

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO KEAMANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DANA DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry)**



Disusun Oleh:

**IMAM AKMAL
NIM. 170602099**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Imam Akmal
NIM : 170602099
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIR

Banda Aceh, 11 juli 2022

Yang Menyatakan,



Imam Akmal

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko Keamanan
dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang
Elektronik (E-Money) DANA Ditinjau Dalam Perspektif
Ekonomi Islam (studi pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)**

Disusun Oleh:

Imam Akmal
NIM. 170602099

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya

telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Khairul Amri, SE., M.Si
NIDN. 0106077507

Pembimbing II,



Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Imam Akmal
NIM. 170602099
Dengan Judul:

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO KEAMANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DANA DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan
Program Studi S1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jum'at, 2 Desember 2022 M
8 Jumadil awal 1444 H
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

Khairul Amri, SE.,MSi
NIDN. 0106077507

Sekretaris,

Junia Farma, M. Ag
NIP. 19920614206142019032039

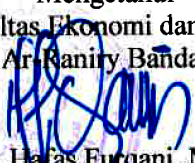
Penguji I,

Hafiz Maulana, S.P., S.H.I., M.E
NIDN. 2006019002

Penguji II,

Dara Amanatillah, M. Sc.Finn
NIDN. 2022028705

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-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Imam Akmal

NIM : 170602099

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : 170602099@student.ar-raniry.ac.id

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

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

☐

yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko Keamanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

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

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 11 juli 2022

Mengetahui

Penulis

Imam Akmal

NIM: 170602099

Pembimbing I

Khairul Amri, S.E., M.Si

NIDN. 0106077507

Pembimbing II

Junia Farma M. Ag

NIP. 199206142019032039

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kasih sayang, kesehatan, serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko Keamanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) DANA Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry ”** Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh, yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan dukungan sarana dan prasarana dalam proses pembelajaran.
2. Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Cut Dian Fitri, SE., M.Si, Ak selaku sekretaris

Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E., selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bapak Khairul Amri S.E., M.Si. selaku pembimbing I dan Junia Farma, M.Ag. selaku pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Farid Fathony Ashal Lc., M.A. selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah berkenan memberi kesempatan, membina, serta memberikan kemudahan kepada penulis dalam menimba ilmu pengetahuan sejak awal kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas kesabaran dalam memberikan pelayanan.
8. Ayahanda Mardisukma dan Ibunda Sakdiah, serta kepada saudara kandung yang penulis sayangi Misnaiyah dan Edwar Sareza yang telah mendoakan serta memberikan bantuan dan

dorongan baik secara materi maupun moral kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 dan 2017 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat istimewa Baikuni, Mahdalina dan Leni yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materiil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, November 2021

Penulis,

Imam Akmal

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	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	Š	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

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

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوْلَ

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
أَ/يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ
rama: رَمَى
qila: قِيلَ
yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

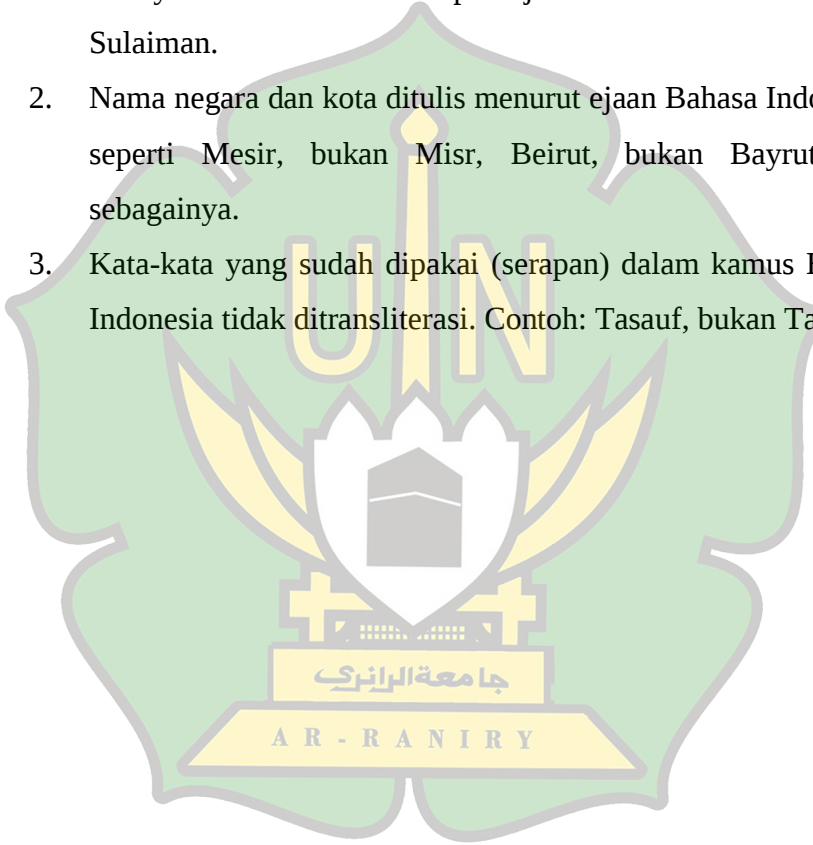
- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

<i>raudah al-atfal/raudatul atfal</i> :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
<i>al-madinah al-munawwarah/</i>	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
<i>al-madinatul munawwarah</i>	
<i>talhah</i> :	طَلْحَةَ

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: Hamad 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 : Imam Akmal
NIM : 170602099
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) DANA Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry)

Pembimbing I : Khairul Amri S.E., M.Si.

Pembimbing II : Junia Farma, M.Ag.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung hingga saat ini menawarkan berbagai kemudahan. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat, serta pola hidup masyarakat yang juga semakin berkembang. Dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Salah satu instrumen pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*E-money*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi dan pengetahuan pada kalangan mahasiswa terhadap minat penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia dengan produk Dana. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel persepsi manfaat dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money* Dana, selanjutnya variabel persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money* Dana dan variabel persepsi risiko dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-money* Dana. Demikian pula dalam transaksi elektronik dalam berbagai akad muamalah sebagaimana diatur dalam UU ITE ditinjau dari hukum Islam adalah boleh sesuai dengan hukum asal muamalah yaitu al-ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Namun demikian, transaksi elektronik diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, penipuan, kecurangan, pemaksaan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukunrukun dan syarat-syarat di dalam jual belinya.

Kata kunci: Minat, E-Money Dana, Pengetahuan, Persepsi Mahasiswa, Perspektif Ekonomi Islam

DAFTAR ISI

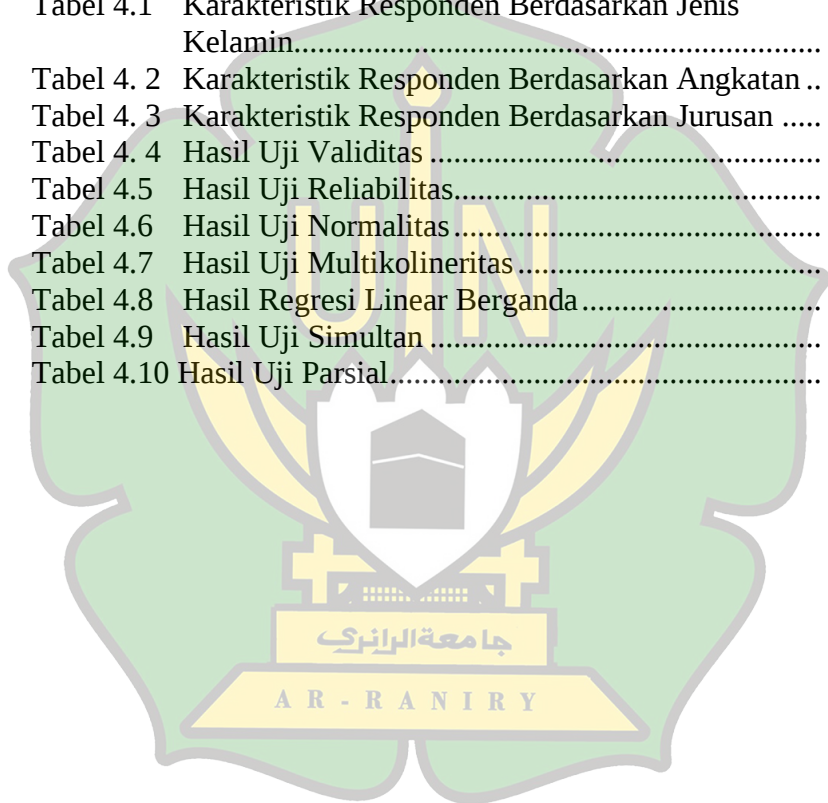
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FROM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Definisi Persepsi.....	19
2.1.1 Persepsi Manfaat.....	20
2.1.2 Persepsi Kemudahan.....	21
2.1.3 Persepsi Resiko dan Keamanan.....	22
2.1.4 Persepsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam	23
2.2 Indikator Persepsi.....	25
2.3 Pengetahuan.....	26
2.3.1 Indikator Pengetahuan	27
2.4 Minat.....	28
2.4.1 Indikator Minat	30
2.5 Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	31
2.5.1 Jenis-Jenis Uang Elektronik	34
2.5.2 Kelebihan dan kekurangan Uang Elektronik.....	36
2.5.3 Manfaat Uang Elektronik	37
2.5.4 Risiko Uang Elektronik	37

2.5.5 Jenis-Jenis Transaksi Uang Elektronik.....	38
2.5.6 Uang Elektronik Dalam Perspektif Ekonomi Islam	39
2.5.7 <i>Financial Technology (Fintech)</i>	46
2.6 Aplikasi Dana	48
2.6.1 Fitur Dana	49
2.6.2 Layanan Pembayaran Dana	51
2.7 Penelitian Terkait.....	51
2.8 Kerangka Pemikiran.....	58
2.9 Keterkaitan Antara Persepsi Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Money</i>	59
2.10 Keterkaitan Antara Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	60
2.11 Hipotesis Penelitian	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	64
3.1 Jenis Penelitian	64
3.2 Jenis Data.....	64
3.3 Metode Pengumpulan Data	65
3.4 Populasi dan Sampel.....	67
3.4.1 Populasi	67
3.4.2 Sampel	68
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	69
3.5.1 Variabel Independen.....	71
3.5.2 Variabel Dependen	71
3.6 Uji Instrumen.....	72
3.6.1 Uji Validitas.....	72
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	72
3.7 Uji Asumsi Klasik	73
3.7.1 Uji Normalitas	73
3.7.2 Uji Multikolineritas	74
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	74
3.8 Uji Linier Berganda.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam....	76
4.1.1 Kondisi Geografis.....	77

4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	77
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	78
4.2.1	Responden menurut Jenis Kelamin	79
4.2.2	Responden Menurut Angkatan	80
4.2.3	Responden Menurut Jurusan	82
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	84
4.3.1	Hasil Uji Validitas	84
4.3.2	Hasil Uji Realibitas.....	86
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	87
4.4.2	Hasil Uji Multikolineritas	88
4.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	89
4.5	Uji Regresi Linier Berganda.....	91
4.6	Uji Hipotesis.....	93
4.6.1	Hasil Uji Silmutan	93
4.6.2	Hasil Uji Parsial.....	94
4.7	Pembahasan	96
4.7.1	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana	96
4.7.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana	97
4.7.3	Pengaruh Persepsi Resiko dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana	99
4.7.4	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana	100
4.8	Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Penggunaan (E-Money) DANA	101
BAB V	PENUTUP	105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109	
LAMPIRAN	114	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Penerbit Uang Elektronik	4
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	55
Tabel 3.1	Skala Penilaian Likert.....	66
Tabel 3.2	Jumlah Populasi	67
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel	70
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan ..	80
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	82
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolineritas	89
Tabel 4.8	Hasil Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.9	Hasil Uji Simultan	94
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia	6
Gambar 1.2	Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia	7
Gambar 2. 1	Kerangka pemikiran.....	59
Gambar 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Gambar 4. 2	Persentase Responden Berdasarkan Angkatan .	81
Gambar 4. 3	Persentase Responden Berdasarkan Jurusan.....	83
Gambar 4. 4	Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	114
Lampiran 2 Jawaban Responden Penelitian	118
Lampiran 3 Tabulasi Data	138
Lampiran 4 data SPSS	160



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern tentu juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi yang sekin hari juga semakin canggih, sehingga menuntut manusia untuk terus mengikuti perkembangan yang terjadi guna menunjang kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini menjadikan masyarakat semakin bergantung pada teknologi informasi yang sangat memudahkan segala hal menjadi efisien dan efektif jika dibandingkan dengan sebelum hadirnya teknologi informasi. Dapat di lihat pada perkembangan bisnis yang saat ini merambah sistem online, serta terjadi pula pada sistem pembayaran salah satunya sistem pembayaran non tunai melalui uang elektronik (Astuti, 2018).

Berkembangnya fasilitas berbasis teknologi dapat dilihat dengan adanya perubahan yang terjadi pada alat pembayaran. Aspek teknologi menjadi salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam kehidupan, banyak sekali kemudahan yang dapat diakses hanya dengan menggunakan teknologi. Masyarakat pada zaman dahulu hanya menggunakan pembayaran dengan sistem tunai (*cash based*), tetapi pada saat ini masyarakat juga sudah mengenal serta menggunakan pembayaran dengan sistem non tunai yang sedang dalam tahap perkembangan. Peranan teknologi informasi dan komunikasi kini telah dapat menempatkan posisinya dengan

strategis karena telah mewujudkan dunia tanpa ruang, batas, jarak, dan waktu yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi (Istiqomah, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung hingga saat ini menawarkan berbagai kemudahan. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat, serta pola hidup masyarakat yang juga semakin berkembang. Dan sistem pembayaran pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Salah satu instrumen pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*E-money*) (Tarantang, 2020).

Pengertian uang secara luas adalah segala sesuatu yang dapat di terima secara umum sebagai alat pembayaran utang atau sebagai alat pembelian barang maupun jasa di dalam suatu wilayah tertentu. Dengan kata lain, bahwa uang adalah alat yang dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan pertukaran baik berupa barang maupun jasa. Uang telah banyak mengalami perubahan dimulai dengan sistem barter hingga ditemukan adanya uang. Sistem barter merupakan suatu sistem dimana kita melakukan transaksi jual beli menggunakan sistem menukarkan barang dengan barang, uang dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi dikalangan masyarakat luas. Bank Indonesia menyatakan bahwa pemakaian uang tunai

memiliki kendala dalam hal efisiensi, hal itu dikarenakan adanya pengaruh pengadaan dan pengelolaan (*cash handling*), efisiensi waktu hingga resiko keamanan. Oleh karena itu, bank Indonesia bekerja sama dengan beberapa instansi terkait menggalakan pembayaran melalui transaksi non tunai yang bertujuan untuk mendorong masyarakat mengurangi transaksi tunai, bank Indonesia mengeluarkan kebijakan *less cash society* yang dikeluarkan pada periode 2005-2006. Kebijakan ini bertujuan untuk mengurangi instrument uang tunai yang telah lama digunakan untuk kegiatan transaksi masyarakat (Sari, 2020).

E-money memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dibandingkan dengan instrumen pembayaran nontunai lainnya, mulai dari manfaat yang didapatkan dalam menggunakan layanan *e-money* hingga kemudahan dalam menggunakan *e-money*. Namun *e-money* masih kurang digemari, dikarenakan akibat kurangnya pemahaman mahasiswa mengenai manfaat dan kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money*. Uang elektronik (*electronic money*) dalam ketentuan bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 pasal 1 ayat 3 tentang uang elektronik yaitu : “uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Saat ini penyedia uang elektronik yang disediakan oleh berbagai lembaga keuangan maupun Lembaga non keuangan di Indonesia telah berjumlah 37, dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Daftar Penerbit Uang Elektronik

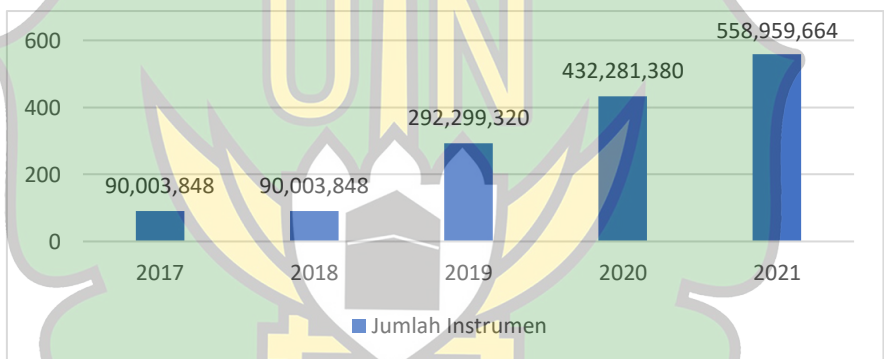
NO	Nama Penerbit	Produk
1	PT Artajasa Pembayaran Elektonis	MYNT E-Money
2	PT Bank Central Asia Tbk.	Sakuku dan Flazz
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4	PT Bank DKI	JakOne/ JakCard
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri E-Mnoney
6	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual
7	PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk	UnikQu/TapCash
8	PT Permata Bank	BBM Money
9	PT Bank Nationalnobu	Nobu E-Money
10	PT Bnak Rakyat Indonesia	T Bank/Brizzi
11	PT Finet Indonesia	FinChannel
12	PT Indosat Tbk	PayPro/Dompetku
13	PT Nusa Satu Inti	DokuPay
14	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money
15	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	FlexiCash
16	PT Telekomunikasi Seluler	T-Cash
17	PT XL Axiata	XL Tunai
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19	PT Dompet Anak Bangsa	Go-Pay
20	PT Witami Tunai Mandiri	TrueMoney

NO	Nama Penerbit	Produk
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
23	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
25	PT BImasakti Multi Sinergi	SpeedCash
26	PT Visionet Internasional	OVO Cash
27	PT Inti Dunia Sukses	Isaku
28	PT Veritra Sentosa Indonesia	Paytren
29	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro
30	PT Bluepay Digital Internasioan	BluePay
31	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34	PT Airpay Internasional Indonesia	ShopeePay
35	PT Bank Sinarmas	Simas E-Money
36	PT Transaksi Artha Gemilang	OtpCasg
37	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja

Sumber: Bank Indonesia 2022

Pada dasarnya *e-money* memberikan berbagai macam keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dibandingkan dengan instrumen pembayaran non tunai lainnya. Mulai dari manfaat yang didapatkan dengan menggunakan layanan *e-money* sampai kemudahan dalam menggunakan layanan *e-money*. Berikut merupakan jumlah instrumen uang elektronik beredar di Indonesia pada tahun 2017-2021:

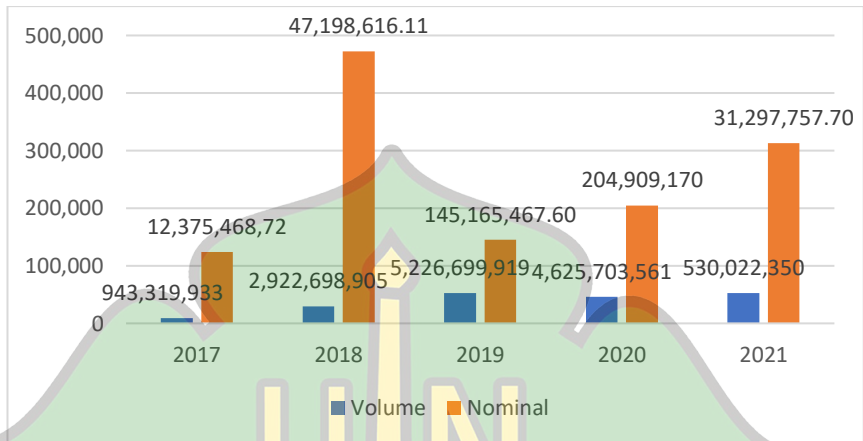
Gambar 1.1
Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia 2022

Dapat di lihat pada Gambar 1.1 diatas bahwa jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2017 sampai 2020 terus mengalami peningkatan, instrumen uang elektronik yang beredar di Indonesia yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan yanitu pada tahun 2021, ini menandakan bahwasanya instrumen uang elektronik (*e-money*) meningkat dikarenakan penerimaan masyarakat terhadap uang elektronik pada saat ini (Yusuf, 2021).

