SPSS).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik, sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik.

Tabel 2.1 Lanjutan

9	Wibowo, Setyo Ferry dan Rosmauli, Dede (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money Card</i> (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta).	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, desain penelitian <i>explanatory</i> dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, metode pengumpulan data menggunakan metode survei, yaitu dengan penyebaran kuisioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden.	Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk <i>e-money</i> .
---	---	--	---

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dan kesamaan. Adapun kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu mengenai minat menggunakan *e-money*, sedangkan perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Pratama (2019) metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif, dengan penentuan sampel *purposive sampling* dengan analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 96 mahasiswa dari total populasi 250. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa program non reguler angkatan

2015 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu di kota Banda Aceh.

Ramadhan (2016) metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 243 mahasiswa dari total populasi 860. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu di kota Banda Aceh.

Muksalmina (2019) metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 97 mahasiswa dari total populasi 301. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa/i untuk menggunakan alat pembayaran *e-money*. perbedaannya adalah penelitian ini memiliki satu variabel berbeda dengan penulis, dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa/i di FEBI UIN Ar-Raniry, Banda Aceh. Sedangkan peneliti melakukan penelitian kepada objek yang berbeda yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Rahmatika (2019) Metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaa, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat responden untuk menggunakan uang elektronik. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang berbeda dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Diana (2018) menggunakan metode pendekatan menggunakan pendekatan PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, dan kondisi pendukung terbukti mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan uang elektronik. Sementara, ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang berbeda. Dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga, Surabaya, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Fitriana (2017) metode yang digunakan analisis regresi berganda dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada para pengguna *e-money* Indomaret Card di kota Pontianak,

sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Vhistika (2017) metode penelitian kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemahaman uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik, kemanfaatan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Perbedaannya adalah penelitian ini tentang tingkat pengaruh dalam minat menggunakan *e-money*, memiliki satu variabel berbeda dengan penulis dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada masyarakat Tanah Abang, Jakarta. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Yogananda (2017) Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik, sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan satu variabel yang berbeda dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas

Diponegoro, Semarang. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

Wibowo (2015) Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, desain penelitian *explanatory*. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk *e-money*. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan satu variabel yang berbeda dan dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada semua pengunjung gerai ritel kosmetik yang ada di Mall kota Kasablanka dan ITC Kuningan, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

2.11 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2014), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana berbagai faktor dan teori yang diidentifikasi sebagai masalah penting terkait.

2.11.1 Pengaruh Kemudahan (X_1) Terhadap Minat

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adityawarman (2014), menunjukkan nilai positif yang dapat diperoleh dari variabel-variabel tersebut. Hal ini karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan transaksi dan penjual dan pembeli tidak perlu khawatir jika kesulitan menemukan perubahan. Hal ini didukung oleh teori Davis (1989) bahwa persepsi kenyamanan sedemikian rupa sehingga orang percaya bahwa alat

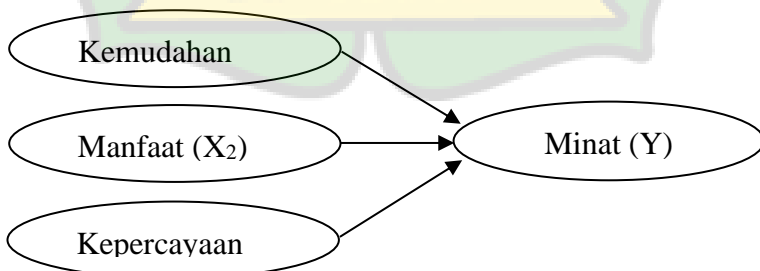
tersebut mudah digunakan. Singkatnya, alat yang menggantikan peran mata uang membebaskan pengguna dari masalah.

2.11.2 Pengaruh Manfaat (X_2) Terhadap Minat

Efek positif yang perlu diambil oleh pengguna khususnya mahasiswa, siswa perlu khawatir dengan adanya uang palsu yang beredar (Abidin, 2015). Namun berbeda dengan survei Prastiti dkk (2015). Dalam survei ini, pengguna masih memiliki pandangan negatif terhadap uang. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi mengenai produk uang elektronik, dan adanya kekhawatiran bahwa jaringan masih kurang cepat ketika proses pembayaran dikarenakan adanya gangguan pada jaringan.

2.11.3 Pengaruh Kepercayaan (X_3) Terhadap Minat

Nilai positif variabel keamanan, berdasarkan penelitian Utami & Kusumawati (2017), dijamin kepada pengguna, dan jika terjadi kesalahan pada saat penerbitan, pengguna akan diasuransikan terhadap kerusakan atau pencurian kartu *e-commerce*. Dalam hal ini, pengguna hanya perlu melaporkannya ke bank. Hal ini dikarenakan adanya ketakutan akan resiko kerugian yang lebih besar dibandingkan resiko jual beli secara manual.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Variabel Minat Terhadap E-Money

Berdasarkan Gambar 2.2, bahwasanya dari beberapa pembagian variabel TAM (*Technology Acceptance Model*) peneliti hanya mengambil 3 variabel saja untuk mewakili hipotesis yang akan didapatkan nanti.

2.12 Hipotesis Statistik

Hipotesis merupakan sebuah jawaban dari suatu permasalahan dalam penelitian yang dimana nantinya akan dibuktikan dari data empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian yang dilakukan saat ini, peneliti mencoba menjelaskan sedikit rumusan hipotesis seperti yang dibawah ini, sebagai berikut adalah:

Ha₁= Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*.

Ha₂= Manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan uang *e-money*.

Ha₃= Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, yaitu sebuah penelitian yang digunakan dalam meneliti populasi dan sampel yang dilakukan secara random pada instrumen penelitiannya. Sementara untuk pendekatannya peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu “penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini dapat dibangun sebuah teori yang dapat menjelaskan, memprediksi dan mengendalikan gejala tersebut” (Sugiyono, 2014).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat untuk peneliti melakukan sebuah penelitian dalam menangkap peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka untuk mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penulis melakukan penelitian ini pada daerah Banda Aceh.

3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berjeniskan sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data, data ini belum pernah dikumpul sebelumnya apakah dengan waktu tertentu (Sugiyono, 2013).

Adapun jenis sumber data dalam penelitian ini adalah:

3.3.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian berupa hasil kuesioner. Dalam penelitian ini informasi yang dikumpulkan dari jawaban para responden yaitu melalui pembagian kuesioner.

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang didapatkan tidak secara langsung dari objek atau subjek penelitian berupa data buku, dokumentasi, artikel, jurnal. Data sekunder meliputi gambaran umum masyarakat di kota Banda Aceh, jurnal terdahulu yang dibuat peneliti sebelumnya, artikel terkait di internet. Data pada penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang penulis susun kepada masyarakat di kota Banda Aceh.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data merupakan prioritas utama yang memiliki nilai strategis dalam penelitian, hal ini diungkapkan lantaran tujuan penelitian ialah mendapatkan data-data, baik primer, ataupun data sekunder, penulis menggunakan dua metode, yaitu: (Sugiyono, 2013).

3.4.1 Penelitian lapangan (*Field Research*)

Teknik pengumpulan data dengan cara mendatangi lokasi secara langsung untuk membagikan kuesioner kepada masyarakat supaya memperoleh data dan informasi mengenai masalah yang diteliti yaitu minat *e-money* dikalangan masyarakat di kota Banda

Aceh. Penulis disini memakai *skala likert*, yaitu skala psikometrik yang dipakai didalam kuesioner, merupakan skala yang dipakai dalam riset berupa sebuah survei.

3.4.2 Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini dilakukan dengan membaca, mempelajari, dan memahami literatur di perpustakaan, alasannya untuk mendapatkan landasan teoritis tentang pokok permasalahan yang dibahas. Peneliti memakai dua cara untuk memperoleh data tersebut sebagai berikut:

3.4.2.1 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data tentang hal-hal variabel berupa buku, catatan, majalah, koran, transkrip, agenda dan sebagainya. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data internal dari produk *e-money*. Contohnya seperti sejarah, profil, dan sistematikanya (Arikunto S. , 2010).

3.4.2.2 Kuesioner

Kuesioner yaitu suatu teknik untuk pengambilan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang disediakan oleh penulis merupakan kuesioner tertutup. Alasan menggunakan kuesioner tertutup ini yaitu untuk mempermudah responden dalam menjawab serta mempersingkat keterbatasan waktu dalam penelitian (Sugiyono, 2014)

3.5 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010), populasi yaitu generalisasi yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda yang lainnya. Populasi perolehan ini merupakan seluruh masyarakat di kota Banda Aceh dengan signifikasinya 10%.

Menurut Notoatmodjo (2005), sampel yaitu sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Peneliti menggunakan rumus *Roscoe* untuk mencari sampel masyarakat di kota Banda Aceh. Teori *Roscoe* ini menyatakan apabila dalam penelitian yang akan melakukan analisis dengan kolerasi atau regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari dari jumlah variabel yang akan diteliti, metode perumusannya sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel yang dianggap memenuhi kelayakan dalam sebuah penelitian adalah antara 30 hingga 500 sampel.
- 2) Apabila sampel dibagi menjadi beberapa kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Apabila metode analisis yang digunakan dalam penelitian merupakan *multivariate* seperti regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari variabel (dependen + independen) yang akan diteliti. Maka perhitungannya anggota sampel dalam penelitian ini sebagai berikut: $4 \times 10 = 40$.

Pada penelitian ini penulis memakai teknik *simple random sampling* untuk mencari sample seperti pencarian data diatas. Teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari

anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut.

3.6 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini skala pengukuran yang penulis gunakan yaitu *Skala Likert*. Menurut Sugiyono (2013), *Skala Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis instrumen kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut ini:

Tabel 3.1 Skala Likert

No.	Keterangan	Angka
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

(Sugiyono, 2013)

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah: Untuk mengukur PEU, PU, PC, dan BI menggunakan *skala likert* berskala 5 dengan skor: sangat setuju= 5, setuju= 4, ragu-ragu= 3, tidak setuju= 2, sangat tidak setuju= 1. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan SPSS Regresi Berganda (*Multiple Regression*) guna mengetahui besarnya pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived credibility* terhadap

behavioural intention konsumen dalam menggunakan *e-money*. Adapun rumus Regresi Berganda (*Multiple Regression*) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	= Behavioral Intention
X ₁	= Perceived Usefulness
X ₂	= Perceived Ease of Ease
X ₃	= Perceived Credibility
a	= Nilai Intercept (Konstant)
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien Arah Regresi
e	= Standar Error

3.7 Operasionalisasi Variabel

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan gambaran dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berikut adalah penjelasan dan pengertian dari pada variabel bebas dan variabel terikat tersebut, yaitu:

3.7.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel yang mempengaruhi berupa pengetahuan (X), adapun indikator-indikator variabel ini adalah:

3.7.1.1 Kemudahan (X₁)

Gu et al (2009), mengatakan kemudahan menunjukkan sejauh mana teknologi informasi dipersepsikan relatif mudah dipahami dan digunakan. Meskipun keinginan setiap orang untuk menggunakan teknologi bersifat individual, namun secara umum layanan tersebut

harus mudah diadopsi oleh pengguna tanpa banyak usaha untuk menghindari penolakan masyarakat terhadap layanan yang dikembangkan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara konsumen dengan sistem juga dapat memberikan informasi tentang kemudahan.

Tabel 3.2 Indikator Kemudahan

Variabel	Indikator
Kemudahan (X ₁)	a. Mudah pengoperasiannya.
	b. Interaksi yang jelas dan mudah untuk dipahami.
	c. Penggunaan yang mudah untuk dibawa-bawa.

Sumber: (Zulqarnain, 2017)

3.7.1.2 Manfaat (X₂)

Perkembangan teknologi membawa kita pada suatu perubahan kebutuhan sistem pembayaran masyarakat sekitar, yang dimana dengan kemajuan teknologi semakin pesat maka dibutuhkan nya sistem pembayaran yang cepat, tepat dan memiliki keamanan yang memumpuni. Maka disini bisa kita lihat kegunaan *e-money* yang dimana sejarah membuktikan bahwa sebuah alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, contoh dari bentuk uang logam, uang kertas hingga munculnya uang dalam bentuk online (Adiyanti, Arsita, & Pudjihardjo, 2014).

Adanya *e-money* sebagai alat pembayaran non tunai memberikan kebijakan baru dalam sistem pembayaran dan kedepannya memberikan kemampuan untuk mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada peningkatan pada

sektor pendapatan ekonomi negara, yang mana kita ketahui *e-money* ini sebelumnya kita beli terlebih dahulu dengan batas jumlah tertentu tanpa adanya pemotongan debit didalamnya.

Tabel 3.3 Indikator Manfaat

Variabel	Indikator
Manfaat (X_2)	a. Menggunakan <i>e-money</i> lebih cepat dan tepat.
	b. Menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien.
	c. Menggunakan <i>e-money</i> mudah untuk dijangkau.
	d. Menggunakan <i>e-money</i> akan lebih memiliki ketelitian.
	e. Menggunakan <i>e-money</i> dapat memberikan keuntungan dimasa depan.

Sumber: (Zulqarnain, 2017)

3.7.1.3 Kepercayaan (X_3)

Gefen, Karahanna, dan Straub (2003), mengatakan bahwa sistem keamanan pada *e-money* bisa menjaga data konsumen dengan baik, dimana tingkat suatu keamanan itu sangat mempengaruhi kepercayaan seseorang individu dan masyarakat. Maksud dari persepsi keamanan ini yaitu rasa aman seorang individu dan masyarakat dalam menggunakan produk *e-money* tersebut.

Tabel 3.4 Indikator Kepercayaan

Variabel	Indikator
Kepercayaan (X_3)	a. Transaksi menggunakan <i>e-money</i> memberikan rasa aman.
	b. Keamanan pelayanan <i>e-money</i> terjamin saat bertransaksi.

	c. Keamanan uang pada alat <i>e-money</i> memiliki tingkat kepercayaan tinggi.
--	--

Sumber: (Diana, 2018)

3.7.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel terikat yaitu jumlah masyarakat di kota Banda Aceh (Y) yang memiliki alasan minat untuk menggunakan produk *e-money*. Jumlah masyarakat di kota Banda Aceh dalam menggunakan produk *e-money* sangat berperan penting untuk meningkatkan dan memajukan fintech pada sistem ekonomi pembayaran di Indonesia maupun di Banda Aceh, yang seperti kita ketahui teknologi dan evolusi semakin berkembang sehingga pada titik ini kita masyarakat di kota Banda Aceh harus bisa mendorong dalam bersaing di bidang sistem ekonomi pembayaran dunia.

Minat merupakan rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup, suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat dapat diartikan juga sebagai penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungannya, maka semakin besar pula minatnya. Dengan demikian minat dapat diungkapkan dengan pernyataan yang menunjukkan preferensi seseorang untuk sesuatu diatas yang lain, dan minat bukanlah bawaan melainkan diperoleh kemudian. (Djaali, 2012).

Tabel 3.5 Indikator Minat

Variabel	Pernyataan
Minat Penggunaan Uang Elektronik	a. Dengan adanya promosi <i>e-money</i> saya berminat menggunakannya.
	b. Dengan kemudahan <i>e-money</i> saya tertarik menggunakannya.
	c. Dengan adanya manfaat <i>e-money</i> saya berminat menggunakannya.

Sumber: (Zulqarnain, 2017)

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode pengolahan data responden yang diperoleh. Penulis menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda. Beberapa uraian tersebut dijelaskan oleh penulis dibawah ini:

3.8.1 Uji Kualitas

a. Uji Validitas

Menurut Azwar (2011), validitas ialah sebuah ketepatan alat ukur untuk mencapai suatu sasaran tertentu, ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Disini peneliti akan melakukan perhitungan melalui bantuan aplikasi komputer yang bernama *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*, alasan memakai aplikasi komputer ini adalah supaya mendapatkan kuesioner yang memiliki pertanyaan valid. Penentuan valid atau tidaknya data kuesioner dengan ketentuan melihat perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dan nilai valid $\alpha = 0,5 \%$.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014), uji reliabilitas dilakukan bertujuan supaya mengetahui keunggulan kuesioner pada penelitian tersebut. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,60 untuk mengetahui indikator-indikator yang tidak tetap.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut pendapat Arikunto (2006), dalam regresi ini untuk menghindari terjadinya suatu kecacatan dalam penelitian maka dipakai uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari 3 yaitu adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Tahap berikutnya yaitu mencari besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Peneliti cukup melihat besaran koefisien determinasinya. Besar koefisien determinasi dari 0 sampai 1, maka semakin mendekati 0 besar koefisien determinasi suatu persamaan regres, maka akan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Uji Normalitas

Menurut Widarjono (2015), asumsi model regresi adalah residual yang memiliki distribusi normal. Jika tidak memiliki residual yang distribusi normal maka variabel independen tidak bisa diaplikasikan terhadap variabel dependen. Metode yang kita

gunakan kali ini adalah metode yang menguji normalitas, yaitu menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Dasar pengambilan keputusannya akan dibahas selanjutnya dibawah ini dengan sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

- Jika nilai signifikansi $>0,1$ maka data itu berdistribusikan normal.
- Jika nilai signifikansi $<0,1$ maka data itu tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji model regresi bertujuan ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas, apabila berkorelasi maka dikatakan tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel bebas yang berkorelasi antara sesama variabel bebas= 0 (Ghozali, 2011).

Untuk mendeteksi adanya uji multikolinieritas ini dengan sebagai berikut:

- Besaran VIF dan Tolerance, misalkan mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10 juga memiliki angka tolerance mendekati 1.
- Besaran korelasi antara variabel independen, dimana adanya koefisien korelasi antara variabel independen lemah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mencari tahu dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual yang 1 ke pengamat yang lain, varian residual tidak akan berubah dengan berubahnya

satu variabel bebas. Jika asumsi ini tercapai maka dikatakan homoskedastis, jika kebalikan maka dikatakan heteroskedastisitas (Ariefianto, 2012).

Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*:

1. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatter plot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan proses logis dalam penelitian ilmiah kuantitatif dan merupakan wilayah statistika inferensial dengan mempergunakan alat uji statistik dan hasilnya menjadi bahan analisis penelitian berikutnya. Tahap pengujian hipotesis bukan bersifat ritual formalitas penelitian kuantitatif, akan tetapi merupakan kewajiban formal dengan tujuan hasil uji bisa dipakai untuk menarik kesimpulan penelitian dan sekaligus menentukan penelitian selanjutnya (Yam, 2020).