Gambar 1.2
Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia 2022

Dari Gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwasanya transaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*) terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, ini menandakan bahwa masyarakat semakin menerima penggunaan uang elektronk (*e-money*) sebagai alat pembayaran yang dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.

Uang elektronik (*e-money*) mempunyai karakteristik yang berbeda dengan pembayaran elektronik yang sudah ada sebelumnya, seperti *internet banking*, *phone banking*, kertu debit dan kartu kredit, karena setiap pembayaran yang dlakukan dengan mengggukan uang elektronik (*e-money*) tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di bank dikarenakan *e-money* telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (Astuti, 2018).

Secara garis besar penggunaan uang elektronik memiliki banyak manfaat yang akan di peroleh oleh penggunanya seperti efisiensi waktu dan tenaga, kemudahan, keamanan, serta kenyamanan karena penggunaan uang elektronik tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan transaksi, selain itu sistem penggunaan uang elektronik ini sudah banyak didukung oleh berbagai *merchant* atau gerai pembelajaran sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi menggunakan uang elektronik. Meskipun *e-money* sudah aman dan nyaman digunakan akan tetapi minat masyarakat masih rendah dalam menggunakan layanan uang elektronik dikarenakan layanan ini menggunakan jaringan internet, serta *merchant* atau outlet untuk bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik diberbagai daerah belum seluruhnya merata, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan uang tunai (*cash*) untuk membayar barang atau jasa yang ingin dimiliki (Sari, 2020).

Perspektif Islam tentang penggunaan transaksi non tunai memiliki syarat tertulis dan digunakan untuk tujuan yang jelas seperti yang dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ اأَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: *Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (Q.S Al-Baqarah [2]. 283)

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa salah satu bentuk utang piutang ialah menggunakan transaksi non tunai. Begitu juga dalam kaidah fiqh yang menjelaskan bahwa *“pada dasarnya, segala bentuk muamalah diperbolehkan, kecuali ada dalil yang mengharamkan atau meniadakan kebolehan nya”*. Dengan kedua landasan tersebut dapat menjadi alasan yang cukup kuat bahwa transaksi non tunai dalam hukum islam diperbolehkan.

Persepsi manfaat serta kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunaanya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu pula dengan uang elektronik yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomiannya, bukan tidak mungkin masyarakat akan berminat untuk menggunakan uang elektronik. Faktor lain yang

memungkinkan mahasiswa untuk menggunakan layanan uang elektronik adalah adanya persepsi risiko yang dirasakan konsumen dimana akan berbeda-beda oleh konsumen satu dengan lainnya, belum tentu sesuai dengan prediksi yang dibuat oleh perusahaan

Kemajuan teknologi yang telah berkembang sangat pesat sehingga terciptalah alat transaksi yaitu uang elektronik (*e-money*) yang dapat memberikan kemudahan serta kenyamanan untuk melakukan kegiatan bertransaksi, maka implementasi uang elektronik harus mengkaji mengenai akad maupun prinsip-prinsip Syariah yang harus diutamakan dalam melakukan transaksi. Maka dapat diperjelas bahwa dalam pembahasan ini merupakan suatu penelitian ilmiah yang terkait dengan persepsi dan pengetahuan pada kalangan mahasiswa yang menjadi faktor pada mahasiswa terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*), dimana uang elektronik merupakan alternatif alat pembayaran non tunai khususnya untuk pembayaran mikro sampai dengan ritel yang akan di teliti pada produk dari perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia yaitu Dana.

E-money menjadi partner yang kuat dalam industri 4.0 ini, kemudahan berbelanja, bertransaksi dan *top up* saldo menjadi kunci keberhasilan dari kedua produk teknologi diatas. Mahasiswa tidak dapat terlepas dari gaya hidup mereka yang *up to date* serta konsumtif, dan untuk pemenuhan itu, para mahasiswa meluangkan banyak waktunya pada gadget mereka untuk melihat barang-barang apa saja yang terbaru dan tersedia di situs belanja online. Hal ini

menjadi faktor yang sangat kuat dalam mendukung gaya hidup konsumerisme mahasiswa. Instant merupakan hal yang digemari oleh para mahasiswa, terlebih jika hal itu disertai dengan segudang promosi maka akan membuat hal itu menjadi tren

Berdiri pada tahun 2017, Dana merupakan startup yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran digital serta transaksi secara nontunai dan non-kartu. Vincent secara tegas menyebut Dana sebagai startup di bidang teknologi finansial (tekfin), yakni perusahaan teknologi yang membangun teknologinya untuk sektor finansial. Dana adalah platform dompet digital yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi dapat dilakukan secara non tunai, baik online maupun offline. Transaksi lewat aplikasi ini tentunya lebih praktis, cepat, dan tetap keamanannya tetap terjamin. Untuk menggunakannya, kita bisa download aplikasi Dana, melakukan register, lalu mengisi saldo melalui top-up lewat kartu kredit, debit, transfer bank, sampai Minimarket. Kamu bisa menggunakan aplikasi ini untuk pembayaran tiket di berbagai platform seperti Tix.id, Bukalapak, Blackberry Messenger, dan sebagainya. Konsep open platform ini, selain memungkinkan dompet digital Dana terhubung dengan berbagai bentuk alat pembayaran, seperti saldo online, kartu debit dan kartu kredit, serta voucher, juga memungkinkan Dana dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima. Dengan konsep terbuka tersebut, Dana ingin menjadi infrastruktur teknologi dan

pembayaran digital yang dapat membawa masyarakat Indonesia ke dalam ekosistem keuangan inklusif.

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana persepsi atau pandangan mahasiswa dan bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan produk uang elektronik serta bagaimana perspektif ekonomi Islam dalam penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi yang diterbitkan oleh PT ESPAY Debit Indonesia yang mempunyai produk yang dinamai dengan Dana. Persepsi dalam penelitian ini terbagi kedalam tiga yaitu persepsi manfaat (X1) adalah sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya apabila menggunakan sistem teknologi tertentu maka akan memberikan suatu keuntungan bagi mereka. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Selanjutnya persepsi kemudahan (X2) dimaknai sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah, dan yang terakhir persepsi Resiko dan Keamanan (X3) dapat didefinisikan sebagai kepercayaan subyektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi uang elektronik. Variabel pengetahuan (X4) merupakan suatu hasil dari tahu dan terjadi seketika manusia melakukan penginderaan mengenai objek tertentu.

Penelitian terkait minat menggunakan uang elektronik (*e-money*) sudah banyak dilakukan baik dengan objek yang berbeda maupun yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Sholehudddin Zulqurnain (2017) menyatakan bahwa dari tiga faktor yang digunakan, dua diantaranya mempengaruhi minat menggunakan *e-money* secara positif dan signifikan, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan, sedangkan daya tarik promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Tri Dian Astuty (2018) dengan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi konsumen tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *t-cash*. Sedangkan untuk hasil signifikansi variabel pengetahuan produk terhadap minat sehingga variabel tersebut berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *t-cash*. Dalam perspektif ekonomi Islam dalam penggunaan *e-money* dalam bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah yaitu tidak mengandung masyir, tidak mengandung riba, tidak mengandung israf dan tidak digunakan untuk objek haram dan maksiat. Selanjutnya penelitian Fitri Sholikhah (2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi manfaat, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan *e-money* BSM. Dengan nilai signifikansi pada regresi linier berganda variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap bernilai signifikan dan variabel daya tarik iklan bernilai tidak signifikan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan ditemukan indikasi bahwa civitas Akademik Fakultas Ekonomi Undiksha mau

menggunakan sistem informasi pembayaran elektronik (epayment) apabila mudah, bermanfaat, serta dapat dipercaya. Selain itu civitas Akademik Fakultas Ekonomi Undiksha banyak melakukan pembelanjaan serta pembayaran secara online seperti melakukan pembayaran melalui OVO, Go-Pay, Aplikasi Dana, serta Smart In Pays hal ini dikarenakan civitas Akademik Fakultas Ekonomi Undiksha memiliki aktivitas yang cukup tinggi. Dimana dosen dalam kesehariannya memiliki kesibukan yang cukup tinggi dimana harus mengajar, melaksanakan penelitian dan pengabdian sehingga membutuhkan waktu yang tidak sedikit belum ditambah dengan kegiatan tambahan yang menyebabkan dosen lupa untuk melaksanakan kewajibannya terutama dalam hal pembayaran baik itu pembayaran listrik, telepon, air, begitu pula dengan pegawai yang memiliki kesibukan terutama dalam melayani mahasiswa serta mahasiswa ditengah kesibukannya dalam perkuliahan dan organisasi juga membutuhkan sistem informasi pembayaran elektronik (epayment) untuk membayar tagihan tertentu

Berdasarkan pemaparan data di atas dapat diketahui bahwa fenomena utama yang terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mau menggunakan pembayaran uang elektronik (*e-money*) jenis Dana apabila bermanfaat, mudah, aman dan sedikit resiko serta dapat dipercaya. Selain itu ditengah kesibukannya dalam perkuliahan dan organisasi juga membutuhkan sistem pembayaran uang elektronik Dana untuk membayar tagihan tertentu, apalagi mahasiswa FEBI banyak melakukan

pembelanjaan serta pembayaran secara online seperti melakukan pembayaran Shopee, tagihan listrik dan lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa FEBI yang mana juga pengguna uang elektronik diharapkan mempunyai minat yang sangat besar untuk mengguna E-Money jenis DANA karena akan memudahkan dalam bertransaksi secara non tunai.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko Keamanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana Di Tinjau Dalam Perspektif Eknomisi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-money* Dana pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money* Dana pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh persepsi resiko dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-money* Dana pada mahasiswa

di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh?

4. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan *e-money* Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perspepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia dengan produk Dana.
2. Untuk mengetahui bagaimana perspepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia dengan produk Dana.
3. Untuk mengetahui bagaimana perspepsi resiko dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia dengan produk Dana.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan pada kalangan mahasiswa terhadap minat penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT ESPAY Debit Indonesia dengan produk Dana.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat untuk referensi bagi pengembangan ilmu topik yang sama dengan penelitian ini dan juga dapat memberikan sumabngan berupa ilmu yang berkaitan dengan ekonomi khususnya tentang pengaruh persepsi mahasiswa terhadap pemahaman dan minat penggunaan produk *e-money* Dana ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam
- b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur serap yang diperoleh dalam hal tingkat pemahaman dan kemanfaat terhadap minat menggunakan *e-money*.

- b. Bagi perusahaan penerbit uang elektronik atau *e-money* dapat memberikan penjelasan terkait dengan karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan *e-money* oleh mahasiswa. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi.
- c. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan penerbit dalam hal khususnya pada pemahaman dan minat

menggunakan *e-money* dalam perspektif ekonomi Islam.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, peneliti terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan analisis hasil penelitian dan pembahasan mengenai hasil wawancara mahasiswa penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Persepsi

Persepsi juga dapat diartikan sebagai suatu proses membuat penilaian atau membangun kesan mengenai berbagai macam hal dalam penginderaan seseorang. Dengan kata lain, persepsi juga sebagai proses pencocokan informasi yang didapat dengan pola yang sudah tersimpan dalam pemikiran manusia (Anjelina, 2018).

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa persepsi merupakan prosis kognotif yang dialami oleh setiap individu untuk mengetahui dan memahami informasi tentang dunia disekililing dengan bantuan alat indra. Jadi, persepsi pada dasarnya menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya, bagaimana ia mengerti dan menginterpretasikan stimulus yang ada dilingkungannya, selanjutnya ia memproses hasil pengindraannya itu kedalam otak sehingga timbul lah makna tentang objek itu pada dirinya sendiri yang dinamakan dengan persepsi.

Setelah merumuskan definisi dari persepsi diatas, selanjutnya dalam penerapannya pada penelitian ekonomi dan bisnis, landasar teori yang umum digunakan unuk mengukur persepsi penggunaan terhadap suatu produk adalah teori *technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Konsep model penerimaan teknologi menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari persepsi dan memahami perilaku

pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai factor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut.

2.1.1 Persepsi Manfaat

Definisi dari persepsi manfaat yaitu sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya apabila menggunakan sistem teknologi tertentu maka akan memberikan suatu keuntungan bagi mereka. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Yusuf, 2021).

Mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai profitabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik dan non fisik, seperti hasil yang diperoleh lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut (Rahmat, 2011).

Selain menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat serta kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaannya. Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* menunjukkan penilaian subjektif dari

kegunaan yang telah ditawarkan oleh aplikasi uang elektronik untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkan (Priyono, 2019).

Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis, yaitu:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increases produktiviti*).
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is usefull*).

2.1.2 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dimaknai sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit. Sikap individu yang mendukung penggunaan teknologi sistem informasi yang ditunjukkan dari persepsi akan kemudahannya secara otomatis mendorong pemanfaatan serta penggunaan teknologi sistem informasi tersebut (Tarantang, 2020).

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan sistem pembayaran uang elektronik seperti Dana akan mengurangi usaha dalam hal ini mengidentifikasi sistem pembayaran elektronik memberikan kemudahan bagi pemakai dibandingkan dengan pemakai yang tidak menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Indikator untuk mengukur persepsi kemudahan uang elektronik menurut (Wijayani, 2017) adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan untuk mempelajari
- b. Kemudahan bertransaksi dimanapun
- c. Mudah melakukan to-up atau isi ulang

2.1.3 Persepsi Resiko dan Keamanan

Persepsi resiko dapat didefinisikan sebagai kepercayaan subyektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi uang elektronik. Dapat didefinisikan bahwa keamanan, privasi dan resiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen dari aktivitas umum penggunaan teknologi keuangan. Sedangkan menurut Peter dan Olson dalam Rahmadi, persepsi risiko yang dialami konsumen dipengaruhi oleh dua hal yaitu, seberapa besar hal tidak menyenangkan yang disebabkan oleh konsekuensi negative yang terjadi dan konsekuensi negative yang akan terjadi (Rahmadi, 2016).

Dengan demikian keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan *E-Money*

untuk bertransaksi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Waspada, tingkat keamanan dan risiko ini diukur dengan indikator (Waspada, 2012):

- a. Tidak khawatir memberikan informasi.
- b. Kepercayaan bahwa informasi dilindungi, dan
- c. Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada didalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

2.1.4 Persepsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Persepsi merupakan fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitis kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhalifahan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah SWT yang melalui potensi panca indra yang lengkap dan hati untuk merasakan serta pikiran untuk berpikir.

Panca indera diciptakan Allah SWT sebagai alat utama dalam proses persepsi manusia. Di dalam A-Quran terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 dan As-Sajdah ayat 9, yaitu:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ
وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya:” Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl: 78).

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا
مَا تَشْكُرُونَ

Artinya:” Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur.” (QS. As-Sajadah: 9)

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga dapat merasakan atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungan dan hidup didalam lingkungan tersebut. Pada akhirnya persepsi dalam pandangan islam merupakan suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan

hati dan alat. Kemudian, persepsi mahasiswa tentang Dana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pandangan atau pengetahuan mereka tentang pengaruh persepsi mahasiswa terhadap pengetahuan dan minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam (Idri, 2015).

2.2 Indikator Persepsi

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisis (diorganisir), di interpretasi dan kemudian di evaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Jadi indikator persepsi menurut (Walgito, 2010) antara lain:

- a. Penyerapan terhadap rangsangan
Rangsangan atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak.
- b. Pengertian atau pemahaman
Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut di organisir, di golong-golongkan, dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman

tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya.

c. Penilaian atau evaluasi

Setelah terbantuknya pengertian atau pemahaman, maka terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subyektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama, oleh karena itu persepsi bersifat individual.

2.3 Pengetahuan

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2019), pengetahuan merupakan suatu hal yang dipahami berkenaan pada proses pembelajaran. Pengetahuan merupakan suatu hasil dari tahu dan terjadi seketika manusia melakukan penginderaan mengenai objek tertentu. Penginderaan tersebut dilakukan oleh panca inderanya yaitu pendengaran, penglihatan, penciuman, perasa, dan raba. Sebagian besar diperoleh oleh mata dan telinga. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih tinggi akan menjadi lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsumen yang berfikir bahwa mereka memiliki pengetahuan produk yang lebih tinggi akan mempercayakan dan

mempertimbangkan kualitas produk karena mereka sadari pentingnya informasi tentang suatu produk (Elda Reyhan, 2020).