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini bertujuan

untuk menguji apakah variabel bebas (kemudahan, manfaat dan kepercayaan) dan variabel terikat (minat) berpengaruh secara parsial atau terpisah (Ghozali, 2016).

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$), nilai df (*degree of freedom*)

b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $<0,05\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Suliyanto (2011), koefisien determinasi merupakan besar suatu kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat. Tingginya koefisien determinasi mempengaruhi tingginya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan variabel terikatnya. Kelemahan koefisien ini biasa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi, yang artinya penambahan satu variabel bebas dan pengamatan pada model anak dapat meningkatkan R^2 , walaupun variabel yang dimasukkan nanti tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Agar dapat mengurangi kelemahan itu, maka dipakai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan yaitu adjusted R square. Koefisien determinasi yang telah dikorelasikan dengan

dimasukkannya unsur jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat naik atau turun keofisien determinasinya karena telah ada penambahan variabel baru kedalam model tersebut.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kota Atau Masyarakat Kota Banda Aceh

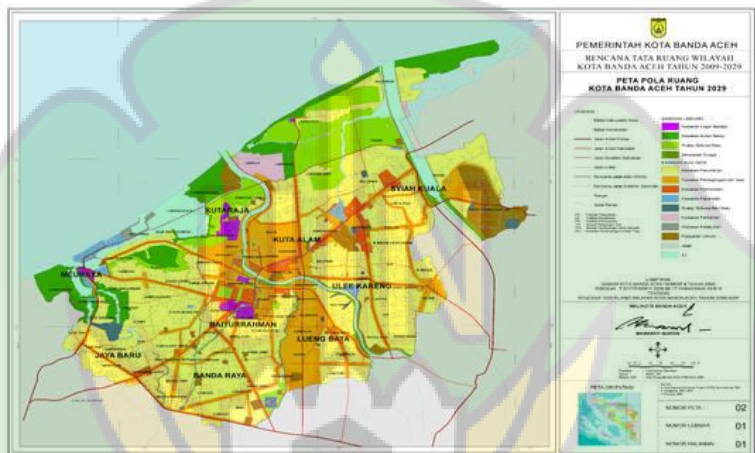
Banda Aceh merupakan salah satu Kabupaten/Kota di Aceh yang menjadi ibukota Provinsi Aceh. Banda Aceh sebagai pusat pemerintahan pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Kota Banda Aceh juga merupakan kota Islam yang paling tua di Asia Tenggara, dimana kota Banda Aceh merupakan ibu kota dari Kesultanan Aceh dengan luas wilayah sebesar 61,36 km², jumlah penduduk kota Banda Aceh memiliki kepadatan penduduk sebesar 4.154 jiwa/km². Angka pertumbuhan penduduk kota Banda Aceh cukup fluktuatif pada rentang waktu tahun 2018-2020 dengan angka jumlah pendudukan 265,111 pada tahun 2018, 270,321 pada tahun 2019, dan 252,899 pada tahun 2020. Kepadatan penduduk tertinggi berada di kawasan Kuta Alam yang berpenduduk sebanyak 42,505 jiwa atau 15 persen dari jumlah penduduk kota Banda Aceh.

Penduduk kota Banda Aceh didominasi oleh penduduk berusia muda, hal ini merupakan salah satu dampak dari fungsi Banda Aceh sebagai pusat pendidikan di Aceh dan bahkan Pulau Sumatera, selain itu banyak pemuda yang bermigrasi ke Banda Aceh untuk mencari kerja.

Kota Banda Aceh secara astronomis terletak antara 05°16'15" - 05°36'16" Lintang Utara dan 95°16'15" - 95°22'35" Bujur Timur. Kota Banda Aceh memiliki batasan wilayah yang meliputi Selat

Malaka di sebelah utara, wilayah Kabupaten Aceh Besar di sebelah selatan, wilayah Samudera Hindia di sebelah barat, dan Kabupaten Aceh besar di sebelah timur.

Gambar 4.1 Peta Provinsi Banda Aceh



Berdasarkan Gambar 4.1 dari Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi kota Banda Aceh positif pada tahun 2021. Setelah ekonomi ibu kota Provinsi Aceh sempat merugi akibat pengaruh pandemi *Covid-19* sebelumnya, justru tumbuh sebesar 5,53 persen. Pertumbuhan ekonomi Banda Aceh lebih cepat dibandingkan Provinsi Aceh, yaitu sekitar 2 persen bahkan secara nasional di angka 3,69 persen.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka jenis kelamin pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan. Pengelompokkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	21	21%
Perempuan	79	79%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin dari 100 responden di kota Banda Aceh didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu 79 orang atau 79 persen sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki hanya 21 orang atau 21 persen.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka usia responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu 16-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun dan 45 tahun keatas. Pengelompokkan usia ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
16-25	85	85%
26-35	13	13%
36-45	1	1%
>45	1	1%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia responden dari 100 responden di Banda Aceh didominasi oleh responden dengan usia 16-25 tahun yaitu 85 responden atau 85 persen, kemudian responden dengan usia 26-35 tahun sebanyak 13 responden atau 13 persen, responden 36-45 tahun hanya 1 orang atau 1 persen dan untuk usia diatas 45 tahun terdapat 1 orang atau 1 persen yang ikut dalam penelitian ini.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, wiraswasta, dan lainnya. Pengelompokkan ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	62	62%
Pegawai Negeri	4	4%
Wiraswasta	12	12%
Lainnya	22	22%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.3 diatas diketahui bahwa pekerjaan dari 100 responden paling banyak adalah pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 62 responden atau 62 persen, lainnya sebanyak 22 responden atau 22 persen, wiraswasta sebanyak 12 responden atau 12 persen, dan pegawai negeri sebanyak 4 orang atau 4 persen.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan pendapatan di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu < Rp. 1.000.000, Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000, Rp. 5.000.000 - Rp.10.000.000, dan > Rp. 11.000.000. Pengelompokan ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
< Rp. 1.000.000	60	60%
Rp. 1.000.000–Rp. 5.000.000	30	30%
Rp. 5.000.000–Rp. 10.000.000	5	5%
> Rp. 11.000.000	5	5%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden paling banyak berpendapatan < Rp 1.000.000 dengan 60 responden atau 60 persen, kemudian Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 dengan 30 responden atau 30 persen, Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 dengan 5 responden atau 5 persen dan pendapatan > Rp 11.000.000 dengan 5 responden atau 5 persen.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Transaksi Perhari

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan besaran transaksi perhari di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu < Rp100.000, Rp 110.000 – Rp 500.000, Rp 510.000 – Rp 1.000.000, dan > Rp 1.000.000. Pengelompokan ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Perhari

Pengeluaran	Jumlah Responden	Persentase
< Rp.100.000	76	76%
Rp. 110.000 – Rp. 500.000	19	19%
Rp. 510.000 – Rp. Rp.1.000.000	2	2%
> Rp. 1.000.000	3	3%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.5 diatas menunjukkan paling banyak responden memiliki pengeluaran dibawah Rp. 100.000 sebanyak 76 responden atau 76 persen, diikuti pengeluaran Rp. 110.000 – Rp. 500.000 sebanyak 19 responden atau 19 persen, Rp. 510.000 – Rp. Rp.1.000.000 sebanyak 2 responden atau 2 persen, dan > Rp. 1.000.000 sebanyak 3 responden atau 3 persen.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Money yang Digunakan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan platform *e-money* yang digunakan perhari di

kelompokkan menjadi empat bagian yaitu *Go-pay*, *Shopee-pay*, *Dana*, dan *Q-Ris*. Pengelompokkan ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Platform yang Digunakan

Platform uang elektronik yang digunakan	Jumlah Responden	Persentase
<i>Go-pay</i>	11	11%
<i>Shopee-pay</i>	33	33%
<i>Dana</i>	26	26%
<i>Q-Ris</i>	30	30%
Total	100	100%

Sumber: (data diolah, 2022)

Tabel 4.6 menunjukkan platform yang paling banyak digunakan adalah *shopee-pay* dengan 33 responden atau 33 persen, kemudian *Q-Ris* dengan 30 responden atau 30 persen, diikuti dengan *Dana* dengan 26 responden atau 26 persen, dan *Go-pay* dengan 11 responden atau 11 persen.

Rata-rata usia yang memakai platform *shopee-pay* dan *go-pay* adalah responden yang berada pada usia 20-25 tahun, kemudian untuk platform *Dana* dan *Q-Ris* diisi dengan responden yang memiliki usia rata-rata 23-30 tahun.

4.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.3.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel kemudahan dapat dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini.

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa e-money mudah untuk digunakan.	-	-	1	60	39	100	4,38
2	Saya merasa proses pembayaran menggunakan e-money mempermudah melakukan apa saja yang diinginkan.	-	-	1	60	39	100	4,38
3	Menggunakan e-money jelas dan mudah untuk dimengerti dan dipahami.	-	-	5	67	28	100	4,21
4	Semua informasi mengenai e-money mudah untuk dipahami.	-	-	5	67	28	100	4,21
5	Saya merasa menggunakan e-money lebih praktis dari pada uang tunai.	-	2	12	54	32	100	4,14
6	e-money lebih mudah untuk digunakan dimana pun dan kapan pun.	-	2	12	54	32	100	4,14
Rata-rata								4,24

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui pada Tabel 4.7 penyebaran kuesioner untuk variabel kemudahan penggunaan terdapat 100 responden. Pada item pertanyaan 1 yakni 'saya merasa e-money mudah untuk digunakan' mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan nilai minimum 1. Pada item pertanyaan 2 'Saya merasa proses pembayaran menggunakan e-money mempermudah melakukan apa saja yang diinginkan' 1 responden menjawab kurang setuju selebihnya responden menjawab setuju dan sangat setuju. Pada item pertanyaan 3 dan 4 ada 5 responden menjawab kurang setuju selebihnya responden menjawab setuju dan sangat setuju. Pada item pertanyaan 5 dan 6 ada 2 responden menjawab tidak setuju dan 12 responden menjawab kurang setuju selebihnya responden menjawab setuju dan sangat setuju.

Pada penyebaran kuesioner diketahui rata-rata pada variabel kemudahan penggunaan sebesar 4,24. Pada item pertanyaan pertama sebesar 4,38, pada item pertanyaan kedua rata-rata sebesar 4,38, pertanyaan ketiga rata-rata sebesar 4,21, pertanyaan item keempat rata-rata sebesar 4,21, pertanyaan kelima rata-rata sebesar 4,14 dan pertanyaan item keenam rata-rata sebesar 4,14. Pada Tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai terendah sebesar 1 artinya terdapat responden yang menjawab kurang setuju dan tertinggi sebesar 5, artinya terdapat responden yang menjawab sangat setuju.

4.3.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel manfaat dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Manfaat

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	e-money membantu saya dalam menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan tepat.	-	-	3	53	44	100	4,41
2	Saya merasa menggunakan e-money dapat memenuhi transaksi keuangan saya lebih cepat.	-	-	3	53	44	100	4,41
3	Menggunakan e-money lebih efisien daripada menggunakan uang tunai.	1	1	20	56	22	100	3,97
4	Saya merasa menggunakan e-money memberikan kepuasan.	1	1	20	56	22	100	3,97
5	e-money murah dalam penggunaannya.	1	4	27	49	19	100	3,81
6	Saya merasa pada harga saat ini, e-money memberikan nilai yang baik.	1	4	28	48	19	100	3,80
7	E-money akan lebih memiliki ketelitian yang cukup baik.	1	3	14	55	27	100	4,04
8	E-money dapat mengurangi terjadinya kesalahan pada kembalian lebih.	-	3	13	56	28	100	4,09
9	E-money dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.	-	2	14	58	26	100	4,08
Rata-rata								4,06

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui pada item pertanyaan 1 dan 2 responden paling banyak menjawab setuju yaitu 53 responden dan 3 responden menjawab kurang setuju. Pada item pertanyaan 3 dan 4 sebanyak 56 responden menjawab setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 5, 6, 7 terdapat 1 responden menjawab sangat tidak setuju dan mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju. Pada item pertanyaan 8, 9 mayoritas responden menjawab setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada variabel manfaat diketahui nilai rata-rata sebesar 4,06, pada item pertanyaan pertama rata-rata sebesar 4,41, pada item kedua rata-rata sebesar 4,41, pada item pertanyaan ketiga rata-rata sebesar 3,97, pada item pertanyaan keempat rata-rata sebesar 3,97, pada pertanyaan kelima rata-rata sebesar 3,81, pada pertanyaan keenam rata-rata sebesar 3,80, pada pertanyaan ketujuh rata-rata sebesar 4,04, pada item pertanyaan kedelapan rata-rata sebesar 4,09, dan pada pertanyaan kesembilan rata-rata sebesar 4,08. Pada Tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa variabel manfaat memiliki nilai terendah sebesar 1 artinya terdapat responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tertinggi sebesar 5, artinya terdapat responden yang menjawab sangat setuju.

4.3.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa transaksi menggunakan e-money memberikan rasa aman.	0	0	13	61	26	100	4,13
2	Saya merasa aman menyerahkan informasi pribadi kepada pihak e-money	0	0	13	61	26	100	4,13
3	e-money memiliki reputasi keakuratan yang baik dan terjamin.	0	0	8	69	23	100	4,15
4	Saldo dalam e-money terjamin keberadaannya.	0	0	8	69	23	100	4,15
5	Saya percaya e-money memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan.	0	1	10	69	20	100	4,08
6	Informasi yang disediakan e-money dapat dipercaya.	0	1	10	69	20	100	4,08
Rata-rata								4,12

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui pada item pertanyaan 1 dan 2 mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 61 responden dan 13 responden menjawab kurang setuju. Pada pertanyaan 3 dan 4 mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 69 responden dan tidak ada yang menjawab tidak setuju. Pada pertanyaan 5 dan 6 mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 69 responden dan 1 responden menjawab tidak setuju.

Nilai rata-rata variabel kepercayaan sebesar 4,12, pada item pertanyaan pertama rata-rata sebesar 4,13, pada item pertanyaan kedua rata-rata sebesar 4,13, pada item pertanyaan ketiga rata-rata sebesar 4,15, pada item pertanyaan keempat rata-rata sebesar 4,15, pada item pertanyaan kelima rata-rata sebesar 4,08, dan pada item pertanyaan keenam rata-rata sebesar 4,08. Pada Tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai terendah sebesar 1 artinya terdapat responden yang menjawab tidak setuju dan nilai tertinggi sebesar 5, artinya terdapat responden yang menjawab sangat setuju.

4.3.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel minat menggunakan dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Minat

No	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	a. Saya merasa transaksi menggunakan e-money memberikan rasa aman.	0	6	14	61	19	100	3,93
2	Saya merasa aman menyerahkan informasi pribadi kepada pihak e-money	0	6	14	61	19	100	3,93
3	e-money memiliki reputasi keakuratan yang baik dan terjamin.	1	1	18	61	19	100	3,96

Tabel 4.10 Lanjutan

4	Saldo dalam e-money terjamin keberadaannya.	1	1	18	61	19	100	3,96
5	Saya percaya e-money memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan.	0	0	9	61	30	100	4,21
6	Informasi yang disediakan e-money dapat dipercaya.	0	0	9	61	30	100	4,21
Rata-rata								4,03

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui pada item pertanyaan 1 dan 2 pada variabel minat, terdapat 6 responden yang menjawab tidak setuju dan mayoritas responden menjawab setuju, pada item pertanyaan 3 dan 4 terdapat 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju dan mayoritas responden menjawab setuju, dan pada item pertanyaan 5 dan 6 terdapat 9 responden yang menjawab kurang setuju dan mayoritas menjawab setuju.

Pada Tabel 4.10 diatas, nilai rata-rata pada variabel minat sebesar 4,03. Pada item pertanyaan pertama nilai rata-rata sebesar 3,93, pada item pertanyaan kedua nilai rata-rata sebesar 3,93, pada item pertanyaan ketiga nilai rata-rata sebesar 3,96, pada item pertanyaan keempat nilai rata-rata sebesar 3,96, pada item pertanyaan kelima nilai rata-rata sebesar 4,21, dan pada item pertanyaan keenam nilai rata-rata sebesar 4,21. Dapat diketahui bahwa variabel minat memiliki nilai terendah sebesar 1 artinya terdapat responden yang menjawab sangat tidak setuju dan nilai tertinggi sebesar 5, artinya terdapat responden yang menjawab sangat setuju.

4.4 Deskriptif Penelitian

Penggambaran data statistik yang akan ditinjau secara deskriptif adalah nilai mean, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Yang dimaksudkan dengan mean disini ialah nilai rata-rata dari setiap variabel, sedangkan maksimum dan minimum merupakan nilai terbesar dan terkecil dari setiap variabel yang ada pada data.

Standar deviasi merupakan standar yang digunakan untuk mengukur jumlah variasi atau sebaran sejumlah nilai pada data. Semakin rendah standar deviasi, maka akan semakin mendekati rata-rata, hal ini berlaku sebaliknya semakin tinggi nilai standar deviasi maka semakin lebar rentang variasi datanya. Statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan	16	30	25.46	3.086
Persepsi Manfaat	25	45	36.58	4.746
Persepsi Kepercayaan	18	30	24.72	2.836
Minat Menggunakan	14	30	24.20	3.487

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 dijelaskan bahwa nilai dari statistik deskriptif yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dengan N sebanyak 100 responden yang diolah. Nilai minimum variabel persepsi kemudahan sebesar 16 dan nilai

maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata variabel persepsi kemudahan sebesar 25,46 dimana nilai tersebut mendekati nilai maksimal artinya persepsi kemudahan yang dimiliki oleh responden cenderung tinggi.

Nilai minimum variabel persepsi manfaat sebesar 25 dan nilai maksimum sebesar 45. Nilai rata-rata variabel persepsi manfaat sebesar 36,58 dimana nilai tersebut mendekati nilai maksimal artinya persepsi manfaat yang dimiliki oleh responden cenderung tinggi. Deviasi standar variabel persepsi manfaat adalah 4,746 yang memiliki makna dimana terjadi penyimpangan nilai persepsi manfaat pada nilai rata-ratanya.

Nilai minimum variabel tingkat kepercayaan adalah sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata variabel tingkat kepercayaan sebesar 24,72 dimana nilai tersebut mendekati nilai maksimal artinya tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh responden cenderung tinggi. Deviasi standar variabel tingkat kepercayaan adalah 2,836 yang memiliki makna dimana terjadi penyimpangan nilai tingkat kepercayaan pada nilai rata-ratanya.