Menurut Bruck dalam Shirin & Kambiz, pengetahuan produk berasal dari memori atau pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu pengetahuan subjektif, pengetahuan obyektif, dan pengetahuan berbasis pengalaman. Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, atribut, fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk (Sumarwan, 2011).

2.3.1 Indikator Pengetahuan

Ada 3 cara dalam mengukur pengetahuan Alba dan Hutchinson (1987) dalam Baker et al (2002:47) dalam penelitian (Wardhana dan Iba, 2014) yaitu:

1. *Subjective knowledge*
merupakan tingkat pengertian konsumen terhadap suatu produk, sering disebut menilai pengetahuan sendiri (*self assessed knowledge*).
2. *Objective Knowledge*
merupakan tingkat dan jenis pengetahuan produk yang benar-benar tersimpan dalam memori konsumen, sering disebut pengetahuan aktual (*actual knnowledge*).
3. *Experience-based knowledge*
merupakan pengalaman sebelumnya dari pembelian atau penggunaan produk.

2.4 Minat

Secara etimologi dalam Kamus besar Bahasa Indonesia, minat berarti juga “perhatian”, kesukaan (kecenderungan) hati kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut terminology para ahli dapat di artikan sebagai berikut (Umanigsih, 2018):

1. Menurut Slameto, minat merupakan kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan.
2. Mappier menjelaskan bahwa minat adalah sesuatu perangkat mental yng terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan, Pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yangmenggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu.
3. Menurut Suryobroto, minat adalah kecenderungan dalam sisi individu untuk tertarik kepada suatu objek atau menyenangkan suatu objek tertentu.
4. Suyanto, minat adalah suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat lingkungan.

Menurut Kotler mendefinisikan minat sebagai sesuatu yang timbul setelah rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut dan selanjutnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki

produk tersebut. Dan minat beli dapat diidentifikasi melalui berbagai dimensi, yaitu (Rachmawati, 2020):

1. Minat transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan produk yang diinginkan.

2. Minat referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni konsumen yang telah memiliki minat beli akan menyarankan kepada orang lain untuk melakukan pembelian pada produk yang sama.

3. Minat preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat eksploratif

Minat eksploratif adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan

mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Mendefinisikan minat menjadi keputusan hasil akhir konsumen mengenai suatu hal yang paling diutamakan atau menjadi pilihan atas merek-merek yang terdapat di dalam kumpulan pilihan. Minat juga menjadi faktor motivasi yang dapat mempengaruhi sikap dari seseorang untuk melakukan hal yang dianggap baik (Umanigsih, 2018).

2.4.1 Indikator Minat

Indikator minat terdiri dari tiga indikator yaitu :

1. Ketertarikan pada obyek minat, yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada *e-money*.
2. Perasaan senang, yaitu calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan *e-money* terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan *e-money* dalam melakukan transaksi.
3. Kecenderungan menggunakan, yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan *e-money* dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan *e-money* yang tinggi. (Arista, 2011)

2.5 Uang Elektronik (*E-Money*)

Dalam laporan uang elektronik Bank Sentral Eropa menyebutkan bahwa uang elektronik secara luas didefinisikan sebagai sebuah token moneter elektronik yang memiliki nilai pada perangkat teknis yang dapat digunakan secara luas untuk melakukan pembayaran usaha dan keperluan lainnya tanpa harus melibatkan rekening bank dalam setiap transaksinya, tetapi bertindak sebagai instrumen prabayar. Uang elektronik adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Rozalinda, 2014).

Sedangkan menurut situs bank-indo.com yang mengatakan bahwa uang elektronik adalah uang yang disimpan menggunakan suatu chip atau biasa dikenal RFID (*Radio Frequency Identification*) dan terkoneksi dengan jaringan komputer dan Internet. Cara melakukan transaksi dengan uang elektronik ialah dengan menempelkan kartu yang merupakan bentuk dari uang elektronik tersebut pada alat yang bernama EDC (*Electronic Data Capture*). Kartu yang berfungsi sebagai pengganti uang Anda sudah tertanam sebuah chip RFID yang disebutkan diawal dan terkoneksi dengan

jaringan komputer dan Internet, sebagai penyimpanan media digitalnya menggunakan EFT (*Electronic Funds Transfer*) (Hermansyah, 2017).

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 pada pasal 1 ayat 3 dan 4 menyebutkan bahwa Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpat secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan
- d. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Nilai Uang Elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik pada suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrument pembayaran secara cepat dengan biaya relative murah. waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi

dengan *e-money* jauh lebih singkat dibandingkan dengan kartu kredit juga mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Elektronik memberikan berbagai keuntungan berupa manfaat yang tinggi seperti memberikan kecepatan dan ketelitian dalam bertransaksi, dapat digunakan untuk segala bentuk transaksi yang bernilai kecil ataupun dengan frekuensi tinggi, praktis dan mudah digunakan untuk bertransaksi, serta lebih efisien dibanding dengan uang tunai (Umanigsih, 2018).

Menurut Bank for International Settlement (BIS) dalam publikasinya pada tahun 1996 dalam penelitian Nengsih (2019) mendefinisikan uang elektronik sebagai *“stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a costumer is stored on an elektronik device in the costumer’s possession”* (Bank for Internatinal Settlement, 1996). Sedangkan menurut Bank Indonesia, “Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur, yakni diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan”.

Dapat disimpulkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang berbentuk elektronik yang nilai uangnya sesuai dengan nilai uang yang disetorkan kepada penerbit atau agen-agen penerbit yang kemudian nilai uang tersebut dimasukan dalam media elektronik yang berupa chip atau media server (Yusuf, 2021).

2.5.1 Jenis-Jenis Uang Elektronik

Dewi Rachmat Kusuma mengatakan bahwa Bank Indonesia menetapkan dua jenis uang elektronik berdasarkan bentuk yaitu berbentuk kartu dan ponsel. Berdasarkan masa berlaku uang elektronik maka uang elektronik dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

- a. *Reloadable*: adalah uang elektronik yang dapat dilakukan pengisian ulang, dengan kata lain, apabila masa berlakunya sudah habis dan atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka uang elektronik tersebut dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.
- b. *Disposable*: adalah uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang, apabila masa berlakunya sudah habis dan atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka uang elektronik tersebut tidak dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.

Sedangkan jenis-jenis uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 pada pasal 1A ayat 1 sampai 3 menyebutkan bahwa berdasarkan pencatatan data identitas

pemegang, uang elektronik dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

- a. Uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit (*registered*). Batas maksimum nilai uang yang disimpan dalam media chip atau server untuk *regeristed* adalah Rp.5.000.000 (lima juta rupiah).
- b. Uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (*unregistered*). Batas maksimum nilai uang elektronik yang disimpan pada media *chip* atau *server* untuk jenis *unregistered* adalah Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah).

Fasilitas yang dapat diberikan oleh penerbit jenis uang elektronik *registered* adalah berupa:

- a. registrasi pemegang.
- b. pengisian ulang (*top up*).
- c. pembayaran transaksi.
- d. pembayaran tagihan.
- e. transfer dana.
- f. tarik tunai
- g. penyaluran program bantuan pemerintah kepada masyarakat.
- h. fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia

Fasilitas yang dapat diberikan oleh penerbit jenis uang elektronik unregistered adalah berupa:

- a. pengisian ulang (top up).
- b. pembayaran transaksi.
- c. pembayaran tagihan.
- d. fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

2.5.2 Kelebihan dan kekurangan Uang Elektronik

Ajeng menjelaskan bahwa kelebihan uang elektronik jika dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran lainnya, yaitu:

- a. Lebih cepat untuk transaksi dan nyaman saat menggunakannya dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi kecil (*micro payment*) sehingga tidak perlu menyediakan uang yang pas untuk suatu transaksi atau tidak perlu menyediakan uang untuk kembalian dan uang elektronik dapat menghindari terjadinya salah perhitungan saat transaksi.
- b. Waktu transaksi yang diperlukan saat menggunakan uang elektronik relatif lebih singkat jika dibandingkan saat menggunakan kartu kredit ataupun debit karena tidak melakukan proses tanda tangan dan PIN.

- c. Jumlah uang (*electronic value*) dapat diisi melalui kartu yang telah disediakan dan bekerjasama melalui penerbit kartu.

Kelemahan dari uang elektronik yaitu dari suatu sistem atau produk yang berinteraksi dan berfungsi dengan produk atau sistem yang lain sehingga tanpa batasan melalui akses atau implementasi. Dengan demikian, jika dikaitkan dengan uang elektronik, permasalahan yang dihadapi adalah instrumen uang elektronik yang telah dikeluarkan oleh salah satu penerbit yang tidak bisa digunakan dalam pembayaran penerbit merchant yang lainnya.

2.5.3 Manfaat Uang Elektronik

Pengguna uang elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

- a. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi.
- b. Tidak menerima uang kembalian dalam berbentuk barang.
- c. Uang elektronik juga bisa bermanfaat untuk pembayaran seperti transportasi, parkir, tol, dll.

2.5.4 Risiko Uang Elektronik

Terdapat beberapa risiko yang perlu disikapi dalam penggunaan uang elektronik yaitu sebagai berikut:

- a. Risiko uang elektronik dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsip uang elektronik yang hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
- b. Risiko karena masih kurang pahamnya pengguna dalam menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan 2 (dua) kali pada reader untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

2.5.5 Jenis-Jenis Transaksi Uang Elektronik

Ada banyak jenis-jenis transaksi yang dapat ditempuh dengan menggunakan uang elektronik, jenis-jenis transaksi tersebut antara lain:

- a. Penerbitan dan pengisian ulang uang elektronik, Sebelum penerbit menerbitkan uang elektronik, penerbit akan mengisi nilai uang terlebih dulu ke dalam media elektronik yang akan digunakan sebagai uang elektronik. Kemudian apabila nilai uang elektronik yang dipegang oleh pemegang sudah habis, pemegang dapat melakukan pengisian ulang saldo (top up).
- b. Transaksi pembayaran dengan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui penukaran nilai uang yang ada di dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dengan penjual dengan

menggunakan protocol yang telah ditetapkan sebelumnya.

- c. Transfer. Transfer dalam fasilitas uang elektronik merupakan fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi perlengkapan khusus oleh penerbit.
- d. Tarik tunai yaitu fasilitas penarikan uang atas nilai uang elektronik yang tercatat dalam media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang.
- e. *Refund/Redeem* yakni penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik dilakukan pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir (Bank Indonesia, 2009), ataupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang.

2.5.6 Uang Elektronik Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, menjelaskan bahwa uang elektronik pada dasarnya sama seperti uang karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi

jual beli barang. Uang elektronik dipersamakan dengan uang karena pada saat pemegang menggunakannya sebagai alat pembayaran kepada pedagang, bagi pedagang nilai uang elektronik merupakan nilai yang berpindah dari media uang elektronik yang dimiliki oleh pemegang ke penampungan uang elektronik milik pedagang.

Dalam perspektif ekonomi Islam hukum transaksi menggunakan e-money adalah halal, kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqh: *“pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya”*. Ini mengandung arti bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas bagi perkembangan bentuk dan macam mu’amalat baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat, termasuk didalamnya kegiatan transaksi ekonomi di perbankan. Dalam kaidah tersebut menjelaskan bahwa semua transaksi muamalah hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya, oleh karena itu uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai dengan prinsip – prinsip serta nilai-nilai dasar ekonomi islam diantaranya yaitu (Rachmawati, 2020) :

a. *Adl* (keadilan)

Keadilan (*adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakan keadilan dan memebantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-nya. Terminologi keadilan dalam Al-Quran disebutkan dalam berbagai istilah, anatara lain *adl*, *Qisth*, *mizan*, *hiss*, *qasd* atau variasi ekspresi tidak

langsung. Dengan berbagai muatan makna adil tersebut, secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai sesuatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.

b. *Khilafah*

Nilai khilafah secara umum berarti bertanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Makna khilafah dapat dijabarkan lebih lanjut menjadi beberapa pengertian sebagai berikut:

- 1) Tanggung Jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar.
- 2) Tanggung jawab untuk mewujudkan masalah maksimum.
- 3) Tanggung jawab perbaikan kesejahteraan setiap individu

c. *Takaful*

Islam mengajarkan bahwa seluruh manusia adalah bersaudara. Sesama orang Islam adalah saudara dan belum sempurna iman seseorang sebelum ia mencintai saudaranya melebihi cintanya pada diri sendiri. Hal ini yang mendorong manusia

untuk mewujudkan hubungan yang baik di antara individu dan masyarakat melalui konsep penjaminan oleh masyarakat atau takaful.

Dalam persepektif syariah transaksi menggunakan uang elektronik atau *e-money* terdapat tiga akad transaksi, yaitu:

1. Akad *Sharf* (jual beli mata uang)

Sharf menurut bahasa artinya kelebihan, tambahan, menolak. Sedangkan menurut istilah *sharf* adalah pertukaran dua jenis barang atau jual beli uang dengan uang atau disebut juga valas. Dasar hukum transaksi *Al-sharf* dituliskan dalam Al-Quran Surat An-Nisa Ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, Karena umat merupakan suatu kesatuan” (Q.S. An-Nisa [4]: 29)

Dan Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ 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 [2]: 275)

Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik adalah pertukaran atau

jual beli mata uang sejenis, yang dalam fiqh muamalah disebut dengan *al-sharf*, yaitu tukar – menukar atau jual beli mata uang. Adapun syarat-syarat jual beli mata uang atau *Al-sharf* pada yaitu:

a. *Taqabudh* (tunai)

Kedua belah pihak harus melakukan transaksi secara langsung pada lokasi atau tempat sebelum terpisah. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya riba nasi^{ah} yaitu riba yang timbul dikarenakan adanya penangguhan penyerahan dan penerimaan barang.

b. *Al-Tamatsul* (kadar dan jumlah harus sama)

Al-Tamatsul yaitu apabila suatu jenis dijual dengan jenis yang sama, seperti perak dijual dengan perak atau emas dijual dengan emas, sehingga adanya *Tamatsul* yang disyaratkan dalam jual beli ini, karena jual beli ini tidak boleh dilakukan kecuali jika kadar dan timbangannya sama.

c. Tidak ada *Khiyar* (menentukan pilihan lebih tinggi atau lebih rendah)

Khiyar menurut istilah para ahli fikih adalah hak yang dimiliki salah satu atau seluruh pihak akad untuk melanjutkan atau membatalkannya, tidak boleh memberi syarat antara dua orang yang bertansaksi dalam jual beli ini, karena sudah ada *qabadh* yang merupakan syarat mutlak sahnya jual beli ini.

d. Tidak Boleh di Tangguhkan

Pada transaksi *sharf* kedua belah pihak atau salah satu pihak yang bertansaksi tidak boleh menangguhkan penyerahan uang untuk jangka waktu tertentu, karena uang tersebut harus diterima dan jatuh sebagai hak milik sempurna masing-masing pihak sebelum mereka berpisah, karena dengan menangguhkan dapat memperlambat kepemilikan sempurna terhadap uang, hal ini bertentangan dengan syarat tunai (*Al-Taqabud*).

2. Akad Wakalah (pemberian kuasa)

Wakalah Menurut bahasa artinya *al-hifdz*, *al-kifayah*, *ad-dhaman*, dan *at-tawfidh* atau penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat yaitu pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada yang lain yang lain dalam hal – hal yang diwakilkan. Adapun menurut fatwa DSN MUI no. 10 tahun 2000, akad wakalah merupakan pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak ke pihak lainnya dalam hal – hal yang boleh diwakili menurut syariah Islam. *E-money* atau uang elektronik memiliki akad wakalah yang digunakan, seperti dalam hal penerbit bekerja sama dengan pihak lain untuk dijadikan agen penerbit atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik. Akad wakalah juga diterapkan dalam

pembayaran kepada pedagang (*merchant*) dimana penerbit dapat mewakili pemegang kartu dalam melakukan transaksi pembayaran

3. Akad Ijarah (sewa)

Menurut ulama Syafi'iyah definisi Ijarah adalah transaksi yang terdapat manfaat tertentu yang dibolehkan, dapat digunakan dengan bayaran tertentu. Adapun menurut fatwa DSN MUI N0. 09/DSN-MUI/IV/2000 dan No. 112/DSN-MUI/IX/2017 ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Manfaat jasa yang disewakan adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ketentuan syariat dan dapat dimanfaatkan.

2.5.7 ***Financial Technology (Fintech)***

Fintech merupakan singkatan dari *Financial technology* atau teknologi finansial dan dapat diartikan sebagai inovasi layanan keuangan yang berbasis teknologi. Definisi *fintech* yang dikemukakan oleh Bank Indonesia merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan kendala sistem pembayaran. *Fintech* didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari berbagai perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan

penyebaran dari layanan keuangan menjadi lebih efisien (Hidayanti, 2019).

Fintech memberikan kemudahan dalam menggunakan dan memanfaatkan berbagai layanan jasa keuangan secara digital, meliputi pembayaran, pinjaman, investasi, dan asuransi. Dengan menggunakan *fintech* dapat melakukan transaksi pembayaran tanpa harus melakukan tatap muka, memperoleh pinjaman tanpa harus mendatangi kantor cabang bank, memilih dan mengetahui produk keuangan, serta memperoleh konsultasi terkait perencanaan keuangan. *Fintech* juga berperan penting dalam membantu lembaga keuangan untuk melakukan penilaian atau pemeringkatan kredit serta proses mengenal konsumen secara elektronik (Fajar, 2021).

Pertumbuhan *financial technology* sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, dibarengi dengan era generasi millennial yang sudah beranjak dewasa, sehingga menjadi pasar yang amat potensial. Generasi “melek teknologi” ini juga sedikit enggan berhadapan dengan ketakutan yang mungkin dirasakan dari lembaga keuangan formal, sebagai akibatnya semakin mendorong pertumbuhan *fintech*.

Dengan terobosan *fintech*, kegiatan yang mungkin beberapa tahun sebelumnya belum terpikirkan oleh kalangan konsumen, saat ini sudah dapat dilakukan. Contohnya seperti melakukan pembayaran dengan menggunakan via smartphone. *Fintech* mengubah hidup kita menjadi lebih baik melalui aplikasi teknologi tanpa henti di industri keuangan. Kehidupan sehari-hari masyarakat

kini terikat pada aplikasi teknologi dimana robot telah mengambil alih peran penasihat keuangan. Sementara regulator dan pembuat undang-undang mencoba untuk mengejar perkembangan pesat dalam teknologi keuangan, tampaknya laju perkembangan yang cepat di sektor *fintech* melampaui kerangka peraturan (Permata, 2022).

Situaasi yang tidak pasti ini lebih rumit dalam industri khusus seperti industri jasa keuangan Islam, yang memiliki filter berbasis agama dalam proses pengembangan produknya. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan perlunya kepemimpinan pemikiran dalam kaitannya dengan subjek yang unik dan penting untuk memandu pembuat kebijakan regulator, dan praktisi tentang dinamika *fintech* dalam keuangan Islam, dan memberikan pemahaman yang baik tentang syariah dan parameter hukum dan peraturan untuk solusi *fintech*.

2.6 Aplikasi Dana

Berdiri pada tahun 2017, Dana merupakan *startup* yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran digital serta transaksi secara nontunai dan non-kartu. Vincent secara tegas menyebut Dana sebagai *startup* di bidang teknologi finansial (tekfin), yakni perusahaan teknologi yang membangun teknologinya untuk sektor finansial. Dana adalah platform dompet digital yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi dapat dilakukan secara non tunai, baik *online* maupun *offline*.

Transaksi lewat aplikasi ini tentunya lebih praktis, cepat, dan tetap keamanannya tetap terjamin. Untuk menggunakannya, kita bisa download aplikasi Dana, melakukan register, lalu mengisi saldo melalui top-up lewat kartu kredit, debit, transfer bank, sampai Minimarket. Kamu bisa menggunakan aplikasi ini untuk pembayaran tiket di berbagai *platform* seperti Tix.id, Bukalapak, Blackberry Messenger, dan sebagainya.

Konsep *open platform* ini, selain memungkinkan dompet digital Dana terhubung dengan berbagai bentuk alat pembayaran, seperti saldo *online*, kartu debit dan kartu kredit, serta *voucher*, juga memungkinkan Dana dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima. Dengan konsep terbuka tersebut, Dana ingin menjadi infrastruktur teknologi dan pembayaran digital yang dapat membawa masyarakat Indonesia ke dalam ekosistem keuangan inklusif.

2.6.1 Fitur Dana

Secara garis besar, terdapat dua fitur utama dari aplikasi Dana yakni Wallet alias dompet digital dan kirim & Minta Dana:

a. Dana Wallet atau Dompet Digital

Fitur Wallet memiliki 5 menu yakni Dana Premium, *Top Up*, Simpan Kartu Bank, Tarik Saldo, dan Bayar. Masing-masing penjelasannya ada di bawah ini:

- 1) Dana Premium: jenis akun yang memiliki berbagai keunggulan dibandingkan hanya

menggunakan akun biasa. Pada akun Dana biasa, maksimal top saldo Rp 2.000.000. Sementara pada akun premium maksimal saldo hingga Rp10 juta.

- 2) Top Up: Isi saldo Dana mudah di mana & kapan saja, salah satunya melalui transfer bank.
- 3) Simpan Kartu Bank: simpan kartu bank untuk bayar lebih mudah dengan menyambungkannya ke Aplikasi Dana.
- 4) Tarik Saldo: layanan tarik tunai saldo Dana melalui agen, Alfamart, Lawson, dll.
- 5) Bayar: gunakan aplikasi Dana untuk berbagai keperluan seperti membeli pulsa, bayar listrik, maupun pembayaran transaksi di merchant yang bekerjasama dengan Dana.

b. Kirim dan Minta Dana

Sementara, fitur Kirim & Minta Dana yang merupakan pengiriman dan penerimaan uang memiliki beberapa menu yakni Ke Dana, Ke Bank, Ke Link, Minta Dana, dan Dana Kaget. Penjelasan masing-masing menu di bawah ini:

- 1) Ke Dana: kirim uang gratis antar Dana.
- 2) Ke Bank: kirim uang gratis antar bank.
- 3) Ke Link: kirim uang gratis lewat chat.

- 4) Minta Dana: cara gampang terima uang transferan.
- 5) Dana Kaget: fitur berbagi saldo Dana kepada teman-teman dan kerabatnya dalam satu waktu secara bersamaan.

2.6.2 Layanan Pembayaran Dana

Dengan menggunakan Dana, jenis transaksi yang bisa dilakukan adalah:

- a. Melakukan transaksi online atau offline di merchant-merchant yang bekerja sama dengan Dana.
- b. Pembelian pulsa telepon, tagihan listrik, tagihan air, tagihan internet, iuran BPJS

2.7 Penelitian Terkait

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang menjadi referensi berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Sholehudddin Zulqurnain (2017) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan terhadap minat menggunakan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada)”. Dalam penelitian Zulqurnain metode analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi linier berganda untuk memverifikasi pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, Persepsi Kemanfaatan yang mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Gadjah Mada dalam

menggunakan e-money. Data yang digunakan yaitu data primer yang berasal dari penyebaran kuisioner dengan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga faktor yang digunakan, dua diantaranya mempengaruhi minat menggunakan e-money secara positif dan signifikan, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan, sedangkan daya tarik promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money.

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Tri Dian Astuty (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Dian adalah metode kuantitatif dengan sifat penelitian filsafat profitisme yaitu metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Teknik Pengambilan sampel ialah menggunakan sampel jenuh, dengan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi konsumen tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash.

Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,276 > 0,05$. Sedangkan untuk hasil signifikansi variabel pengetahuan produk (X2) terhadap Y sebesar 0,000 sehingga variabel tersebut berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan t-cash. Dan diperoleh hasil R Square sebesar 0,376. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel persepsi (X1) dan pengetahuan produk (X2) terhadap minat penggunaan (Y) sebesar 3,76%. Sedangkan sisanya 63,3%

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, sedangkan dalam perspektif ekonomi islam dalam penggunaan e-money dalam bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah yaitu tidak mengandung masyir, tidak mengandung riba, tidak mengandung israf dan tidak digunakan untuk objek haram dan maksiat.

Selain penelitian diatas penelitian serupa juga dilakukan oleh Fitri Sholikhah (2018) dengan judul “Persepsi Manfaat, Daya Tarik Iklan, Dan Sikap Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Money BSM (Studi Pada Masyarakat Surakarta)”. Penelitian ini dilakukan dengan kuisioner pada masyarakat wilayah Surakarta yang mengetahui layanan e-money BSM. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden, lalu untuk metode analisis data dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitri Sholikhah ini menggunakan analisis regresi linier berganda, sedangkan untuk olah data menggunakan SPSS 22.0. hasil penelitian pada penelitian Fitri menunjukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi manfaat, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan e-money BSM. Dengan nilai signifikansi pada regresi linier berganda variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap bernilai signifikan dan variabel daya tarik iklan bernilai tidak signifikan.

Penelitian ini dilakukan oleh Nisa Indira Vhistika (2017) dengan judul “Pengaruh Tingkat Pemahaman E-money dan

Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-money (Studi Pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik di Wilayah Tanah Abang). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan uji Regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda. Jumlah sampel yang digunakan sejumlah 104 responden dengan metode pengumpulan data dengan kuesioner. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money di wilayah Tanah Abang. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah perbedaan variabel dan lokasi penelitian yang berbeda.

Penelitian ini dilakukan oleh Hutami A. Ningsih (2021), Dengan judul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis (QRIS) pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

NO	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zulkarnain (2017)	Metode Analisi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga faktor yang digunakan, dua diantaranya mempengaruhi minat menggunakan e-money secara positif dan signifikan, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan, sedangkan daya tarik promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money.	Penelitian sama-sama meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan e-money.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang di buat oleh Zulkarnain yaitu pada variabel independen.
2	Tri Dian Astuti (2018)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi konsumen tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan t-cash. Hal ini ditunjukkan	Penelitian sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan meneliti tentang pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat menggunakan e-money.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang di lakukan oleh Dian adalah terletak pada Objek Penelitian.

Tabel 2.1-Lanjutan

NO	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dengan perolehan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,276 > 0,05$. Sedangkan untuk hasil signifikansi variabel pengetahuan produk (X2) terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga variabel tersebut berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan t-cash.		
3	Fitri Sholikha (2018)	Metode Kuantitatif	Penelitian pada penelitian Fitri menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi manfaat, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan e-money BSM. Dengan nilai	Penelitian sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-money.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri juga terletak pada variabel Independen, penelitian yang dilakukan oleh Fitri menggunakan tiga variabel sedangkan dalam

Tabel 2.1-Lanjutan

NO	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			signifikansi pada regresi linier berganda variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan sikap bernilai signifikan dan variabel daya tarik iklan bernilai tidak signifikan.		penelitian ini menggunakan dua variabel independen.
4	Nisa Inda Vhistika (2017)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money di wilayah Tanah Abang.	Penelitian sama-sama menggunakan metode kuantitatif	Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah perbedaan variabel dan lokasi penelitian yang berbeda.
5	Hutami A. Ningsih (2021)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian dan pengujian secara statik, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi	Penelitian sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat,	Perbedaan nya adalah pada variabel dan ojek penelitian yang berbeda.

Tabel 2.1-Lanjutan

NO	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			resiko baik secara sendiri-sendiri (persial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis (QRIS) pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta.	persepsi kemudahan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan e-money.	

2.8 Kerangka Pemikiran

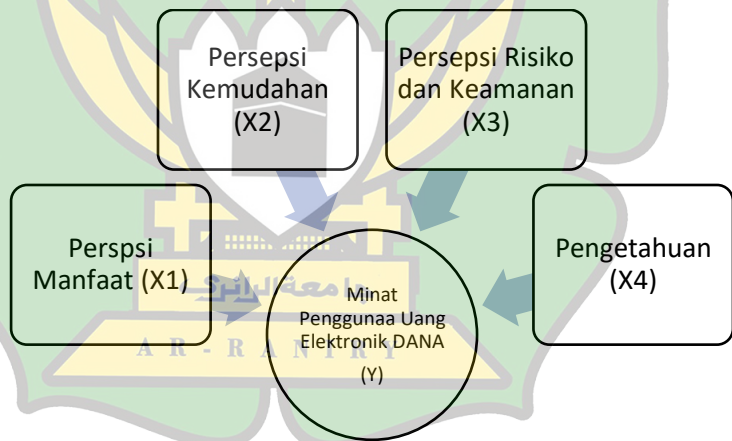
Persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu untuk mengetahui dan memahami informasi tentang dunia sekeliling dengan bantuan alat indera. Ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi agar individu dapat mengadakan persepsi, antara lain adanya objek yang dipersepsi, alat indera atau reseptor dan perhatian. Dalam penelitian ini, persepsi yang akan diteliti adalah persepsi dari mahasiswa.

Objek dari persepsi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah uang elektronik. Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam

media elektronik tertentu. Objek yang akan diteliti adalah uang elektronik di produksi oleh perusahaan teknologi penyedia layanan, salah satu contohnya yaitu Dana. Dana adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online. Dari persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik tersebut, maka penelitian ini mencari tahu pengaruh dari persepsi mahasiswa itu.

Untuk memudahkan, kerangka berpikir dilukiskan dalam bentuk skema dimana keterkaitan antar variabel dibentuk ke dalam bagan sebagaimana berikut ini:

Gambar 2. 1
Kerangka pemikiran



2.9 Keterkaitan Antara Persepsi Terhadap Minat Penggunaan *E-Money*

Persepsi adalah salah satu hal yang menyebabkan seseorang untuk memiliki minat. Hal ini disebabkan karena adanya persepsi,

maka seseorang akan mencari informasi/pengalaman tentang objek, peristiwa, orang, serta faktor yang berpengaruh dan didapat dari penginderaan yang menyebabkan adanya suatu minat. (Mamang, 2013)

Konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya semakin tinggi atau semakin bagus persepsi konsumen terhadap suatu produk, maka minat menggunakan terhadap suatu produk juga akan semakin tinggi. (Widiyakala, 2016)

Begitu halnya pada mahasiswa yang memiliki persepsi terhadap suatu produk uang elektronik (*e-money*), maka mereka akan mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan, serta keuntungan menjadi pengguna uang elektronik. Segala informasi yang diperoleh dan memiliki segi positif akan menyebabkan mahasiswa memiliki keinginan untuk menjadi konsumen tetap dan rutin dalam melakukan transaksi menggunakan uang elektronik. Adanya suatu persepsi yang positif pada uang elektronik (*e-money*), mahasiswa akan memiliki minat untuk menggunakan uang elektronik sebagai alat bertransaksi.

2.10 Keterkaitan Antara Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Jadi

pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Sawarman, 2011)

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Jadi semakin tinggi pengetahuan mahasiswa maka semakin tinggi juga minat penggunaan uang elektronik dan begitu juga sebaliknya semakin rendah pengetahuan mahasiswa maka minat penggunaan uang elektronik juga semakin sedikit.

2.11 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian sangat diperlukan untuk memberikan arahan kepada penulis. Melalui hipotesis, penulis dapat memperoleh gambaran sementara tentang kemungkinan jawaban dari permasalahan yang sedang dihadapi. Hipotesis bukan merupakan kesimpulan akhir yang telah pasti benar,

tetapi hal ini perlu dibuktikan kebenarannya terlebih dahulu melalui penelitian.

Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi resiko dan keamanan mengenai uang elektronik

terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi resiko dan keamanan mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antaran pengetahuan mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat penggunaan *e-money* Dana sebagai alat transaksi.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Penelitian Survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Dalam penelitian survei digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Penggalan data dapat melalui kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner, dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden. Wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung. Untuk memperoleh data dari pengumpulan kuisisioner, dibutuhkan jumlah responden yang cukup agar memenuhi validitas dan reliabilitas dengan baik. Responden pada penelitian ini diperlukan jumlah yang cukup agar pola yang menggambarkan objek yang diteliti dapat dijelaskan dengan baik (Sujarweni, 2019: 71).

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data Primer adalah data yang diperoleh

peneliti berdasarkan pengukuran secara langsung dari sumber atau subjek penelitiannya (Mustafa, 2013: 92). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil keterangan responden melalui penyebaran kuisioner *online* melalui *google form* kepada sampel yang telah ditentukan yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi pelanggan dan pernah melakukan transaksi dengan e-money Dana.

Sedangkan data skunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, atau dengan kata lain data tambahan sebagai penguat data misalnya lewat dokumen atau melalui orang lain (Sugiyono, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini adalah bentuk dokumen yang telah ada yang dapat mendukung penelitian ini, seperti data jumlah mahasiswa dari akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan tanggapan atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011: 139).

Kuisioner dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi pelanggan dan pernah melakukan

transaksi dengan *e-money* dana. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan media kuesioner *online*. Karena survei *online* memberi responden cukup waktu untuk berpikir sebelum mengisi kuesioner, tingkat non-respons akan berkurang. Tujuan utama penulisan kuisisioner adalah untuk membantu responden memberikan jawaban yang akurat. Tipe pertanyaan dalam kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan tipe tertutup karena jawaban sudah ditentukan oleh peneliti, responden tinggal memilih dan tidak diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban lain, sehingga jawaban responden sesuai dengan kebutuhan penelitian (Bahri, 2018: 94).

Skala pengukuran data yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 93). Alternatif pilihan jawaban responden berdasarkan skala pengukuran seperti ditunjukkan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Skala Penilaian Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2016: 94

Adapun dalam penentuan pengambilan jumlah responden sendiri dilakukan melalui metode *Purpose Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Kriteria responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Mahasiswa yang telah bertransaksi dengan *e-money* Dana.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek dari penelitian yang dapat diartikan sebagai jumlah manusia atau bukan yang memiliki ciri-ciri yang sama dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian dan dapat dijadikan sebagai sumber pengambilan sampel (Wahidmurni, 2017: 5). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun ajaran 2017 sampai dengan tahun ajaran 2021 dengan jumlah mahasiswa aktif sebanyak 1.948 orang.

Tabel 3.2
Jumlah Populasi

Angkatan	Ilmu Ekonomi	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah
2017	69	81	109
2018	127	200	243

Tabel 3.2-Lanjutan

Angkatan	Ilmu Ekonomi	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah
2019	99	194	220
2020	65	108	109
2021	71	125	128
Jumlah	1.948		

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2022

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Sunnyoto, 2012: 47). Dalam penelitian ini untuk menentukan besarnya sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

keterangan:

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

e2 = kelonggaran pengambilan sampel

Berdasarkan rumus slovin diatas perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.948}{1 + 1.948 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.948}{1 + 1.948 (0,0025)}$$

$$n = \frac{1.948}{1 + 4,87}$$

$$n = \frac{1.948}{5,87}$$

$$n = 331,8568$$

$$n = 332$$

Berdasarkan rumus di atas maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 332 responden. Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang sudah pernah melakukan transaksi e-money Dana.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional Variabel adalah penjelasan dari masing-masing variable yang diginakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definiisi operasional variable dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
1. Persepsi Persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera.	a. Penyerapan terhadap rangsangan b. Pengertian atau pemahaman c. Penilaian atau evaluasi. (Bimo Walgito, 2010)
2. Pengetahuan Adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsi terhadap pengatuan produk.	a. <i>Subjective knowledge.</i> b. <i>Objective Knowledge</i> c. <i>Experience-based knowledge.</i> (Alba dan Hutchinson, 1987)
3. Minat Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen	a. Ketertarikan pada obyek minat refrensial b. Perasaan senang c. Kecenderungan menggunakan.