Nilai minimum dari variabel minat menggunakan *e-money* sebesar 14 dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata variabel minat menggunakan *e-money* sebesar 24,20 dimana nilai tersebut mendekati nilai maksimal artinya minat menggunakan *e-money* yang dimiliki oleh responden cenderung tinggi. Deviasi standar variabel minat menggunakan *e-money* adalah 3,487 yang memiliki makna

dimana terjadi penyimpangan nilai minat menggunakan *e-money* pada nilai rata-ratanya.

4.5 Hasil Instrumen Penelitian

Uji keabsahan data digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan pada penelitian ini sudah valid dan reliabel untuk mengumpulkan data. Adapun uji keabsahan data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

4.5.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat pada kuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang merupakan masyarakat kota Banda Aceh yang berusia 16-45 tahun. Pada uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak valid. Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= n di mana n adalah jumlah responden. Maka df = 100 dengan taraf signifikansi 0,05 sehingga r_{tabel} adalah 0,194. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *pearson correlation*. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0.802	0.194	Valid
	X1.2	0.802	0.194	Valid
	X1.3	0.886	0.194	Valid
	X1.4	0.886	0.194	Valid
	X1.5	0.849	0.194	Valid
	X1.6	0.849	0.194	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0.479	0.194	Valid
	X2.2	0.479	0.194	Valid
	X2.3	0.868	0.194	Valid
	X2.4	0.868	0.194	Valid
	X2.5	0.805	0.194	Valid
	X2.6	0.808	0.194	Valid
	X2.7	0.807	0.194	Valid
	X2.8	0.735	0.194	Valid
	X2.9	0.607	0.194	Valid
Persepsi Kepercayaan (X3)	X3.1	0.851	0.194	Valid
	X3.2	0.851	0.194	Valid
	X3.3	0.854	0.194	Valid
	X3.4	0.854	0.194	Valid
	X3.5	0.750	0.194	Valid
	X3.6	0.750	0.194	Valid
Persepsi Minat Masyarakat (X4)	Y1.1	0.810	0.194	Valid
	Y1.2	0.810	0.194	Valid
	Y1.3	0.877	0.194	Valid
	Y1.4	0.877	0.194	Valid
	Y1.5	0.861	0.194	Valid
	Y1.6	0.861	0.194	Valid

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan valid karena r_{hitung} memiliki nilai positif dan lebih besar dari pada r_{tabel} .

4.5.2 Hasil Uji Realibilitas

Menurut Arikunto (2006), uji reliabilitas sebagai alat untuk mengukur suatu instrumen atau kuesioner dapat dipercaya atau tidak sebagai hasil penelitian yang baik. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui indikator-indikator yang tidak tetap. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0.914	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0.889	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (X3)	0.900	Reliabel
Minat Menggunakan (X4)	0.919	Reliabel

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan dan minat dapat dinyatakan reliabel.

4.6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi klasik yang pertama kali dilakukan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov*, grafik histogram dan normal *P-P Plot*. Pada uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov* apabila nilai sig > 0,05 maka data yang diuji berdistribusi normal dan apabila nilai sig < 0,05 maka data yang diuji tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

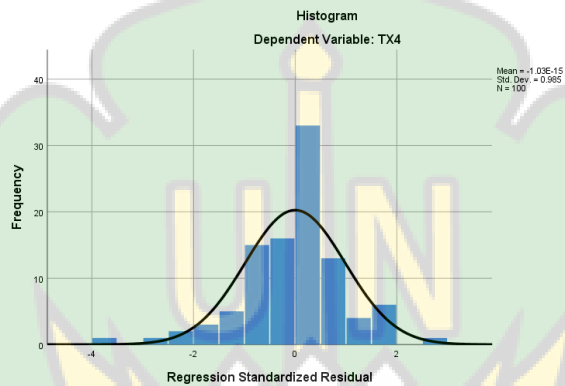
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45081773
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.082
	Negative	-.105
Test Statistic		105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c

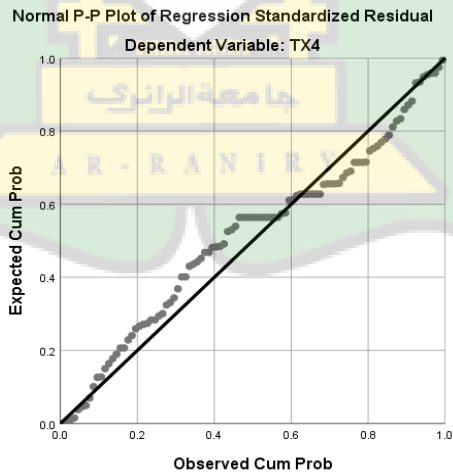
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,069 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot



Berdasarkan Gambar hasil uji normalitas dengan grafik histogram dapat diketahui bahwa grafik histogram tersebut menunjukkan pola distribusi yang berbentuk simetris karena tidak melenceng ke kanan dan ke kiri serta membentuk lonceng yang berarti bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Selanjutnya, pada gambar hasil uji normalitas dengan P-Plot dapat diketahui bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya yang berarti model regresi berdistribusi normal atau dapat memenuhi syarat asumsi normalitas.

4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Pada uji multikolinearitas ini peneliti melihat *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji multikolinearitas dengan menggunakan metode tolerance dan VIF memiliki kriteria apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka data yang diuji bebas dari multikolinearitas, namun apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,1 maka data yang diuji terdapat multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Kemudahan (X1)	.631	1.584
	Persepsi Manfaat (X2)	.437	2.286

	Persepsi Kepercayaan	.555	1.801
a. Dependent Variabel: Minat (Y)			

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) memiliki nilai tolerance $0,631 > 0,1$ dan nilai VIF $1,584 < 10$. Variabel persepsi manfaat (X2) nilai tolerance $0,437 > 1,0$ dan nilai VIF $2,286 < 10$. Variabel persepsi kepercayaan $0,555 > 0,1$ dan nilai VIF $1,801 < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi kepercayaan (X3).

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

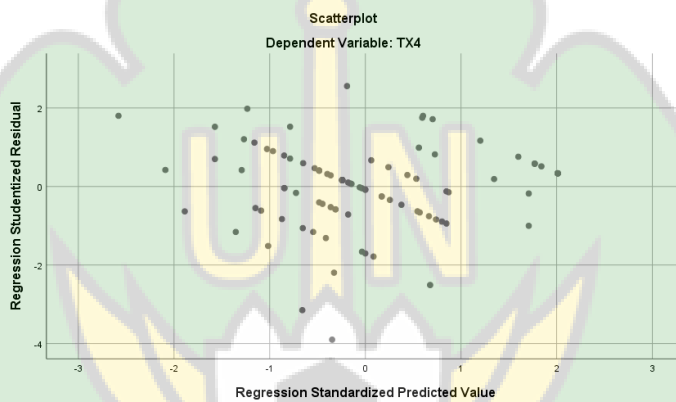
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antar varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat kesamaan antar varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Ketentuan pada uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatterplot* apabila titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar nol, penyebaran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumpul di atas saja atau di bawah saja dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola dan tidak berpola maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Ketentuan pada uji heteroskedastisitas menggunakan *Spearman Rho* apabila nilai sig antar varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas, namun apabila nilai sig antar varian residual pada

suatu pengamatan ke pengamatan lain $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar dan Tabel berikut.

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Berdasarkan Gambar hasil uji heteroskedastisitas dengan *Scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar nol. Penyebaran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumpul di atas saja atau di bawah saja. Selain itu penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola dan tidak berpola. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.624	1.687		2.148	.034
Persepsi Kemudahan (X1)	.044	.068	.080	.638	.525
Persepsi Manfaat (X2)	-.088	.053	-.249	-1.644	.104
Persepsi Kepercayaan (X3)	.010	.079	.017	.130	.897

a. Dependent Variabel: ABRESID

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai sig pada variabel persepsi kemudahan adalah $0,525 > 0,05$, nilai sig pada variabel persepsi kepercayaan adalah $0,897 > 0,05$, dan nilai sig pada variabel persepsi Manfaat adalah $0,104$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai sig antar varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain $> 0,05$ yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada penelitian ini variabel bebas adalah Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Kepercayaan. Sedangkan variabel terikat adalah Minat

Menggunakan (Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.243	2.515
	Persepsi Kemudahan (X1)	.106	.102
	Persepsi Manfaat (X2)	.299	.080
	Persepsi Kepercayaan (X3)	.376	.118
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)			

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel di atas yang diperoleh dari hasil analisis data dengan menggunakan IBM SPSS Statistics maka diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,243 + 0,106 X_1 + 0,299 X_2 + 0,376 X_3 + e$$

Model persamaan regresi linear berganda diatas menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta yang diperoleh adalah 1,243 dimana hal ini menunjukkan apabila variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan diasumsikan konstan atau tetap maka minat menggunakan uang elektronik di kota Banda Aceh akan naik sebesar 1,243.
2. Nilai koefisien untuk variabel persepsi kemudahan (X1) adalah 0,106 yang artinya apabila variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan

meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,106 dengan presentase 10,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di kota Banda Aceh.