Tabel 3.3-Lanjutan

Variabel	Indikator
perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.	(Desi Arista, 2011)

Ada 2 jenis variabel yang dipakai pada penelitian ini, yakni variabel dependen, serta variabel independen, dan tiap-tiap variabel mempunyai definisi operasional tersendiri. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu minat penggunaan *e-money*. Sedangkan, variabel independen pada penelitian ini yaitu persepsi dan pengetahuan.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel variabel ini juga dikenal dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia kerap dikenal dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh atau yang menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu persepsi mahasiswa yang dilambangkan dengan (X1), dan pengetahuan dilambangkan dengan (X2).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel ini dikenal dengan variabel *output*, kriteria, konseku. Dalam bahasa Indonesia kerap dikenal dengan variabel

terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel pada penelitian ini yaitu minat (Y) penggunaan uang elektronik Dana.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas yaitu sebuah ukuran yang menunjukkan derajat kevalidan atau kesahan suatu instrumen (Arikunto, 2010). Suatu instrumen disebut valid jika dapat mengukur apa yang dikehendaki dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Apabila diperoleh $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka alat itu valid, nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus melebihi nilai koefisien dari tabel yang dikenal dengan tabel corrected item total correlation (Sarwono, 2012). Uji signifikan menggunakan alpha sejumlah 0,05, yang dilaksanakan dengan membandingkan nilai r hitung menggunakan r tabel guna *degree of freedom* (df) = $n - 2$, pada konteks ini n merupakan total sampel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2013: 55). Untuk menguji reabilitas yaitu dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Skala itu dikelompokkan dalam lima kelas dengan range

yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliable
2. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Reliabel suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki *alpha cronbach* > dari 0,60. Kuosioner dikatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,60.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011: 160) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Komolgorov-Smirnov dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar 10%, maka apabila signifikan > 0,1 maka variabel

berdistribusi normal dan sebaliknya apabila signifikan $< 0,1$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini akan diolah menggunakan SPSS versi 20.

3.7.2 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas berfungsi untuk mengetahui adakah terdapat kemiripan didalam suatu model. Adanya kemiripan yang menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat yang disebabkan oleh variabel independen (Sujarweni, 2016). Supaya mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas bisa dilihat dari nilai tolerance serta Variance Inflation Factor (VIF). Dikatakan terjadi multikolineritas apabila terdapat nilai tolerance > 0.10 serta nilai VIF < 10 .

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan dalam menguji model regresi yang didalamnya apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap yang disebut homoskedastisitas, serta apabila *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Rumengan, 2013). Menurut Gujarati (2003), dasar minat dari uji heteroskedastisitas yaitu:

- a. Apabila ada terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, kemudian melebar lalu menyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Apabila tidak terdapat adanya pola yang jelas, titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak dapat terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Uji Linier Berganda

Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode regresi linier berganda. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: persepsi (X1) dan pengetahuan (X2) terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan uang elektronik (*e-money*) Dana sebagai alat transaksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 20 sebagai alat bantu untuk memperoleh hasil yang akurat. Persamaan dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat penggunaan uang elektronik (*e-money*)

X₁ : Persepsi manfaat

X₂ : Persepsi kemudahan

X₃ : Persepsi resiko dan keamanan

X₄ : Pengetahuan

a : Nilai konstanta (*parameter intercept*)

b₁, b₂, b₃, b₄ : koefisien regresi

e : eror (residu)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas terbaru yang ada di lingkungan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry yang didirikan berdasarkan SK Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2015/16 Maret 2015. Dengan tujuan membentuk dan melahirkan sarjana muslim yang bertaqwa kepada Allah SWT yang mempunyai keahlian dalam bidang ekonomi Islam dan *entrepreneurship* yang Islami, kemampuan operasional dalam pembinaan lembaga pemerintahan, unit-unit bisnis dan sosial kemasyarakatan terutama yang berkaitan dengan ekonomi islam, serta kemampuan menganalisis dan memecahkan masalahmasalah kemasyarakatan khususnya dalam bidang ekonomi.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tujuan yang tercermin dalam visinya yaitu melahirkan sarjana yang unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai keislaman bertaraf internasional. Saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tiga prodi yaitu:

- a. Prodi Ekonomi Syariah
- b. Prodi Perbankan Syariah
- c. Prodi Ilmu Ekonomi

4.1.1 Kondisi Geografis

Fakultas ekonomi dan bisnis Islam merupakan salah satu fakultas di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang terletak pada Lorong Ibnu Sina No.2, Kopelma Darussalam, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara : Desa Rukoh
- b. Sebelah Timur : Desa Beuabong
- c. Sebelah Selatan : Desa Limpok
- d. Sebelah Barat : Desa Krueng Aceh

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Visi

Unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai-nilai keIslaman bertaraf internasional tahun 2030

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara profesional, integratif, berdasarkan nilai-nilai Islam dan berwawasan global.
- b. Mengembangkan tradisi riset integratif dan diseminasi karya akademik di bidang ekonomi dan bisnis Islam.

- c. Mengimplementasikan ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara Islami.
- d. Membangun kerjasama strategis dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri.

3. Tujuan

- a. Terwujudnya kualitas belajar mengajar dalam aspek metode, kurikulum, sarana dan prasarana.
- b. Terhasilnya lulusan yang berkualitas, Islami dan berwawasan global.
- c. Pengembangan tradisi riset dan budaya ilmiah di kalangan Dosen dan Mahasiswa.
- d. Peningkatan kualitas dan kuantitas publikasi dan sitasi karya ilmiah dosen dan mahasiswa.
- e. Terlaksananya program pengabdian yang terintegrasi untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- f. Terimplementasinya kerjasama strategis di bidang akademik dan non-akademik dengan berbagai pihak dalam atau luar negeri.

4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian

Dalam upaya mendapatkan data dalam penelitian ini maka telah dilakukan penyebaran kuisioner pada mahasiswa aktif Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry angkatan 2017-2021 yang menjadi pengguna dan pernah membeli produk *e-money* Dana. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Jurusan dan Angkatan.

4.2.1 Responden menurut Jenis Kelamin

Adapun berdasarkan data primer yang telah di olah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perempuan	182	54,8%
Laki-laki	150	45,2%
Total	332	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Dari data yang telah terkumpul, maka jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yaitu 150 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 54,8% dan 150 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 45,2%.

Perbandingan responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1
Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tingkat persentase responden berjenis kelamin yaitu, yang berjenis kelamin laki-laki adalah 45,2%, sedangkan berjenis kelamin perempuan adalah 54,8%. Oleh karena itu, dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan yang paling dominan dalam penelitian ini dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Responden Menurut Angkatan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran respnden berdasarkan angkatan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Table 4.2.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
1	2017	44	13,3%
2	2018	98	29,5%

Tabel 4.2-Lanjutan

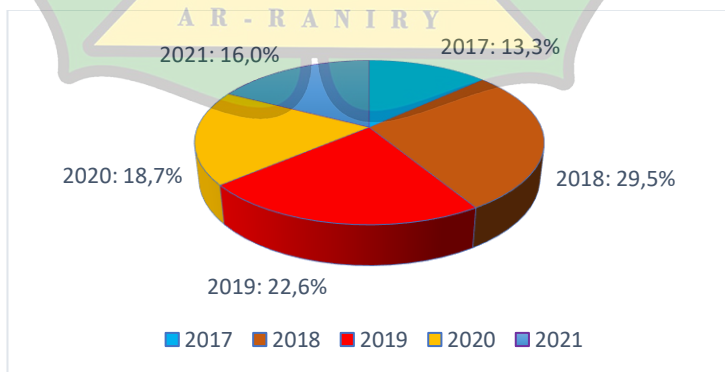
No	Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
3	2019	75	22,6%
4	2020	62	18,7%
5	2021	53	16,0%
	Total	332	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Data pengelompokan responden berdasarkan angkatan dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berasal dari angkatan 2017 berjumlah 44 orang, sedangkan angkatan 2018 berjumlah 98 orang. Adapun responden yang berasal dari angkatan 2019 berjumlah 75 orang dan dari angkatan 2020 berjumlah 62 orang, sedangkan dari jumlah angkatan yang terakhir yaitu angkatan 2021 berjumlah 53 orang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berasal dari angkatan 2018.

Perbandingan responden berdasarkan jumlah angkatan ditunjukkan pada gambar 4.2.

Gambar 4. 2
Persentase Responden Berdasarkan Angkatan



Sumber: Data diolah (2022)

Dari gambar diatas maka dapat diketahui bahwa tingkat persentase responden berdasarkan angkatan yaitu, yang berasal dari angkatan 2017 adalah 13,3%, angkatan 2018 adalah 29,5%, angkatan 2019 adalah 22,6%, angkatan 2020 adalah 18,7%, angkatan 2021 adalah 16,0%.

Oleh karena itu, dari data karakteristik responden berdasarkan angkatan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden angkatan 2018 dalah responden yang paling dominan dalam penelitian ini, yang kemudian diikuti oleh responden angkatan 2019, angkatan 2020, angkatan 2021, dan angkatan 2017 merupakan responden yang paling sedikit di dalam penelitian ini.

4.2.3 Responden Menurut Jurusan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jurusan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

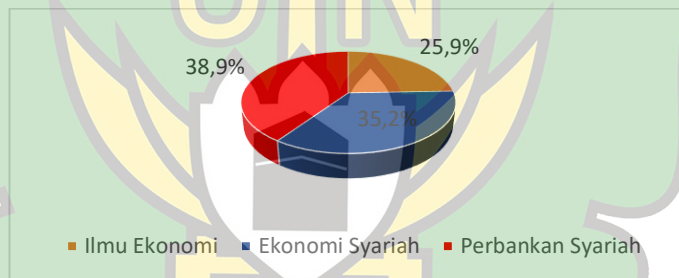
No	Jurusan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ilmu Ekonomi	86	25,9%
2	Ekonomi Syariah	117	35,2%
3	Perbankan Syariah	129	38,9%
	Total	332	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data yang pengolompokan responden berdasarkan jurusan maka dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berasal dari jurusan Ilmu Ekonomi berjumlah 86 orang, sedangkan dari jurusan Ekonomi Syariah berjumlah 117 orang, dan dari jurusan Perbankan Syariah berjumlah 129 orang. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu dari jurusan Perbankan Syariah.

Perbandingan responden berdasarkan jurusan ditunjukkan pada gambar 4.3 berikut:

Gambar 4. 3
Persentase Responden Berdasarkan Jurusan



Sumber: Data diolah (2022)

Dari gambar diatas maka dapat dilihat bahwa tingkat persentase responden berdasarkan jurusan yaitu, yang berasal dari jurusan Ilmu Ekonomi adalah 25,9%, dan dari jurusan Ekonomi Syariah adalah 35,2%, dan dari jurusan Perbankan Syariah adalah 38,9%.

Oleh karena itu, dari data karakteristik responden berdasarkan jurusan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden jurusan Perbankan Syariah adalah responden yang paling dominan

dalam penelitian ini, kemudian di ikuti responden jurusan Ekonomi Syariah, dan jurusan Ilmu Ekonomi merupakan responden yang paling sedikit dalam penelitian ini.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r-tabel. Jika nilai r hitung $>$ r-tabel dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka data tidak valid (Sugiyono, 2016:177).

Pada penelitian ini, hasil uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Uji signifikansi membandingkan r-hitung dengan r-tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah responden. Besarnya df = $332-2$ atau df = 330 dengan alpha 5% sehingga di dapat r-tabel = 0,113. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator variabel		Nilai kritis (<i>r</i> -tabel)	<i>r</i> -hitung	Simpulan
1	X1	Persepsi Manfaat	PM1	0,113	0,962	Valid
			PM2	0,113	0,971	Valid
			PM3	0,113	0,962	Valid
2	X2	Persepsi Kemudahan	PK1	0,113	0,961	Valid
			PK2	0,113	0,965	Valid
			PK3	0,113	0,955	Valid
3	X3	Persepsi Resiko Dan Keamanan	PRDK1	0,113	0,978	Valid
			PRDK2	0,113	0,977	Valid
4	X4	Pengetahuan	PG1	0,113	0,969	Valid
			PG2	0,113	0,968	Valid
			PG3	0,113	0,972	Valid
5	Y	Minat	MN1	0,113	0,974	Valid
			MN2	0,113	0,969	Valid
			MN3	0,113	0,974	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dari Tabel 4.4 terlihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai r-hitung positif dan lebih besar di bandingkan dengan r-tabel sebesar 0,113. Maka dapat disimpulkan semua indikator dari X1, X2 dan Y adalah valid.

4.3.2 Hasil Uji Realibitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach Alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsistenan responden dalam merespon seluruh item. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

1. Reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$
2. Tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Item	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
1.	X1 Persepsi Manfaat	PM 1- PM 3	0,963	Reliabel
2.	X2 Persepsi Kemudahan	PK 1- PK 3	0,958	Reliabel
3.	X3 Persepsi Resiko Dan Keamanan	PRDK 1- PRDK2	0,954	Reliabel

Tabel 4.5-Lanjutan

No	Variabel		Item	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
4.	X4	Pengetahuan	PG 1- PG 3	0,968	Reliabel
5.	Y	Minat	MN1- MN3	0,971	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dari keterangan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh variabel X1, X2, X3, X4 dan Y memiliki nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh variabel dapat dikatakan reliabel atau handal.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan agar hasil analisis regresi dapat memenuhi kriteria best, linear dan supaya variabel independen sebagai estimator atas variabel dependen tidak bias. Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji model regresi yang digunakan dalam penelitian, variabel pengganggu memiliki distribusi data yang normal (Ghozali, 2008:144). Uji ini digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval, maupun rasio. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang

diperoleh berdistribusi normal atau tidak normal (Priyanto, 2011:277). Untuk mengetahui normal atau tidak maka dilakukan uji normalitas menurut Kolmogorof Smirnov satu arah dan analisis grafik Smirnov menggunakan tingkat kepercayaan 5 %. Dikatakan normal jika nilai sig > 0,05.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

No		Variabel	Kolmogorov-Smirnov ^a		
			Stastitic	Df	Sig.
1.	X1	Persepsi Manfaaat	330	330	.000
2.	X2	Persepsi Kemudahan	324	330	.000
3.	X3	Persepsi Resiko Dan Keamanan	323	330	.000
4.	X4	Pengetahuan	352	330	.000
5.	Y	Minat	363	330	.000

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Pada tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai sig. pada pengujian Kolmogorov untuk seluruh variabel adalah sebesar 0,000 yakni lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak berdistribusi secara normal.

4.4.2 Hasil Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas berfungsi untuk mengetahui adakah terdapat kemiripan didalam suatu model. Adanya kerimiripan yang menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat yang disebabkan oleh variabel independen (Sujarweni, 2016). Supaya mengetahui ada

atau tidaknya multikolineritas bisa dilihat dari nilai tolerance serta Variance Inflation Factor (VIF). Dikatakan terjadi multikolineritas apabila terdapat nilai tolerance < 0.10 serta nilai VIF > 10 .

Tabel 4. 7
Hasil Uji Multikolineritas

No	Variabel		Tolerance	VIF
1	X1	Persepsi Manfaat	0,104	9,623
2	X2	Persepsi Kemudahan	0,087	11,533
3	X3	Persepsi Resiko Dan Keamanan	0,150	6,684
4	X4	Pengetahuan	0,075	13,376

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Resiko Dan Keamanan (X3) lebih kecil 10 dan nilai tolerance berada diatas 0,10, Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dalam penelitian ini terhindar dari penyakit asumsi klasik multikolineritas, Sedangkan nilai VIF pada variabel persepsi kemudahan (X2) dan variabel pengetahuan (X4) adalah berada diatas 10 dan nilai tolerance berada dibawah 0,10, hal ini menunjukkan bahwa adanya penyakit asumsi klasik multikolineritas.

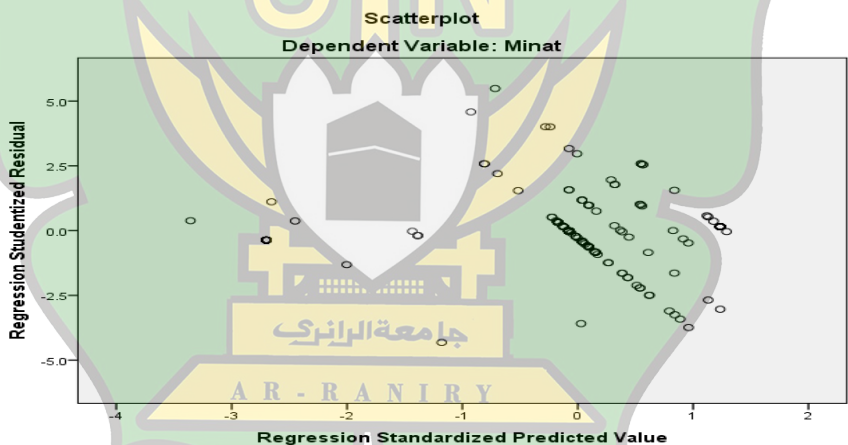
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan dalam menguji model regresi yang didalamnya apakah terdapat ketidaksamaan varieneve dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetep yang disebut homoskedastisitas, serta apabila *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut

heteroskedastisitas (Rumengan, 2013). Menurut Gujarati (2003), dasar minat dari uji heteroskedtistitas yaitu:

- a. Apabila ada terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yan teratur dengan yang bergelompong, kemudian melebar lalu meyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila tidak terdapat adanya pola yang jelas, titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak dapat terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 4
Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)



Data dalam penelitian ini tidak terjadi penyakit asumsi klasik heteroskedastisitas, dikarenakan tidak terdapat adanya pola yang jelas dan titik yang menyebar. Hal ini menjelaskan bahwa data tidak terjadi penyakit asumsi klasik sehingga penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan.

4.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda guna mengetahui apakah variabel independen berpengaruh atau tidak pada variabel dependen, maka dapat dilihat dari taraf signifikansinya dengan standar signifikansi 5%. Jika tingkat signifikansi yang didapat dari hasil lebih besar dari 5% maka hipotesis tidak diterima, sebaliknya bila hasil uji hipotesis berada di antara 0-5% maka hipotesis diterima (Widodo, 2017).

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.