3. Nilai Koefisien untuk variabel persepsi manfaat (X2) adalah 0,299, artinya apabila variabel manfaat mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat menggunakan *e-money* sebesar 0,299 dengan presentase 29,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan *e-money* di kota Banda Aceh.
4. Nilai koefisien untuk variabel persepsi kepercayaan (X3) adalah 0,376, yang apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan maka akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,376 dengan presentase 37,6%. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi kepercayaan (X3) berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan *e-money* di kota Banda Aceh.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) bertujuan untuk mengetahui variabel independen secara parsial atau secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen,

dapat dikatakan bahwa uji-t menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pada penelitian ini variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Persepsi Kepercayaan (X3). Sedangkan variabel terikat adalah Minat Menggunakan (Y). Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} pada taraf 5% yang diperoleh dari $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k) = t(0,05/2; 100-4) = (0,025;96) = 1.984$. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji-t) Coefficients

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.494	.622
	Persepsi Kemudahan (X1)	1.994	.001
	Persepsi Manfaat (X2)	3.758	.000
	Persepsi Kepercayaan (X3)	3.179	.002
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)			

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel Persepsi Kemudahan (X1) diperoleh nilai t_{hitung} 1,994 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y).
2. Pada variabel Persepsi Manfaat (X2) diperoleh nilai t_{hitung} 3,758 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y).
3. Pada variabel Persepsi Kepercayaan (X3) diperoleh nilai t_{hitung} 3,179 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

4.8.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur dan mengetahui seberapa jauh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.491	2.489
a. Predictors: (Constant), kepercayaan, kemudahan, manfaat				
b. Dependent Variable: minat				

Sumber: (data diolah, 2022)

Berdasarkan pada Tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,506. Hal ini berarti kemampuan variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu minat dalam menggunakan *e-money* adalah sebesar 0,506 atau 50,6% sedangkan sisanya 49,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikut sertakan pada penelitian ini seperti motivasi, pengaruh social, kondisi pendukung, nilai harga, ekspektasi kinerja (Diana, 2018) dan persepsi risiko (Andrean dan Made 2017) yang mampu menjelaskan variabel minat menggunakan *e-money*.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian menggunakan kuesioner dengan pendekatan kuantitatif asosiatif pada minat e-money dikalangan masyarakat di kota Banda Aceh kepada 100 responden masyarakat dan beberapa pengujian yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien

determinasi, dan uji parsial. Maka pembahasan mengenai hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.9.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik di Kota Banda Aceh

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dan juga nilai signifikan. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka sebaliknya. Hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 1,994 dan nilai t_{tabel} yaitu 1,984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y) di kota Banda Aceh.

Terjadi pengaruh positif dan signifikan antara faktor kemudahan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* di Banda Aceh, faktor kemudahan sangat mendukung karena berdasarkan analisis dari hasil kuesioner yang peneliti dapatkan yaitu karena aspek kemudahan dalam proses bertransaksi sangat mudah dimengerti dan dipahami, lebih praktis dapat dibawa kemana saja menggantikan uang tunai serta lebih mudah digunakan dimana pun dan kapan pun, hal ini menjadi suatu persepsi bagi masyarakat untuk tertarik menggunakan uang *e-money* tersebut.

Kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam minat menggunakan sistem berdasarkan Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh Davis 1989. Kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah kemudahan penggunaan e-money di kalangan masyarakat kota Banda Aceh yang mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Hal tersebut akan menimbulkan minat atau tidaknya masyarakat kota Banda Aceh terhadap e-money

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Pratama dan Dewa (2019), Muksalmina (2019), Ramadhan (2016), Rahmatika (2019), Fitriana dan Wingdes (2017), Yogananda dan Dirgantara (2017), serta Wibowo dan Rosmauli (2015) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi kemudahan maka akan meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

4.9.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik di Kota Banda Aceh

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dan juga nilai signifikan. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka sebaliknya. Hasil uji parsial pada penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 3,758 dan nilai t_{tabel} yaitu 1,984 yang

menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Manfaat (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y).

Terjadi pengaruh positif dan signifikan antara faktor manfaat terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* di Banda Aceh, faktor manfaat sangat mendukung karena berdasarkan analisis dari hasil kuesioner yang peneliti dapatkan yaitu lebih cepat, tepat, efisien dan murah dalam penggunaannya. Sehingga dapat diasumsikan bahwa masyarakat di kota Banda Aceh merasa percaya bahwa menggunakan produk *e-money* dapat bermanfaat bagi mereka, sehingga mereka menggunakannya.

Pada model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) telah banyak penelitian untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem. Sejalan dengan model tersebut, Taylor dan Todd (1995) dalam Jogiyanto (2007) menemukan bahwa konstruk kemanfaatan merupakan penyebab utama minat menggunakan sistem. Teknologi keuangan merupakan sistem teknologi yang masih baru dan penting untuk dimanfaatkan. Jika para konsumen tidak menerima manfaat dari *e-money*, maka penggunaan *e-money* untuk menjawab kebutuhan konsumen menjadi sia-sia

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terkait yang dilakukan oleh Pratama dan Dewa (2019), Rahmatika (2019), Fitriana dan Wingdes (2017), Vhistika (2017), Yogananda dan Dirgantara (2017), serta Wibowo dan Rosmauli (2015) yang

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2016) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemungkinan dengan responden yang rata-rata adalah mahasiswa dimana mereka beranggapan bahwa manfaat tidak berpengaruh besar untuk membantu produktivitas mereka dalam sehari-hari.

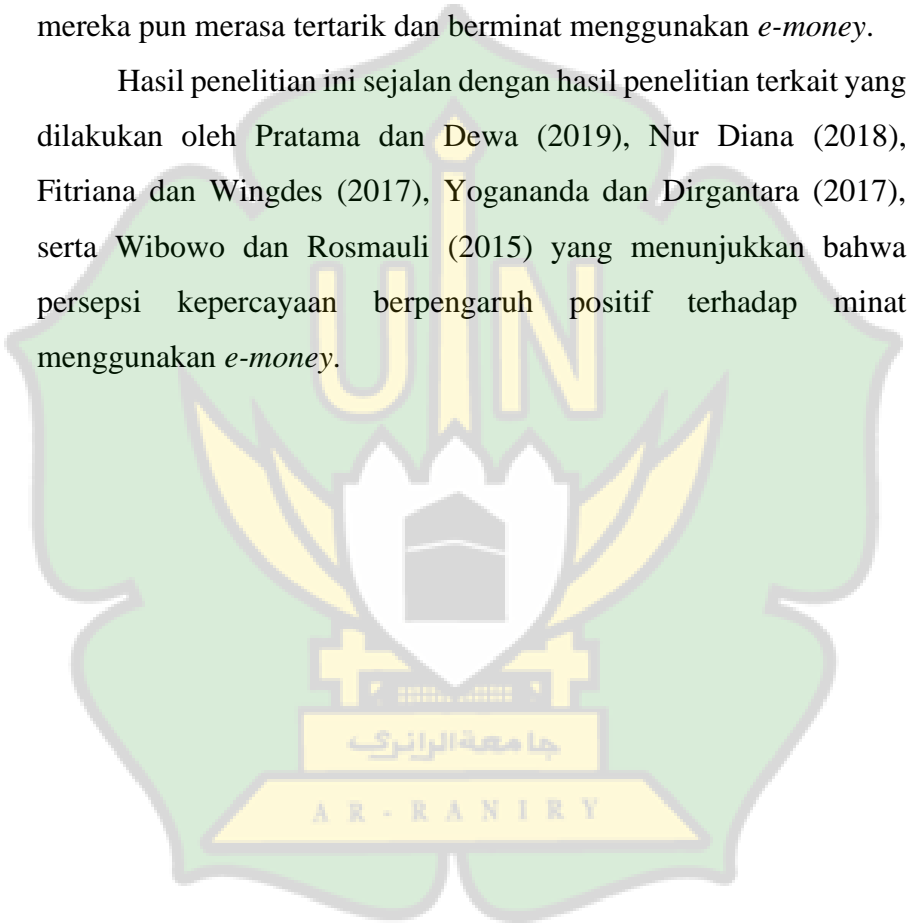
4.9.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* di Kota Banda Aceh

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dan juga nilai signifikan. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka sebaliknya. Hasil uji parsial pada penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} 3,179 dan nilai t_{tabel} yaitu 1,984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Persepsi Kepercayaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat (Y).

Terjadi pengaruh positif dan signifikan antara faktor kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* di Banda Aceh, faktor kepercayaan membuat masyarakat

berminat menggunakan *e-money* karena mereka percaya bahwa aplikasi *e-money* ini dapat memenuhi kebutuhan mereka sebagai alat pembayaran, masyarakat merasa aman menyerahkan informasi pribadi mereka, saldo mereka pun terjamin keberadaannya sehingga mereka pun merasa tertarik dan berminat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terkait yang dilakukan oleh Pratama dan Dewa (2019), Nur Diana (2018), Fitriana dan Wingdes (2017), Yogananda dan Dirgantara (2017), serta Wibowo dan Rosmauli (2015) yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti teliti dengan 100 responden maka kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di kota Banda Aceh.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di kota Banda Aceh.
3. Persepsi Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* di kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, tentu masih terdapat banyak kekurangan dari berbagai perspektif. Agar penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih maksimal, maka peneliti menuliskan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Bagi akademik diharapkan penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Sebagai penambah, pelengkap dan pembanding hasil dari penelitian yang sudah ada.

2. Dalam penelitian ini peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk menggunakan responden yang lebih banyak dan ruang lingkup yang lebih besar.
3. Peneliti juga memberikan saran terhadap penelitian yang akan dilakukan selanjutnya untuk menambahkan variabel yang tidak penulis gunakan dalam penelitian ini seperti motivasi, pengaruh sosial, kondisi pendukung, nilai harga, ekspektasi kinerja dan persepsi risiko dan lain sebagainya.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan perbankan atau penyelenggara *e-money* dalam upaya meningkatkan niat penggunaan *e-money* yang lebih baik lagi agar mempertimbangkan aspek-aspek dari variabel dalam penelitian ini. Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus memberikan peraturan yang baik demi melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat Banda Aceh dalam menggunakan *e-money* dalam proses transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adityawarman. (2014). *Jasa Marga Kesulitan Siapkan Uang Kembalian*. Jakarta: Dana Aditiasari.
- Adiyanti, Arsita, I., & Pudjihardjo, M. (2014). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Ariefianto, M. D. (2012). *Ekonometrika: Esensi dan Aplikasi dengan Menggunakan E-Views*. Erlangga.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik Volume 152*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ba, S., & Paul A., P. (2002). Evidence of the Effect of Trust Buiding Technology in Electronic Markets: Price premiums and buyer behavior. *MIS quarterly*, PP. 243-268.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefullness, Perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information System Quarterly*, (hlm. 319-340).
- Davis, F., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Diana, N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.

- Djaali, H. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fattach, A. I. (2017). Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. 2 (No. 3)*, (hlm. 451-460).
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-Money Indomaret Card di Pontianak. *Journal Techno.Com, Vol. 16 (No. 4)*, (hlm. 401-410).
- Gefen, D. (2002). Customer loyalty in e-commerce. *Journal of the association for information systems, Vol. 3 (No. 1)*, (hlm. 2).
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated model. *MIS Quarterly*, (hlm. 51-90).
- Ghozali. (2011). *Application of Multivariate Analysis with SPSS Program, Volume 69*. Semarang: Diponegoro University Publishing Agency.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Performance Theories in Education: Power, Pedagogy, Educational Studies. Volume 95*.
- Gu, J.-C., Lee, S.-C., & Suh, Y.-H. (2009). Determinants of Behavioral Intention to Mobile Banking. *Expert Systems with Applications, 36(9)*, 11605-11616.
- Indonesia, B. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah*.
- Indonesia, B. (2019). *Edukasi Perlindungan Konsumen Edukasi Produk dan Jasa Sp Uang Elektronik*. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungankonsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uangelektronik/Pages/default.aspx>.

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.
- Muksalmina. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk E-Money di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Parastiti, Didin, E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis penggunaan uang elektronik pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 7 (No. 1), (hlm. 75-82).
- Popovska-Kamnar, N. (2014). The use of Electronic Money and Its Impact on Monetary Policy. *Journal of Contemporary Economic and Business Issues Vol. 1 (No. 2)*, (hlm. 79-92).
- Pramono, B., & Yanuarti, T. (2006). Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter. *Jurnal Ekonomi*.
- Pratama, A. B., & Saputra, I. G. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada MINat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 27 (No. 2), (hlm. 927-953).
- Purba, I. D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mepengrauhi Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara) . *Skripsi*.

- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money:integrasi model TAM - TPB dengan perceived risk. *jurnal nominal*, Vol. 8 (No. 2), (hlm. 274-284).
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Vol. 8:2. *Journal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 8 (No. 1), (hlm. 1-9).
- Ramadhan, A. F. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money . *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 13 (No. 2).
- Seti, S., & Utami, B. K. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Jurnal Balance*, Vol. 14 (No. 02).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardiman. (2021, Juni 23). *Suara Sumut*. Retrieved from SuaraSumut.id:
<https://sumut.suara.com/read/2021/06/23/172016/transaksi-uang-elektronik-di-aceh-capai-rp-154-miliar>

- Suliyanto, D. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca*. Bandung: Angkasa.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage, Vol. 3 (No. 1)*, (hlm. 23-44).
- Veithzal, R. (2007). *Bank and Financial Institute Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1).
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yam, J. H. (2020). Ambiguitas Statistika Deskriptif & Statistika Inferensial. *Pelita: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah, Vol. 20 (No. 2)*, (hlm. 117-124).
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Journal Of Management, Vol. 6 (No. 4)*, (hlm. 1-7).
- Zulqarnain, S. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat, dalam rangka penelitian tugas akhir/strata (S1) dengan ini saya:

Nama : Otrie Yolanda Chikita
NIM : 180603014
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Melalui kesempatan ini saya memohon kesediaan saudara untuk menjadi responden dan menjawab seluruh pertanyaan yang disediakan (angket terlampir). Sehubungan dengan ini, maka jawaban responden diharapkan objektif karena tidak akan mempengaruhi status dan penilaian saudara sebagai responden. Hanya jawaban yang objektif dan realistislah yang saya butuhkan.

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *E-Money* Di Masyarakat Kota Banda Aceh” yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik di Banda Aceh.

Demikianlah pengantar ini dibuat, atas ketersediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Salam,

Otrie Yolanda Chikita

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk pengisian:

isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama:.....
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia saudara saat ini:
 - a. 16-25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. > 45 tahun
4. Pekerjaan saudara:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Wiraswasta
 - d. Lainnya
5. Penghasilan Perbulan saudara :
 - a. < Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
 - c. Rp. 5.000.000– Rp. 10.000.000
 - d. > Rp. 11.000.000
6. Besar Transaksi Perhari saudara :
 - a. < Rp. 100.000

- b. Rp. 110.000 – Rp. 500.000
 - c. Rp. 510.000 – Rp. Rp. 1.000.000
 - d. > Rp. 1.000.000
7. Platform uang elektronik yang saudara gunakan :
- a. Go-pay
 - b. Shopee-pay
 - c. Dana
 - d. Q-Ris

B. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN *E-MONEY*

Kuisisioner ini berisi pertanyaan yang menggambarkan pendapat maupun kesan dari Bapak/Ibu/Saudara. Saudara diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan persepsi (kenyataan) yang saudara miliki terhadap beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan saudara menggunakan *e-money*.

Berikan tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara.

Keterangan Kolom penilaian:

- STS : Sangat tidak setuju
- TS : Tidak setuju
- KS : Kurang Setuju
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
	Persepsi Kemudahan Penggunaan					
1	a. Saya merasa <i>e-money</i> mudah untuk digunakan.					
	Saya merasa proses pembayaran menggunakan <i>e-money</i> mempermudah melakukan apa saja yang diinginkan.					
2	b. Menggunakan <i>e-money</i> jelas dan mudah untuk dimengerti dan dipahami.					
	Semua informasi mengenai <i>e-money</i> mudah untuk dipahami.					
3	c. Saya merasa menggunakan <i>e-money</i> lebih praktis dari pada uang tunai.					
	<i>e-money</i> lebih mudah untuk digunakan dimana pun dan kapan pun.					
Persepsi Manfaat						
4	a. <i>e-money</i> membantu saya dalam menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan tepat.					
	Saya merasa menggunakan <i>e-money</i> dapat memenuhi transaksi keuangan saya lebih cepat.					
5	b. Menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien daripada menggunakan uang tunai.					
	Saya merasa menggunakan <i>e-money</i> memberikan kepuasan.					
6	c. <i>e-money</i> murah dalam penggunaannya.					
	Saya merasa pada harga saat ini, <i>e-money</i> memberikan nilai yang baik.					
7	d. <i>e-money</i> akan lebih memiliki ketelitian yang cukup baik.					
	<i>e-money</i> dapat mengurangi terjadinya kesalahan pada kembalian lebih.					
8	e. <i>e-money</i> dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.					
Persepsi Kepercayaan						
9	a. Saya merasa transaksi menggunakan <i>e-money</i> memberikan rasa aman.					
	Saya merasa aman menyerahkan informasi pribadi kepada pihak <i>e-money</i>					
10	b. <i>e-money</i> memiliki reputasi keakuratan yang baik dan terjamin.					

	Saldo dalam <i>e-money</i> terjamin keberadaannya.					
11	c. Saya percaya <i>e-money</i> memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan.					
	Informasi yang disediakan <i>e-money</i> dapat dipercaya.					
Minat Menggunakan Uang Elektronik						
12	a. Banyaknya promosi <i>e-money</i> dari dari luar, membuat saya berminat menggunakannya.					
	Saya merasa teman-teman dan keluarga mendukung untuk menggunakan transaksi <i>e-money</i> .					
13	b. Saya merasa menggunakan <i>e-money</i> sangat menarik untuk kegiatan sehari-hari.					
	Dengan adanya kemudahan <i>e-money</i> , saya berminat untuk sering menggunakannya.					
14	c. Saya menyadari <i>e-money</i> bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.					
	Saya merasa menggunakan <i>e-money</i> dapat menghemat waktu saya.					

Terima kasih atas partisipasi saudara/i yang telah mengisi kuesioner diatas. Seluruh data akan dipergunakan dengan semestinya dan penuh tanggung jawab.