Tabel 4. 8
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	t hitung
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,444	0,189		0,020	
Persepsi Manfaat	0,251	0,045	0,262	0,000	5,589
Persepsi Kemudahan	-0,122	0,050	-0,125	0,016	-2,425
Persepsi Resiko dan Kemudahan	0,103	0,056	0,072	0,065	1,852
Pengetahuan	0,767	0,056	0,764	0,000	13,806

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.8 maka diperoleh koefisien untuk variabel persepsi manfaat adalah 0,251, variabel persepsi kemudahan adalah -0,122, variabel

Resiko dan Kemudahan adalah 0,103, variabel pengetahuan adalah 0,767 dan nilai konstanta sebesar 0,444 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,444 + 0,251PM + -0,122PK + 0,103PRDK + 0,767PG + e..(4.2)$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,444 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel persepsi manfaat, variabel persepsi kemudahan, variabel resiko dan keamanan maka nilai variabel minat responden adalah sebesar 0,444.
- b. Koefisien b_1 sebesar 0,251, artinya variabel persepsi manfaat mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap minat responden. Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan nilai perubahan pada persepsi manfaat akan menaikkan minat responden sebesar 0,251.
- c. Koefisien b_2 sebesar -0,122, artinya variabel persepsi kemudahan mempunyai koefisien yang negatif terhadap minat responden. Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan nilai perubahan persepsi kemudahan akan menaikkan minat sebesar -0,122.

- d. Koefisien b_3 sebesar 0,103, variabel persepsi resiko dan keamanan mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap minat responden. Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap peningkatan persepsi resiko dan keamanan akan menaikkan minat responden sebesar 0,103.
- e. Koefisien b_4 sebesar 0,767, variabel pengetahuan mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap minat responden. Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap peningkatan pengetahuan satu satuan pada skala likert akan menaikkan minat responden sebesar 0,767.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Hasil Uji Silmutan

Untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS 20 dengan taraf signifikan 5% (0,05). Jika F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Sedangkan jika F-hitung lebih kecil dari F-tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka model regresi dikatakan tidak signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, $df_1 (N_1) = k - 1 = 5 - 1 = 4$ dan $df_2 (N_2) = n - k = 332 - 5 = 328$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya

jumlah sampel, maka dapat ditentukan F-tabel pada penelitian ini sebesar 3,02 Berikut ini adalah hasil uji simultan:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Simultan

Model	F	Sig
Regression	1009,877	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Dari hasil uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 1009,877 yang lebih besar dari F-tabel yaitu 3.02, dan probabilitas signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan keamanan dan pengetahuan berpengaruh simultan (bersama-sama) dan signifikan terhadap minat responden.

4.6.2 Hasil Uji Parsial

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (masing-masing) atau disebut dengan uji t. Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05 (5%). Apabila t-hitung lebih besar dari t-Tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%), maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan 0,05 (5%), $df = n - k = 332 - 5 = 328$, dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel yang diambil pada penelitian, dengan nilai t-tabel sebesar 1,96722. Berikut ini adalah hasil uji parsial.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Parsial

Model		t_{hitung}	Sig.
Persepsi Manfaat	X1	5,589	0,000
Persepsi Kemudahan	X2	-2,425	0,016
Persepsi Resiko dan Keamanan	X3	1,852	0,065
Pengetahuan	X4	13,806	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui nilai t-hitung variabel persepsi manfaat sebesar 5,589 lebih besar dari t-tabel 1,96722 dengan nilai probabilitas signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_{a1} yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat diterima atau dengan kata lain, H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima.

Nilai t-hitung persepsi kemudahan sebesar -2,425 lebih kecil besar dari nilai t-tabel 1,96722 dengan probabilitas signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau dengan kata lain, H_{o2} diterima dan H_{a2} ditolak.

Nilai t-hitung persepsi resiko dan keamanan sebesar 1,852 lebih kecil dari t-tabel 1,96722 dengan probabilitas signifikansi

0,065 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa persepsi resiko dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau dengan kata lain, H_03 diterima dan H_{a3} ditolak.

Nilai t-hitung variabel pengetahuan sebesar 13,806 lebih besar dari t-tabel 1,96722 dengan nilai probabilitas signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_{a4} yang menyatakan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat diterima atau dengan kata lain, H_04 ditolak dan H_{a4} diterima.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai t-hitung persepsi manfaat sebesar 5,589 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96722 menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dengan signifikansi sebesar 0,000 karena signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat responden.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sholehuddin Zulqurnain (2017), Fitri Sholikhah (2018) dan Hutami A. Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa

variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money*.

Persepsi manfaat yaitu sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya apabila menggunakan sistem teknologi tertentu maka akan memberikan suatu keuntungan bagi mereka. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Yusuf, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan bukti empiris berupa penelitian terdahulu terbukti bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money* (DANA). hal ini dapat dilihat dari distribusi jawaban mahasiswa yang sebagian besar setuju dengan pernyataan tentang persepsi manfaat yang dapat menumbuhkan minat penggunaan *E-money* (DANA). Selain itu, secara teori juga terbukti bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *E-money* (DANA). Apabila jumlah manfaat yang didapatkan sedikit maka minat menggunakan *E-money* (DANA) sedikit. Dan sebaliknya jika jumlah manfaat yang didapatkan banyak maka minat menggunakan *E-money* (DANA) juga banyak.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai t-hitung persepsi kemudahan sebesar -2,425 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96722

menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dengan signifikansi sebesar 0,016 karena signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,016 lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat responden. Berpengaruh negatif berarti bahwa persepsi kemudahan berbanding terbalik dengan minat menggunakan E-money Dana. Hal ini dimungkinkan karena sebagian penggunaan uang elektronik (E-money) Dana tidak memedulikan terhadap kemudahan dalam bertransaksi menggunakan E-money Dana pada saat periode penelitian ini.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sholehuddin Zulqurnain (2017) dan Hutami A. Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money*.

Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit. Sikap individu yang mendukung penggunaan teknologi sistem informasi yang ditunjukan dari persepsi akan kemudahannya secara otomatis mendorong pemanfaatan serta penggunaan teknologi sistem informasi tersebut (Tarantang, 2020).

4.7.3 Pengaruh Persepsi Resiko dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai t-hitung persepsi resiko dan keamanan sebesar 1,852 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96722 menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih kecil nilai t-tabel dengan signifikansi sebesar 0,065 karena signifikan lebih besar dari 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,065 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi resiko dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat petani.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hutami A. Ningsih (2021) yang menyatakan bahwa variabel persepsi resiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money*, Sedangkan pada penelitian ini persepsi resiko dan keamanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money*.

Persepsi resiko dapat didefinisikan sebagai kepercayaan subyektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi uang elektronik. Dapat didefinisikan bahwa keamanan, privasi dan resiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen dari aktivitas umum penggunaan teknologi keuangan. Sedangkan menurut Peter dan Olson dalam Rahmadi, persepsi risiko yang dialami konsumen dipengaruhi oleh dua hal yaitu, seberapa besar hal tidak menyenangkan yang

disebabkan oleh konsekuensi negative yang terjadi dan konsekuensi negative yang akan terjadi (Rahmadi, 2016).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seberapa pun tingkat resiko dan keamanan mahasiswa dalam penggunaan *E-money* (DANA) tidak mempengaruhi terhadap minat menggunakan *E-money* (DANA). Dengan demikian, jika terjadi kenaikan ataupun penurunan pada resiko dan keamanan, maka tidak mempengaruhi variabel lainnya.

4.7.4 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dana

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai t-hitung pengetahuan sebesar 13,806 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96722 menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dengan signifikansi sebesar 0,000 karena signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat responden.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri Dian Astuty (2018), yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money*.

Pengetahuan produk (*product knowledge*) merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi. "*Product knowledge refers to the amount of information a consumer has stored in her or his memory about*

particular product class, product form, brands, models, and ways to purchase them”. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi mahasiswa yang telah disimpan dalam dirinya atau ingatannya tentang pengetahuan produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara-cara mereka untuk menggunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan bukti empiris berupa penelitian terdahulu terbukti bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-money* (DANA). hal ini dapat dilihat dari distribusi jawaban mahasiswa yang sebagian besar setuju dengan pernyataan tentang pengetahuan yang dapat menumbuhkan minat penggunaan *E-money* (DANA). Selain itu, secara teori juga terbukti bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *E-money* (DANA). Apabila pengetahuan rendah maka jumlah minat mahasiswa dalam menggunakan *E-money* (DANA) berjumlah sedikit. Dan sebaliknya jika pengetahuan tinggi maka jumlah minat mahasiswa dalam menggunakan *E-money* (DANA) berjumlah banyak.

4.8 Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Penggunaan (*E-Money*) DANA

Dalam perspektif ekonomi islam hukum transaksi menggunakan e-money adalah halal, kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqh: “*pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh*

kecuali ada dalil yang mengharamkannya”. Ini mengandung arti bahwa hukum islam memberi kesempatan luas bagi perkembangan bentuk dan macam mu’amalat baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat, termasuk didalamnya kegiatan transaksi ekonomi di perbankan.

Tinjauan ekonomi islam tentang penggunaan (*E-Money*) DANA dalam bertransaksi pada penelitian ini dilihat dari segi akad-akad yang digunakan. Secara garis besar operasional pada penggunaan (*E-Money*) DANA cenderung menggunakan akad sharf atau tukar menukar mata uang. Al-sharf, dasar hukum praktek al-sharf hanya terjadi dalam transaksi jual beli, dimana praktek ini diperbolehkan dalam Islam. Akad al-sharf secara keseluruhan dapat diidentifikasi dari (*E-Money*) DANA karena secara keseluruhan menyerupai dengan ketentuan dan jenis dari akad al-sharf sebagaimana yang telah tercantum pada Fatwa DSN MUI No.28 Tahun 2002 tentang jual beli mata uang. Dasar hukum transaksi Al-sharf dituliskan dalam Al-Quran Surat An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang

kepadamu.larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, Karena umat merupakan suatu kesatuan”

Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik adalah pertukaran atau jual beli mata uang sejenis, yang dalam fiqh muamalah disebut dengan *al-sharf*, yaitu tukar – menukar atau jual beli mata uang. Namun demikian, transaksi elektronik diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, penipuan, kecurangan, pemaksaan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat di dalam jual belinya. Adapun syarat-syarat jual beli mata uang atau *Al-sharf* pada yaitu:

- a. Taqabudh (tunai) Kedua belah pihak harus melakukan transaksi secara langsung pada lokasi atau tempat sebelum terpisah. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya riba nasi^{ah} yaitu riba yang timbul dikarenakan adanya penangguhan penyerahan dan penerimaan barang.
- b. Al-Tamatsul (kadar dan jumlah harus sama) Al-Tamatsul yaitu apabila suatu jenis dijual dengan jenis yang sama, seperti perak dijual dengan perak atau emas dijual dengan emas, sehingga adanya Tamatsul yang disyaratkan dalam jual beli ini, karena jual beli ini tidak boleh dilakukan kecuali jika kadar dan timbangannya sama.

- c. Tidak ada Khiyar (menentukan pilihan lebih tinggi atau lebih rendah) Khiyar menurut istilah para ahli fikih adalah hak yang dimiliki salah satu atau seluruh pihak akad untuk melanjutkan atau membatalkannya, tidak boleh memberi syarat antara dua orang yang bertansaksi dalam jual beli ini, karena sudah ada qabadh yang merupakan syarat mutlak sahnya jual beli ini.
- d. Tidak Boleh di Tangguhkan Pada transaksi sharf kedua belah pihak atau salah satu pihak yang bertansaksi tidak boleh menangguhkan penyerahan uang untuk jangka waktu tertentu, karena uang tersebut harus diterima dan jatuh sebagai hak milik sempurna masing-masing pihak sebelum mereka berpisah, karena dengan menangguhkan dapat memperlambat kepemilikan sempurna terhadap uang, hal ini bertentangan dengan syarat tunai (Al-Taqabud).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-Money*) DANA ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam (studi pada mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Artinya apabila semakin banyak manfaat yang didapatkan maka akan meningkatkan minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana.
2. Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Artinya mudah atau tidak mudah mahasiswa melakukan transaksi menggunakan uang elektronik (*E-money*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana.

3. Persepsi resiko dan keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Artinya tinggi rendahnya risiko dan keamanan mahasiswa dalam melakukan transaksi menggunakan uang elektronik (*E-money*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana.
4. Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Artinya apabila semakin Tinggi pengetahuan mahasiswa maka akan semakin tinggi minat penggunaan uang elektronik (*E-money*) Dana.
5. Tinjauan ekonomi islam tentang penggunaan (*E-Money*) DANA dalam bertransaksi pada penelitian ini dilihat dari segi akad-akad yang digunakan. Secara garis besar operasional pada penggunaan (*E-Money*) DANA cenderung menggunakan akad sharf atau tukar menukar mata uang. Al-sharf, dasar hukum praktek al-sharf hanya terjadi dalam transaksi jual beli, dimana praktek ini diperbolehkan dalam Islam. Akad al-sharf secara

keseluruhan dapat diidentifikasi dari (*E-Money*) DANA karena secara keseluruhan menyerupai dengan ketentuan dan jenis dari akad al-sharf sebagaimana yang telah tercantum pada Fatwa DSN MUI No.28 Tahun 2002 tentang jual beli mata uang.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry maka penulis memiliki beberapa saran, yakni:

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money* (DANA). Oleh karena itu, mahasiswa agar lebih memanfaatkan serta mencari tahu tentang ilmu pengetahuan dalam menggunakan *E-money* (DANA) untuk menghindari dari resiko yang terjadi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menambahkan objek penelitian yang tidak hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry saja melainkan dengan objek yang lain, sehingga dapat

menjadi bahan perbandingan dengan hasil penelitian ini. Penambahan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-money* (DANA) untuk mengembangkan penelitian yang telah dilakukan, sehingga dapat menambah informasi serta ilmu pengetahuan baik bagi penulis maupun pembaca.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Yusuf, N. A. (2021). Jurnal Manajemen. *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Elektronik Money*, 11 (1), 54-63,
- Alba dan Hutchinson. (1987). Journal of costumer research. *Dimensions of costumer*, 411- 454
- Anjelina. (2018). Jurnal Of Appled Managerial Accounting. *Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money*, 2 (2), 90-102.
- Arista, D. (2011). Jurnal Ilmiah Aset. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. 13 (1), 39-40.
- Astuti, T. D. (2018). Jurnal Ekonomi. *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Baker, et.al. (2002). The Effect of Introduction A New Brand On Consumer Perceptions Of Current Brand Similarity: The Roles Of Product Knowledge and Involvement. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Vol.10, Issues 4. Page 45-57.
- Berlian, R. (2014). *Pengaruh Entosentrisme, Brand Image dan Produk Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Jadi Impor*. *Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi Manajemen, Unversitas Muhammadiyah Surakarta*, hal. 6.
- Elda Reyhan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Referensi Terhadap Niat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Unversitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol 2 No 2.

- Fajar, M. (2021). Jurnal HUMANIS (Humanities, Manajemen, Sciene). Peran *Financial Technology (Fintech)* Dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan, 1 (2), 304-307.
- Gujarati, D. (1999). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hakim, L. (2012). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi*.
- Hermansyah, D. (2017). Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*.
- Hidayanti, H. (2019). Peluang dan Tantangan *Fintech (Financial Technology)* Syariah di Indonesia, 5 (3), 328-329.
- Husen. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi*.
- Idri. (2015). *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Indonesia, B. (2021, Januari 1). *Lembaga Keuangan*. Retrieved from Bank Indonesia.co.id: <https://www.bi.go.id/>
- Istiqomah. (2020). Jurnal Skripsi Ekonomi Islam. *Analisis Tingkat Pemahaman, Kemanfaatan, dan Akad Syariah Terhadap Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Jurnal Skripsi Ekonomi Islam. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan E-Money*.
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*.

- Ilyas, R. (2017). Konsep Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Mamang, E. (2013). Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Nasution. (2010). *Pengenalan Eklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta: kencana.
- Nawawi, I. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Sidoarjo: Swiputra Pustaka Jaya.
- Nengsih, N. (2019). Analisis Terhadap Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Dsn-Mui) Tentang Uang Elektronik Syariah. *Jurnal Hukum Dan Syariah*, 10, 64-66.
- Nurzaman. (2013). *Manajemen Perusahaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Permata, A. (2022). Jurnal *Prosiding National Seminar on Accounting, Financa, and Economics (NSAFE)*, 2 (2), 122 - 125.
- priyono. (2019). Jurnal *Ekonomi*. Analisis Pengaruh Trust and Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Saldo E-Walled Go-Pay .
- Putriani, Y. d. (2015). Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas. *Junal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*.
- Rachmawati, I. A. (2020). Minat Penggunaan E-Money Syariah di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Visi Manajemen*, vol 5 No 3.
- Rahmadi, H. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. *Jurnal Ekonomi*, vol. 3 no. 1.

Rahmat, D. (2011). *Jurnal Ekonomi. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Penggunaan Produk Baru.*

Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Radja Grafindo.

Sari, A. N. (2020). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumen*, vol. 6 no. 1.

Sawarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Solikin, S. (2002). *Uang: Pengertian, Penciptaan, Dan Peranannya Dalam Perekonomian. Jurnal Ekonomi.*

Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3 No. 3.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press Yogyakarta.

Tarantang, J. (2020). *Jurnal Ekonomi Syariah. Elektronik Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, vol. 7 no. 1.

Umanigsih, W. P. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Money. Jurnal Akuntansi.*

Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.

Wardhana, A., & Iba, Z. (2014). *Pengaruh Penjualan Personal*

Terhadap Pengetahuan Produk Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium Di Jawa Barat. *Jurnal Kebangsaan*, 3(5).

Waspada, I. P. (2012). Percepatan Dopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Akseibilitas Layanan Jas *Jurnal Keuangan Dan Perbankan. Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, vol. 16 no. 1.

Wibowo, S. d. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia

.Widiyakala. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Jurnal Manajemen*.

Wijayani. (2017). *Jurnal Ekonomi. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money*.

Yuliadi. (2004). *Ekonomi Moneter*. Jakarta: PT. Indeks.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

IINSTRUMEN PENELITIAN PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO KEAMANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINTA PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (*E-MONEY*) DANA DI TINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Saya adalah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sedang melakukan penelitian “Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko Keamanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (*e-money*) Dana Di Tinjau Dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry). Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di program studi tersebut.