جامعة الرانري
AR - RANIRY

Lampiran 2: Tabulasi Data Hasil Kuesioner

Persepsi Kemudahan (X1)

Persepsi Kemudahan Penggunaan						Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	3	3	22
5	5	4	4	3	3	24
5	5	4	4	3	3	24
3	3	2	2	3	3	16
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	3	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	2	2	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	2	2	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	3	3	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	3	3	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	2	2	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24

Persepsi Manfaat (X2)

Persepsi Manfaat									Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	3	3	4	4	3	33
5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
5	5	3	3	3	3	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
5	5	4	4	3	3	4	4	2	34
4	4	2	2	3	3	2	2	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	3	3	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
5	5	4	4	2	2	3	3	4	32

4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
5	5	1	1	1	1	1	5	5	25
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
3	3	5	5	4	4	5	5	5	39
4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	3	3	3	2	2	4	28
4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
5	5	4	4	3	3	3	3	4	34
4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
5	5	4	4	3	3	5	5	3	37
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
5	5	4	4	3	3	3	3	3	33
5	5	4	4	5	5	3	3	4	38
5	5	4	4	3	3	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	3	3	3	4	4	2	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	2	2	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
5	5	3	3	4	4	5	5	4	38
4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
5	5	4	4	3	3	4	4	3	35
4	4	5	5	4	4	5	5	5	41
5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
4	4	4	4	5	5	3	3	4	36
4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
5	5	3	3	3	3	4	4	4	34
5	5	3	3	3	3	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
5	5	3	3	2	2	2	2	3	27
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
4	4	3	3	2	2	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
5	5	5	5	5	5	4	4	5	43

Persepsi Kepercayaan (X3)

Persepsi Kepercayaan						Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	2	2	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	5	5	26
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	3	3	22
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	3	3	22
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	20
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20

4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	4	22
5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	3	3	24
5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	5	5	24

Minat Masyarakat (Y)

Minat Masyarakat						Total X4
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	3	3	14
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	5	26
4	4	3	3	5	5	24
4	4	3	3	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
5	5	4	4	5	5	28
3	3	4	4	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22

2	2	4	4	4	4	20
4	4	1	1	3	3	16
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	3	3	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	4	4	20
3	3	5	5	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24

4	4	3	3	3	3	20
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	5	5	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
2	2	3	3	4	4	18
2	2	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 3: Uji statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TX1	100	16	30	25.46	3.086
TX2	100	25	45	36.58	4.746
TX3	100	18	30	24.72	2.836
TX4	100	14	30	24.20	3.487
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 4 Uji Deskriptif Jawaban Responden

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.0	1.0	1.0
	S	60	60.0	60.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1.0	1.0	1.0
	S	60	60.0	60.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	5	5.0	5.0	6.0
	S	66	66.0	66.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	5	5.0	5.0	6.0
	S	66	66.0	66.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	12	12.0	12.0	15.0
	S	53	53.0	53.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	12	12.0	12.0	15.0
	S	53	53.0	53.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X2.1

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va KS	3	3.0	3.0	3.0
	S	53	53.0	53.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X2.2

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va KS	3	3.0	3.0	3.0
	S	53	53.0	53.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	20	20.0	20.0	22.0
	S	56	56.0	56.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	20	20.0	20.0	22.0
	S	56	56.0	56.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				

	TS	4	4.0	4.0	5.0
	KS	27	27.0	27.0	32.0
	S	49	49.0	49.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
tal	To	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	KS	28	28.0	28.0	33.0
	S	48	48.0	48.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
tal					

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	KS	14	14.0	14.0	18.0
	S	55	55.0	55.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
tal					

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	3	3.0	3.0	3.0
	Ks	13	13.0	13.0	16.0
	S	56	56.0	56.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	2	2.0	2.0	2.0
	Ks	14	14.0	14.0	16.0
	S	58	58.0	58.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ks	13	13.0	13.0	13.0
	S	61	61.0	61.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va	KS	13	13.0	13.0
	S	61	61.0	61.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va	KS	8	8.0	8.0
	S	69	69.0	69.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Va	KS	8	8.0	8.0
	S	69	69.0	69.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	10	10.0	10.0	11.0
	S	69	69.0	69.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	10	10.0	10.0	11.0
	S	69	69.0	69.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	KS	14	14.0	14.0	20.0
	S	61	61.0	61.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	6	6.0	6.0	6.0
	Ks	14	14.0	14.0	20.0
	S	61	61.0	61.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	Ks	18	18.0	18.0	20.0
	S	61	61.0	61.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

جامعة الرانري

AR - RANIRY

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ST	1	1.0	1.0	1.0
	S				
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	KS	18	18.0	18.0	20.0
	S	61	61.0	61.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
Total	To	100	100.0	100.0	

X4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	9	9.0	9.0	9.0
	S	61	61.0	61.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

X4.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	9	9.0	9.0	9.0
	S	61	61.0	61.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	To	100	100.0	100.0	
Total					

Lampiran 5: Uji Validitas Pilot Test
Persepsi Kemudahan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	1.000**	.694**	.694**	.449**	.449**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	1.000**	1	.694**	.694**	.449**	.449**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.694**	.694**	1	1.000**	.597**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.694**	.694**	1.000**	1	.597**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.449**	.449**	.597**	.597**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.449**	.449**	.597**	.597**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

TX1	Pearson Correlation	.802**	.802**	.886**	.886**	.849**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Persepsi Manfaat (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
X2.1	Pearson Correlation	1	1.000**	.251*	.251*	.106	.115	.240*
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.012	.293	.256	.016
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	1.000**	1	.251*	.251*	.106	.115	.240*
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.012	.293	.256	.016
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.251*	.251*	1	1.000**	.698**	.694**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.012	.012		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.251*	.251*	1.000**	1	.698**	.694**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.012	.012	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.106	.106	.698**	.698**	1	.993**	.554**
	Sig. (2-tailed)							
	N							

	Sig. (2-tailed)	.293	.293	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.115	.115	.694**	.694**	.993**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.256	.256	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.240*	.240*	.671**	.671**	.554**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.016	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.310**	.310**	.509**	.509**	.417**	.416**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.284**	.284**	.436**	.436**	.399**	.398**	.327**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.000	.000	.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	.479**	.479**	.868**	.868**	.805**	.808**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

Persepsi Kepercayaan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson	1	1.000**	.673**	.673**	.396**	.396**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson	1.000**	1	.673**	.673**	.396**	.396**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson	.673**	.673**	1	1.000**	.446**	.446**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson	.673**	.673**	1.000**	1	.446**	.446**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson	.396**	.396**	.446**	.446**	1	1.000**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson	.396**	.396**	.446**	.446**	1.000**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
TX3	Pearson	.851**	.851**	.854**	.854**	.750**	.750**
	Correlation						

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100

Minat Masyarakat (Y)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
Y1.1	Pearson	1	1.000**	.503**	.503**	.508**	.508**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson	1.000**	1	.503**	.503**	.508**	.508**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson	.503**	.503**	1	1.000**	.743**	.743**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson	.503**	.503**	1.000**	1	.743**	.743**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson	.508**	.508**	.743**	.743**	1	1.000**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

Y1.6	Pearson Correlation	.508**	.508**	.743**	.743**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
TY1	Pearson Correlation	.810**	.810**	.877**	.877**	.861**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Lampiran 6: Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	6

Persepsi Manfaat (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	9

Persepsi Kepercayaan (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	6

Minat Masyarakat (Y)

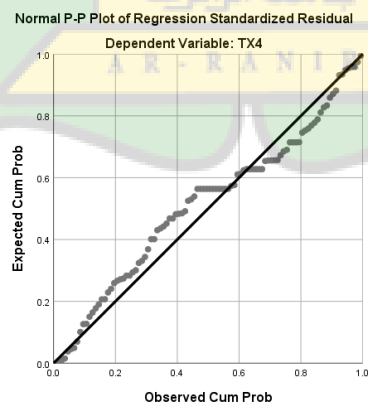
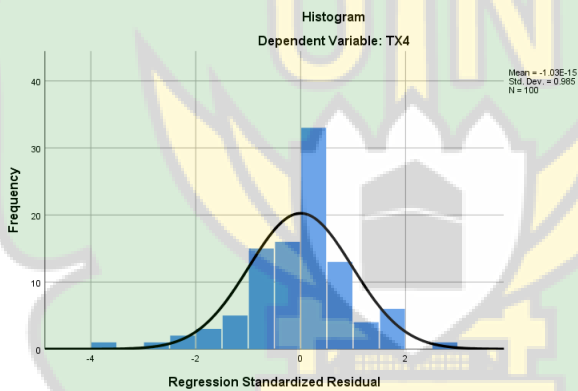
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	6

Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45081773
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.082
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c



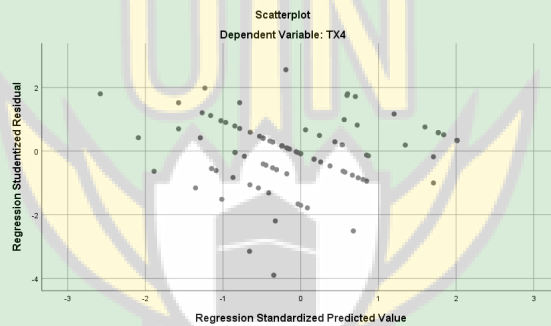
Lampiran 8: Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TX1	.631	1.584
	TX2	.437	2.286
	TX3	.555	1.801

a. Dependent Variable: minat

Lampiran 9: Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.624	1.687			2.148	.034
	TX1	.044	.068	.080		.638	.525
	TX2	-.088	.053	-.249		-1.644	.104
	TX3	.010	.079	.017		.130	.897

a. Dependent Variable: ABRESID

Lampiran 10: Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.243	2.515		.494	.622
	TX1	.106	.102	.094	1.994	.001
	TX2	.299	.080	.408	3.758	.000
	TX3	.376	.118	.306	3.179	.002

a. Dependent Variable: minat

Lampiran 11: Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.491	2.489

a. Predictors: (Constant), TX3, TX1, TX2

b. Dependent Variable: minat

Lampiran 12: r tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 13: t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954