Mahasiswa/i adalah salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang menggunakan *e-money* Dana sebagai responden untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Untuk itu saya mohon ketersediaan mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan jujur dan benar, indetitas serta informasi yang Mahasiswa/i berikan akan dijamin kerahasiaan dan hasilnya semata-mata untuk kegiatan akademik.

Isilah Indetitas sesuai dengan indetitas Anda pada kolom yang telah disediakan.

BIODATA

Nama :

Jenis Kelamin :

NIM :

Jurusan :

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pertanyaan yang paling sesuai dengan pendapat anda.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Pertanyaan untuk persepsi manfaat

NO	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Dengan menggunakan layanan <i>e-money</i> Dana dapat melakukan transaksi dengan praktis.						
2	Dengan layanan <i>e-money</i> Dana memungkinkan saya lebih cepat dalam bertransaksi.						
3	Manfaat layanan <i>e-money</i> Dana dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi.						

Pertanyaan untuk persepsi kemudahan

NO	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	<i>E-money</i> Dana dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun.						
2	Fitur yang ada pada layanan <i>e-money</i> Dana mudah dimengerti.						
3	Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses <i>e-money</i> Dana.						

Pertanyaan untuk persepsi resiko dan keamanan

NO	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Saya percaya bahwa keamanan uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi						
2	Saya merasa pembayaran di situs <i>e-money</i> Dana aman.						

Pertanyaan untuk pengetahuan

NO	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Informasi mengenai <i>e-money</i> Dana mudah untuk didapatkan.						
2	Mudah untuk saya memahami produk <i>e-money</i> Dana beserta pendukungnya.						

3	Mudah bagi saya untuk mengaplikasikan produk <i>e-money</i> Dana.						
---	---	--	--	--	--	--	--

Pertanyaan untuk minat

NO	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Saya berminat membeli sebuah produk dengan menggunakan <i>e money</i> Dana						
2	<i>E-money</i> Dana sangat hemat waktu dan tenaga, sehingga cocok digunakan dimasa depan						
3	Setelah mengetahui tentang <i>e-money</i> Dana saya tertarik menggunakan <i>e-money</i> Dana karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan.						

Lampiran 2 Jawaban Responden Penelitian

Biodata Responden

No	Nama	NIM	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan	Apakah Anda Mengetahui E-money Dana
1	Rusli Azmi	170602017	1	2	1	1
2	Muzakir	170602075	1	2	1	1
3	Restu Sarwo Edi	170602172	1	2	1	1
4	Safriyan Syahri	170602123	1	2	1	1
5	Shahibul izar	180603055	1	3	2	1
6	Mutiara Islamia	190603363	2	3	2	1
7	M.Faris Ardian	180603007	1	3	2	1
8	Zilfa radhiyyah	180603091	2	3	2	1
9	Mela	190602100	2	2	3	1
10	Putri Marlinda	180604015	2	1	2	1
11	Tas'ary Azzuzi	170602151	1	2	1	1
12	Siti	180604014	2	1	2	1
13	Fadhil Pamungkas	170602050	1	2	1	1

14	Saskia Yolanda	190603121	2	3	3	1
15	Nur Rahma	180604068	2	1	2	1
16	Putra aulianda	170602098	1	2	1	1
17	Marsyalina	180503049	2	1	2	1
18	Sayed riski ananda	200602098	1	2	4	1
19	Rahmat Sahputra	180602207	1	2	2	1
20	Abdul Hakim	210604061	1	1	5	1
21	Zulfakar	190602338	1	2	1	1
22	Fahmi Maulana	170602016	1	2	1	1
23	Alvin Ihsan Haskin	170602025	1	2	1	1
24	Dasrila Baitia	180603001	2	3	2	1
25	Khaliza Azkia	190603002	2	3	3	1
26	Muhammad Aqil	170604020	1	1	1	1
27	Cut Karmiana	170604030	2	1	1	1
28	Very Gunawan	170604021	1	1	1	1
29	T Riski Syahputra	170604031	1	1	1	1
30	Arief Maulana	170604022	1	1	1	1

31	Muhammad Akmal Daffa	170604032	1	1	1	1
32	Muhammad Milza Fajrin	170604024	1	1	1	1
33	Asran Hamid	170604034	1	1	1	1
34	Zarrah	170604025	2	1	1	1
35	Fitrianisa	170604035	2	1	1	1
36	Dasrila baitia	160603001	2	3	2	2
37	Rofi Tri Guswadi	170604010	1	1	2	1
38	Siska Nurnannah	180604022	2	1	2	1
39	Nurul 'Ala Diyanti	170604011	2	1	2	1
40	Nurul 'Ala Diyanti	180604011	2	1	2	1
41	Safrina Binti Safwan	180604022	2	1	2	1
42	Andri Febriyanda	180604012	1	1	2	1
43	Hayatul Wardani	180604023	2	1	2	1
44	Siti Rahma Tila	180604014	2	1	2	1
45	Hafiz Aulia	180604024	1	1	2	1
46	Putri Marlina	180604015	2	1	2	1
47	Afrianda Saputra	180604165	1	1	2	1

48	Yunda Oktavia	180604164	2	1	2	1
49	Lusika Nadia	180604162	2	1	2	1
50	Amelia	180604161	2	1	2	1
51	T Zul Ilham Fajri	180604160	1	1	2	1
52	Nadila Rahmah	180604175	2	1	2	1
53	Wais Al Karni	180604174	1	1	2	1
54	M. Al Fairuz	180604173	1	1	2	1
55	Sentia Wati	180604172	2	1	2	1
56	Muhammad Zikrian Maulana	180604171	1	1	2	1
57	Muhammad Reza	180604170	1	1	2	1
58	Ike Irviana Putri	180604159	2	1	2	1
59	Mau Lita Sari	180604158	1	1	2	1
60	Suci Magfirah	180604157	2	1	2	1
61	Sari Nurmetri	180604156	2	1	2	1
62	Rossy Amalia	180604155	2	1	2	1
63	Riski Ramadhan	190604015	1	1	3	1
64	MOH. RAFI	190604014	1	1	3	1

65	M Azwan Chalza	190604013	1	1	3	1
66	T Hafifulsyah	190604012	1	1	3	1
67	Farhan Zikri	190604011	1	1	3	1
68	Julianti	190604010	2	1	3	1
69	Rizka Fonna	190604025	2	1	3	1
70	Sifa Bunaya	190604024	2	1	3	1
71	Sunita Andriani	190604023	2	1	3	1
72	Mikial Bulkia	190604022	2	1	3	1
73	M Nazar	190604021	1	1	3	1
74	Ratna Mardin	190604020	2	1	3	1
75	Soraya Nazar	190604080	2	1	3	1
76	Raudhatul Sania	190604079	2	1	1	1
77	Fakhrisqa Mauliza	190604078	2	1	3	1
78	Andre Rifandi	190604077	1	1	3	1
79	Fitriani	190604076	2	1	3	1
80	Salwa Salsabila	190604075	2	1	3	1
81	Aris Andika	190604105	1	1	3	1
82	Hesti Tiansih	190604104	2	1	3	1

83	Ferri Irawan	190604103	1	1	3	1
84	Muhibbal Khairi	190604102	1	1	3	1
85	Lis Melia Wati	190604101	2	1	3	1
86	Raudhatul Jannah	190604100	2	1	3	1
87	Aris Fahrezi	200604015	1	1	4	1
88	Aulia Rizia	211064013	2	1	5	1
89	Ami Afrida	211064069	2	1	5	1
90	Uslun Jaya	216604077	1	1	5	1
91	Rasi Khunail Ilmi	211064073	1	1	5	1
92	Rahmad Ridwan	216604067	1	1	5	1
93	Shailia Mahira	211064063	2	1	5	1
94	Nazira Safitri	216604006	2	1	5	1
95	Masriati	211064013	2	1	5	1
96	Hijril Aswat	211064030	1	1	5	1
97	Muhammad Ilham Rabbani	200604023	1	1	4	1
98	Aguswanto	200604037	1	1	4	1
99	Aguswanto	200604037	1	1	4	1

100	Muhammad Fadhli	200604046	1	1	4	1
101	Rahmi Zahratunnisa	200604059	2	1	4	1
102	Gagah Gemasih	200604069	1	1	4	1
103	Irwandi	200604077	1	1	4	2
104	Farellio	200604071	1	1	4	1
105	Muhammad Indra Budiman	200604061	1	1	4	1
106	Fadil Arfat	200604040	1	1	4	1
107	Fabi Cardova	200604025	1	1	4	1
108	Muammar Rizky	170602006	1	2	1	1
109	Teuku Sultan AL Faruq Mudalanga	170602027	1	2	1	1
110	Hari Rusmadi	170602034	1	2	1	1
111	Rizki Fitrayandi	170602076	1	2	1	1
112	Cut Elsa Fahira	170602108	2	2	1	1
113	Kautsar	170602200	1	2	1	1
114	Muchlisin Muhariska	170602215	1	2	1	1
115	Tajul Fuzari	170602209	1	2	1	1
116	Rista Jiana Husda	170602140	2	2	1	1

117	Yessy Yeisarah	170602089	2	2	1	1
118	Maisuri Novika	180602023	2	2	2	1
119	Raju safti ilza	180603038	1	3	2	1
120	Julia Rahmah	180603037	2	3	2	1
121	Retno puji lestari	180603019	2	3	2	1
122	Sintia wulandari	180603020	2	3	2	1
123	Novida Yanti	180603002	2	3	2	1
124	Salsabila	180603018	2	3	2	1
125	M.faris ardian	180603007	1	3	2	2
126	Arif Fadhillah	180603008	1	3	2	1
127	Sri Afriani	180603003	2	3	2	1
128	Sri Putri Anggraini	180603004	2	3	2	1
129	Alisha yahwa basaqi	180603006	2	3	2	2
130	Rahmi	180603005	2	3	2	1
131	Zikrullah Irwanda	180603024	1	3	2	1
132	Annisatul Ulfa	180603025	2	3	2	1
133	Hafni muktar	180603023	2	3	2	1
134	Tazkiyatun nafisah	180603022	2	3	2	1

135	Rosdiana	180603009	2	3	2	2
136	Ulva fazriah	180603010	2	3	2	1
137	Putri aidia	180603017	2	3	2	1
138	Nada Nafisah	180603016	2	3	2	1
139	Nurul fitria	180603015	2	3	2	1
140	Ikhwanul Muslim	180603012	1	3	2	1
141	Nabila Ramadhani	180603013	2	3	2	1
142	Otrie Yolanda chikit	180603014	2	3	2	1
143	Qatrun Nada	180602006	2	2	2	1
144	Muhammad Al hafik	180603026	1	3	2	1
145	Furri Narisah	180602010	2	2	2	1
146	Ririn ariska	180603026	2	3	2	1
147	Muhammad Yunizar	180602018	1	2	2	1
148	Alfi Hasanah	180603035	2	3	2	1
149	Wahyudi Ashal	180602024	1	2	2	1
150	Annisatun Wardah	180603028	2	3	2	1
151	Dinda Mardhatillah Saiful	180602030	2	2	2	1

152	Nurmasyitah	180603030	2	3	2	1
153	Munasir Afdal	180602036	1	2	2	2
154	Uswatun Rafina	180602042	2	2	2	1
155	Zhafira qaulan tsaq	180603036	2	3	2	2
156	Zahratul aulia	180603034	2	3	2	1
157	Silka Amalia	180602048	2	2	2	1
158	Ervandhi Pratama	180602054	1	2	2	1
159	Syifa Aprilia	180603029	2	3	2	1
160	Azfa azkia ukhaq	180603031	2	3	2	1
161	Tariq Nafis Adama	180602060	1	2	2	1
162	Ayrizal Apriliana putri	180603033	2	3	2	1
163	Nurul Ajwa	180602066	2	2	2	1
164	Teuku DI Alkautsar	180602072	1	2	2	1
165	Cut sabiella fitri	180603032	2	3	2	1
166	Arafah Aini	180602079	2	2	2	1
167	Fikri Syahendra	180602085	2	2	2	1
168	Muhammad Haikal	180602091	1	2	2	1

169	Muhammad Iqbal	180602097	1	2	2	1
170	Teuku Rian Zunuanis	180602103	1	2	2	1
171	Andre Pratama	180602109	1	2	2	2
172	Aulia Syahputra	180602115	1	2	2	1
173	Kata Maulana Ikbāl	180602121	1	2	2	2
174	Suci Kamalianda	180602127	2	2	2	1
175	Putroe Asyura	180602133	2	2	2	1
176	Khairun Nisa	180602139	2	2	2	1
177	Iskandar Muda	180602145	1	2	2	1
178	Zidan Alkhairi	180602151	1	2	2	1
179	Nanda Rizqa Mutia	190602005	2	2	3	1
180	Desi Rahmadani Fitri	190602011	2	2	3	1
181	Muhammad Maulana Arif	190602017	1	2	3	1
182	Rizkia Susantri	190602023	2	2	3	1
183	Nursela Insani	190602029	2	2	3	1
184	Agra Firman Maulana	190602035	2	2	3	2

185	Muhammad Wahyu Pratama	190602041	1	2	3	1
186	Andara Attaya Rasti	190602047	2	2	3	1
187	Rieska Febriyana	190602053	2	2	3	1
188	Geubrina Rizki	190602059	2	2	3	2
189	Lutfi Yudialamsyah	190602065	1	2	3	1
190	Suci Ramadhani	190602071	2	2	3	1
191	Ilham	190602078	1	2	3	1
192	M. Rifal	190602084	1	2	3	1
193	Syahbul Milatul	190602092	1	2	3	2
194	Cici Milatul Aini	190602098	2	2	3	1
195	Muhammad Aidil	190602104	1	2	3	1
196	Saufa Yardha Nataja	190602110	2	2	3	1
197	Indah Raiyan	190602116	2	2	3	1
198	Muhammad Kausar	190602122	1	2	3	1
199	Annisa Rahmah	190602128	2	2	3	1
200	Ananda Hudia Fitra	190602134	2	2	3	1
201	Ahmad Mursal	190602140	1	2	3	1

202	Irdha Maghfirah	190602146	2	2	3	1
203	Janisah	190602152	2	2	3	1
204	Shifa Shabrina Salda	200602002	2	2	4	1
205	Khaliza	200602008	2	2	4	1
206	Ismah Pasaribu	200602014	2	2	4	1
207	Ramadhan Fritria	200602020	2	2	4	2
208	M. Hibban Maulana	200602026	1	2	4	1
209	Muhammad Fadhly Ihsanuddin	200602032	1	2	4	1
210	Zidane Habiburrahman	200602025	1	2	4	1
211	Fachrul Razi	200602039	1	2	4	2
212	Marwah Mulia	200602046	1	2	4	1
213	Ramadham Muhammad Dhaffa	200602117	1	2	4	1
214	Nafira Ulya	200602114	2	2	4	1
215	Duta Abrar	200602109	1	2	4	2
216	DEMA iSNIA	200602107	2	2	4	1
217	Dia Adarita Ramadhani	200602105	2	2	4	1

218	Waddah Inayanti	200602007	2	2	4	1
219	Novida	200602010	2	2	4	1
220	Intan Fatimah Zahrah	200602023	2	2	4	1
221	Muhammad Fadhil	200602052	1	2	4	1
222	Ahmad Fuad Sungkar	200602048	1	2	4	1
223	Devi Rinanda	200602055	2	2	4	1
224	Isra Wulya Putri	200602029	2	2	5	1
225	Dewi Ananda Munte	200602110	2	2	4	1
226	Mansura	200602101	2	2	4	1
227	Reza Asmawan	200602030	1	2	4	1
228	Muhammad Reza Fahmi	200602099	1	2	4	1
229	Muhammad Zamzami	200602106	1	2	4	1
230	Muhammad Farhan	200602112	1	2	4	1
231	Bambang Gunawan	200602071	1	2	4	1
232	Putri Ayu	210602003	2	2	5	1
233	Afdhalul Raji	210602134	1	2	5	2
234	Fanida Ulya	210602006	2	2	5	1

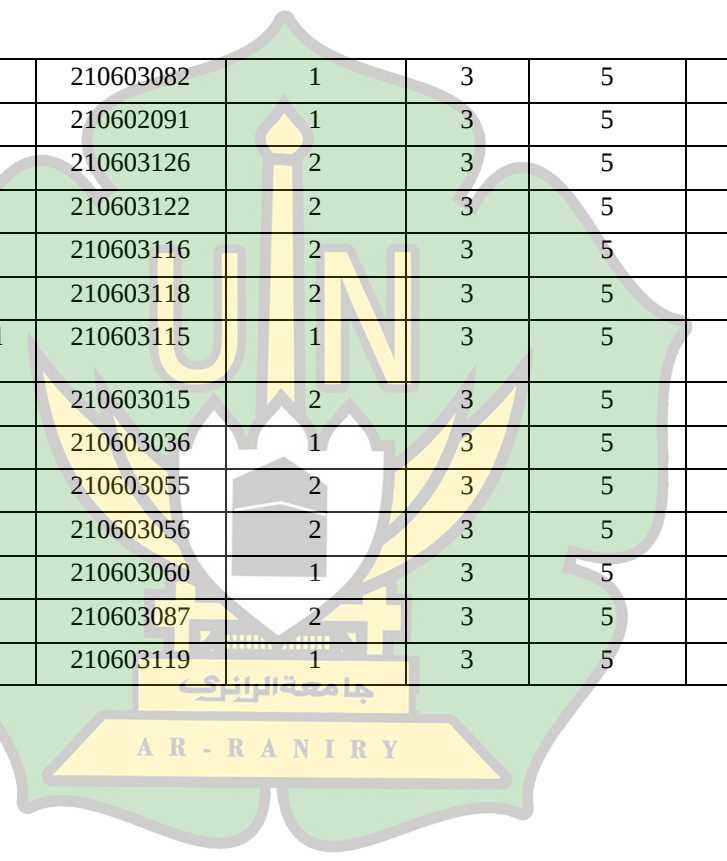
235	Restu Alfin Pahri	210602024	1	2	5	2
236	Nur Kholisa	210602037	2	2	5	1
237	Muhammad Farhan	210602039	1	2	5	1
238	Qismul Ambiya	210602044	1	2	5	2
239	Tiara Fatin Husnum	210602148	2	2	5	1
240	Raiza Mahera	210602028	2	2	5	1
241	Cut Natasha Ladika	210602012	2	2	5	1
242	Muhammad Rafi Ikram	210602030	1	2	5	2
243	Ummi Salamah	210602040	2	2	5	1
244	Bayu Kurniawan	210602052	1	2	5	1
245	Widya Achryanti	210602085	2	2	5	1
246	Nuril Ismi	210602115	2	2	5	1
247	Tamara Rajwa Rihadatul 'Aisyi	170603002	2	3	1	1
248	Bianca Rara Tamadania	170603019	2	3	1	1
249	Mukhami	170603020	2	3	1	1
250	Alfat Syaputra	170603055	1	3	1	1

251	Tutia Miranda	170603043	2	3	1	1
252	Muhammad Yasid	1790603049	1	3	1	1
253	Nafilah Afrach Shanty	170603107	2	3	1	1
254	Muhammad Iqbal	170603139	1	3	1	1
255	Ida Jumia	170603159	2	3	1	1
256	Rayhan Anthika	170603142	2	3	1	1
257	Nur Falizah	170603013	2	3	1	1
258	Mukhami	170603020	2	3	1	1
259	Tia Marlina	170603053	2	3	1	1
260	Cut Maisy Ardiantasyah	190603006	2	3	3	2
261	Miftahil Jannah	190603008	2	3	3	1
262	Budi Rizkqi	190603011	1	3	3	1
263	Dilla Wanda	190603022	2	3	3	1
264	Della Romaya	190603017	2	3	3	1
265	Khusunul Haqmi	190603037	1	3	3	1
266	Rozatul Sonia	190603021	2	3	3	1
267	Zidni Ilman	190603071	1	3	3	1

268	Faridah Nur	190603068	2	3	3	1
269	Cut Irhamna	190603357	2	3	3	1
270	Muhajirin	190603015	1	3	3	1
271	Khairol Anwar	190603025	1	3	3	1
272	Muhammad Balyan	190603034	1	3	3	1
273	Nur Mala	190603066	2	3	3	1
274	Rifanabila	190603072	2	3	3	1
275	T. Alfiansyah	190603083	1	3	3	1
276	Muhammad Romy Faza	190603051	1	3	3	1
277	Ash Shiddiq	190603060	1	3	3	1
278	Zikrul Prima Setia	190603112	1	3	3	1
279	Azira Shafina	190603145	2	3	3	1
280	Arita	190603306	2	3	3	1
281	Arifin Rifqa	190603142	1	3	3	1
282	Vidya Musni	190603020	2	3	3	1
283	Norman	190603146	3	3	3	1
284	Nurmala	200603006	2	3	4	2

285	Rahiman	200603023	1	3	4	1
286	Delvi Putri	200603009	2	3	4	1
287	Fitrisma Wan Syahira	200603024	2	3	4	1
288	Febi Calista Rasyada	200603020	2	3	4	1
289	Rifqi Muhammad Abror	200603036	1	3	4	2
290	Muksalmina	200603039	1	3	4	1
291	Dwi Anggely Surah	200603045	2	3	4	1
292	Nazila Oufa	200603050	2	3	4	1
293	Rahmatillah	200603001	2	3	4	2
294	Nazar Aulia Hidayah	200603011	2	3	4	1
295	Asmaul Husna	200603097	2	3	4	1
296	Teuku Raja Mulki	200603111	1	3	4	1
297	Dhaifa Marzuka	200603105	2	3	4	1
298	Yuni Maulina	200603102	2	3	4	1
299	Fachreza	200603101	1	3	4	1
300	Juliansyah Putra	200603108	3	3	4	1
301	Ilham maulana	200603061	1	3	4	1

302	Muhammad Naim	200603090	1	3	4	1
303	Ulfa Meirinda	200603086	2	3	4	1
304	Nadianti Jannah	200603052	2	3	4	1
305	M. Aljazuri	200603063	1	3	4	1
306	Tuti Wahyuni	210603002	2	3	5	1
307	Haira Fitri	210603006	2	3	5	2
308	Suhaida	210603050	2	3	5	1
309	Fajri	210603088	1	3	5	1
310	Salmina Sari	210603084	2	3	5	1
311	Muhammad Wahyu Mustaqim	210603099	1	3	5	2
312	Syifa Ulfia	210603042	2	3	5	1
313	Riski Alfinda	210603022	1	3	5	1
314	Nurul Habibi	210602007	2	3	5	1
315	Elsa Fahira	210603040	2	3	5	1
316	Masyithah	210603044	2	3	5	1
317	T. Fahmi Maudiansyah	210603066	3	3	5	1
318	Tri Nurainun	210603073	2	3	5	1



319	Riski Firnanda	210603082	1	3	5	1
320	Riza Alwandika	210602091	1	3	5	1
321	Raisa Amini	210603126	2	3	5	2
322	Adzkia Shyafara	210603122	2	3	5	1
323	Dewi Anisah	210603116	2	3	5	1
324	Kelamasari	210603118	2	3	5	1
325	Muhammad Khairul Waritsin	210603115	1	3	5	1
326	Iqkelima	210603015	2	3	5	1
327	Raja Maolana	210603036	1	3	5	1
328	Ana Julia	210603055	2	3	5	2
329	Nirwana	210603056	2	3	5	1
330	Abdushamad	210603060	1	3	5	2
331	Salfadila Assyifa	210603087	2	3	5	1
332	Fandy Fahreza	210603119	1	3	5	1

Lampiran 3 Tabulasi Data

Dimensi Persepsi

Persepsi Manfaat			Persepsi Kemudahan			Persepsi Resiko dan Keamanan	
PM1	PM2	PM3	PK1	PK2	PK3	PRDK1	PRDK2
4	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4

5	5	4	5	4	5	4	3
5	5	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	2	3	1	2
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	3	3
4	5	5	5	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	2	1	4	3	3
5	4	5	5	4	5	5	4
2	2	3	3	3	3	2	1
5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	2	1	1	2	3	2
5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	1	3	2	4	2	3
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2

4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	3	3	3	1	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4

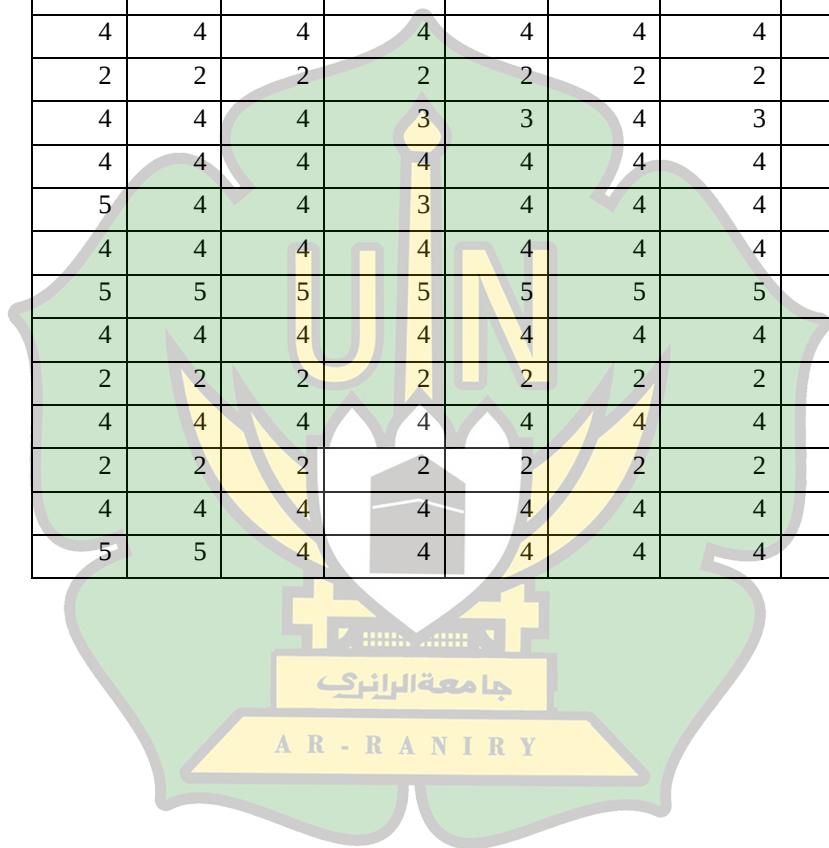
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	3	3	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3

5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4



Pengetahuan dan Minat

Pengetahuan			Minat		
PG1	PG2	PG3	MN1	MN2	MN3
4	4	4	3	3	4
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
4	3	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5

4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5
3	3	4	2	4	1
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5

3	2	2	3	1	3
5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
1	3	2	1	3	3
4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
2	3	4	2	3	2
5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
1	2	1	2	1	2
5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2

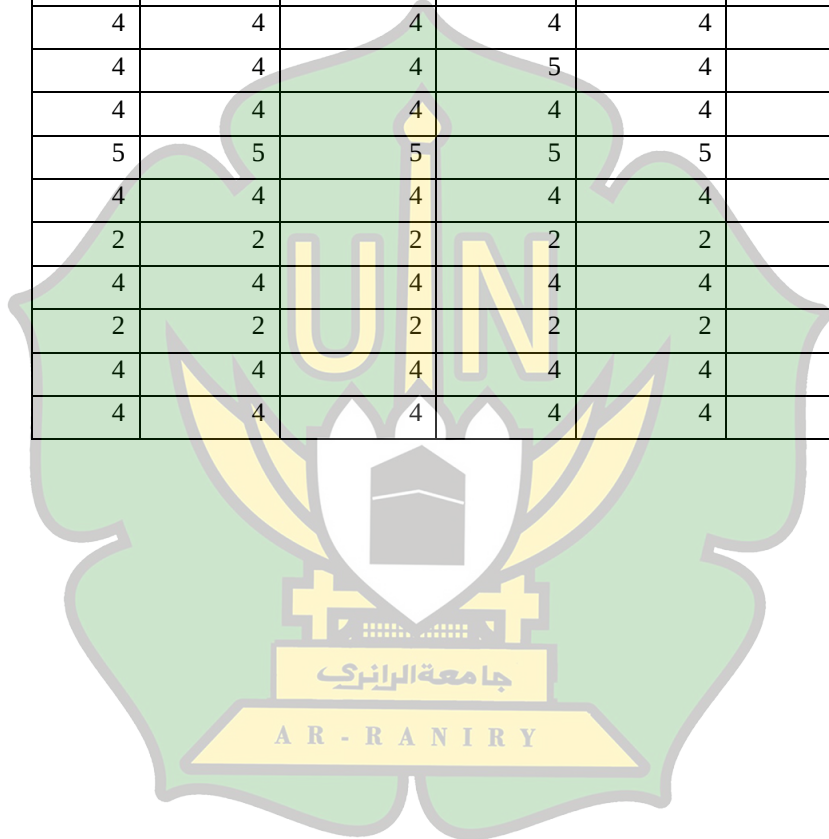
[illegible]

3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
	4	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4



Lampiran 4 data SPSS

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	150	45.2	45.2	45.2
Valid Perempuan	182	54.8	54.8	100.0
Total	332	100.0	100.0	

Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ilmu Ekonomi	86	25.9	25.9	25.9
Ekonomi Syariah	117	35.2	35.2	61.1
Valid Perbankan Syariah	129	38.9	38.9	100.0
Total	332	100.0	100.0	

Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2017	44	13.3	13.3	13.3
2018	98	29.5	29.5	42.8
2019	75	22.6	22.6	65.4
2020	62	18.7	18.7	84.0
2021	53	16.0	16.0	100.0
Total	332	100.0	100.0	

Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		PM1	PM2	PM3	Persepsi Manfaat
PM1	Pearson Correlation	1	.903**	.880**	.962**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	332	332	332	332
PM2	Pearson Correlation	.903**	1	.905**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	332	332	332	332
PM3	Pearson Correlation	.880**	.905**	1	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	332	332	332	332
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	.962**	.971**	.962**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	332	332	332	332

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

Correlations

		PK1	PK2	PK3	Persepsi Kemudahan
PK1	Pearson Correlation	1	.897**	.872**	.961**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	332	332	332	332
PK2	Pearson Correlation	.897**	1	.883**	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	332	332	332	332
PK3	Pearson Correlation	.872**	.883**	1	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	332	332	332	332
Persepsi Kemudahan	Pearson Correlation	.961**	.965**	.955**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	332	332	332	332
---	-----	-----	-----	-----

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

Correlations

		PRDK1	PRDK2	Persepsi Resiko dan Kemudahan
PRDK1	Pearson Correlation	1	.912**	.978**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	332	332	332
PRDK2	Pearson Correlation	.912**	1	.977**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	332	332	332
Persepsi Resiko dan Kemudahan	Pearson Correlation	.978**	.977**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	332	332	332

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

Correlations

		PG1	PG2	PG3	Pengetahuan
PG1	Pearson Correlation	1	.902**	.915**	.969**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	331	330	331	330
PG2	Pearson Correlation	.902**	1	.911**	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	330	331	331	330
PG3	Pearson Correlation	.915**	.911**	1	.972**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	331	331	332	330
Pengetahuan	Pearson Correlation	.969**	.968**	.972**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	330	330	330	330

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

Correlations

		MN1	MN2	MN3	Minat
MN1	Pearson Correlation	1	.913**	.929**	.974**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	332	332	332	332
MN2	Pearson Correlation	.913**	1	.914**	.969**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	332	332	332	332
MN3	Pearson Correlation	.929**	.914**	1	.974**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	332	332	332	332
Minat	Pearson Correlation	.974**	.969**	.974**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	332	332	332	332

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PM1	8.27	2.596	.913	.950
PM2	8.27	2.543	.932	.936
PM3	8.26	2.656	.915	.949

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	8.15	2.452	.912	.937
PK2	8.18	2.428	.920	.932
PK3	8.16	2.543	.901	.946

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRDK1	3.98	.673	.912	.
PRDK2	3.97	.691	.912	.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PG1	8.11	2.344	.929	.955
PG2	8.09	2.371	.928	.956
PG3	8.07	2.353	.938	.948

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MN1	8.13	2.349	.942	.955
MN2	8.13	2.391	.930	.963
MN3	8.13	2.387	.942	.954

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Persepsi Manfaat	.330	330	.000	.761	330	.000
Persepsi Kemudahan	.324	330	.000	.780	330	.000
Persepsi Resiko dan Kemudahan	.323	330	.000	.814	330	.000
Pengetahuan	.352	330	.000	.750	330	.000
Minat	.363	330	.000	.734	330	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Multikolineritas

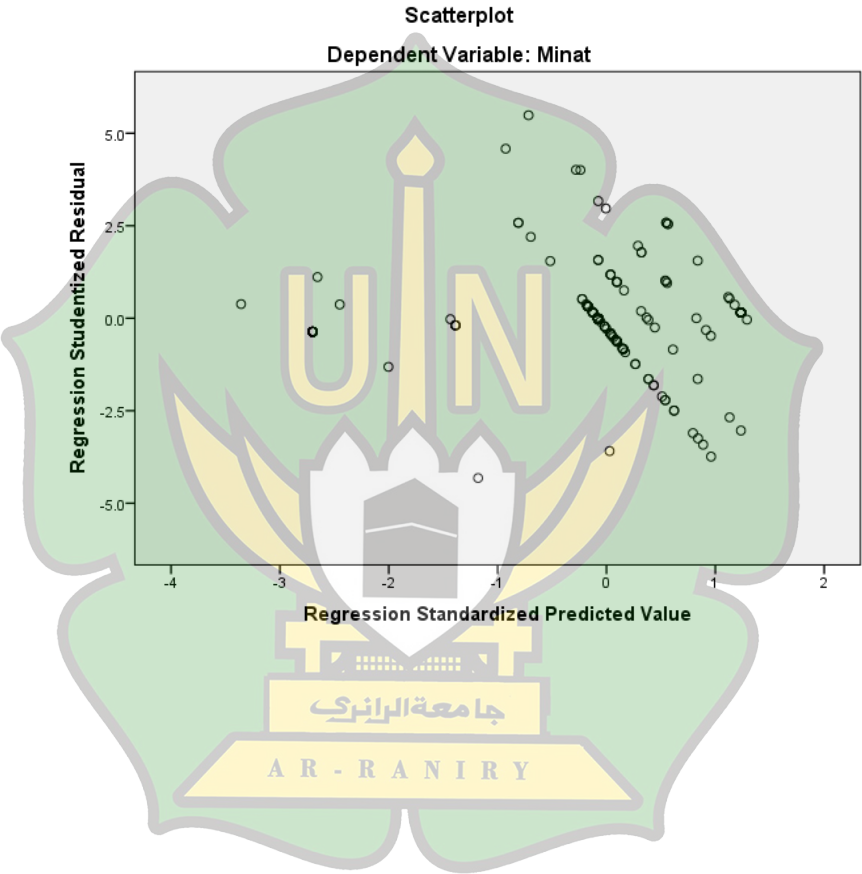
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.444	.189		2.341	.020		
1 Persepsi Manfaat	.251	.045	.262	5.589	.000	.104	9.623
Persepsi Kemudahan	-.122	.050	-.125	-2.425	.016	.087	11.533
Persepsi Resiko dan Kemudahan	.103	.056	.072	1.852	.065	.150	6.684

Pengetahuan	.767	.056	.764	13.806	.000	.075	13.376
-------------	------	------	------	--------	------	------	--------

a. Dependent Variable: Minat

Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan, Persepsi Resiko dan Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.962 ^a	.926	.925	.629

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Persepsi Resiko dan Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1599.744	4	399.936	1009.877	.000 ^b
	Residual	128.708	325	.396		
	Total	1728.452	329			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Persepsi Resiko dan Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.444	.189		2.341	.020

Persepsi Manfaat	.251	.045	.262	5.589	.000
Persepsi Kemudahan	-.122	.050	-.125	-2.425	.016
Persepsi Resiko dan Kemudahan	.103	.056	.072	1.852	.065
Pengetahuan	.767	.056	.764	13.806	.000

a. Dependent Variable: Minat

