



**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN UANG  
ELEKTRONIK DENGAN KEINOVATIFAN  
PERSONAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang  
Angkatan 2016)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Universitasn Negeri Semarang**

**Oleh**

**Dinda Monica**

**7101416042**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang penelitian skripsi pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 24 April 2020

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si

NIP.198201302009121005

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters and flourishes.

Kardiyeem, S.Pd., M.Pd

NIP.198712282015042001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 4 Mei 2020

Penguji I

Dr. Jarot Tri Bowo S, S.Pd., M.Si.

NIP. 197605072008121001

Penguji II

Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198603102015042001

Penguji III

Kardiyen, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198712282015042001

Mengetahui,



Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi

Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.

NIP. 196307181987021001

...

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Monica  
NIM : 7101416042  
Tempat, Tanggal Lahir : Indramayu, 9 November 1998  
Alamat : Jl. Lohbener lama No.19 rt.21, rw.05 Kec.  
Lohbener, Kab. Indramayu, Jawa Barat

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 24 April 2020



Dinda Monica  
NIM.7101416042

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

“Jika engkau tertimpa suatu musibah, maka janganlah engkau katakan: seandainya aku lakukan demikian dan demikian. Akan tetapi hendaklah kau katakan: ini sudah jadi takdir Allah. Setiap apa yang telah Dia kehendaki pasti terjadi. Karena perkataan law (seandainya) dapat membuka pintu setan." (HR Muslim)

### **Persembahan:**

1. Bapak Kadiyah (Alm) dan Ibu Sumiyati, orang tua yang sangat hebat yang selalu memberikan motivasi, doa, dukungan moral dan finansial serta segalanya untukku.
2. Nenekku, Ibu Elik yang telah merawatku dengan kasih sayang sedari kecil hingga bisa seperti sekarang ini.
3. Kakakku, Efriyandi yang selalu memberikan semangat.
4. Teman-teman Pendidikan Akuntansi A 2016 dan semua pihak yang telah membantu.
5. Almamaterku Universitas Negeri Semarang yang sangat membanggakan.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinan Minat Penggunaan Uang Elektronik dengan Variabel Keinovatifan Personal Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016)”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S1) pada program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dengan segenap rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fatur Rokhman, M.Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA., PhD. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Ahmad Nukhin, S.Pd., M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Kardiyem, S.Pd., M.Pd. Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Penguji III yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

5. Dr. Jarot Tri Bowo S, S.Pd, M.Si., selaku Dosen Penguji I dan Ita Nuryana, S.Pd, M.Pd., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Si selaku Dosen Wali yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmunya.
8. Teman-teman mahasiswa Pendidikan Akuntansi A 2016 dan teman-teman Himpunan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi (HIMA PE) yang telah memeberikan dukungan, semangat dan motivasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas kebaikan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pembaca.

Semarang, 24 April 2020

Penulis

## SARI

**Monica, Dinda. 2020.** “ *Determinan Minat Penggunaan Uang Elektronik dengan Variabel Keinovatifan Personal sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016)*”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Kardiyem, S.Pd.,M.Pd.

**Kata Kunci: Uang Elektronik, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Keinovatifan Personal.**

Minat penggunaan uang elektronik yang merupakan teknologi baru di bidang pembayaran masih rendah, termasuk dikalangan mahasiswa yang terpelajar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik dengan keinovatifan personal sebagai moderasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016 yang berjumlah 6.329 mahasiswa, dan sampel penelitian sejumlah 376 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel adalah *proportional random sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket. Metode analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS 3.2.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan minat penggunaan uang elektronik, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan keinovatifan personal berada pada kategori tinggi, persepsi risiko pada kategori cukup. Terdapat empat hipotesis ditolak dan tiga hipotesis diterima dari total tujuh hipotesis. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan keinovatifan personal berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik secara berturut-turut sebesar 55,6%, 31,75% dan 12%. Sedangkan variabel keinovatifan personal tidak memoderasi variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Simpulan penelitian bahwa keinovatifan personal sebagai moderasi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik. Variabel eksogen persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik kecuali variabel eksogen persepsi risiko. Saran yang diberikan yaitu mahasiswa harus menambah literasi penggunaan uang elektronik, *upgrade* dan mempelajari *future-future* yang ada pada aplikasi uang elektronik, serta memperkenalkan uang elektronik kepada sesama mahasiswa sebagai bentuk pengaplikasian keinovatifan personal yang dimiliki responden.



## ABSTRACT

**Monica, Dinda.** 2020. "Determine of Behavioral Intention to Use Electronic Money with Personal Innovativeness Variables as Moderation Variables (Study on Semarang State University Students Force 2016)" . Final Project. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor: Kardiyem, S.Pd., M.Pd.

**Keywords: Electronic Money, Perception of Use, Perception Ease of Use, Risk Perception, Personal Innovativeness.**

Behavioral Intention to use of electronic money which is a new technology in the field of payment is still low, including among students who are educated. The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk of behavioral intention to use electronic money with personal innovativeness as moderation.

The population in this study were all active students of the Semarang State University 2016 Force totaling 6,329 students, and the research sample of 376 students. The sampling technique is proportional random sampling. The sampling technique used is proportional random sampling. Data collection was carried out using a questionnaire. The analytical method used is the Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS 3.2 analysis tool.

Descriptive statistical results show behavioral intention to use electronic money, perceived usefulness, perceived ease of use, and personal innovativeness are in the high category, risk perception in the sufficient category. There are four hypotheses rejected and three hypotheses accepted from a total of seven hypotheses. Perception usefulness, perceived ease of use and personal innovativeness have a significant effect on behavioral intention to use electronic money, respectively at 55.6%, 31.75% and 12%. While, the personal innovativeness variable does not moderate the perceived of usefulness, perceived ease to use and, perceived risk perception of behavioral intention to use electronic money.

Conclusions of the study that personal innovation as moderation does not affect the interest in using electronic money. Exogenous variables of perceived usefulness, and perceived ease of use affect interest in using electronic money except exogenous variables of risk perception. The advice given is that students should increase literacy in the use of electronic money, upgrade and study features available in the application of electronic money, and introduce electronic money to fellow students as a form of personal innovativeness application owned by respondents.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>SARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	16
1.3 Cakupan Masalah .....	19
1.4 Perumusan Masalah.....	19
1.5 Tujuan Penelitian .....	20
1.6 Kegunaan Penelitian.....	22
1.7 Orisinilitas Penelitian .....	23
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
2.1 Kajian Teori Utama.....	25
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	25
2.1.2. Teori Atribusi.....	31
2.2 Kajian Variabel Penelitian.....	33
2.2.1 Minat Penggunaan Uang elektronik ( <i>Behavioral Intention</i> ) .....	33

2.2.2	Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	39
2.2.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) .....	42
2.2.4	Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	45
2.2.5	Keinovatifan Personal ( <i>Personal Innovativeness</i> ) .....	49
2.3	Kajian Penelitian Terdahulu .....	52
2.4	Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian .....	59
2.4.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	59
2.4.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	60
2.4.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	62
2.4.4	Pengaruh Keinovatifan Personal terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	63
2.4.5	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	64
2.4.6	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	66
2.4.7	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperlemah Pengaruh Negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	67
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>71</b>
3.1	Jenis dan desain Penelitian .....	71
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	71
3.2.1	Populasi .....	71
3.2.2	Sample .....	72
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	73
3.3	Variabel Penelitian .....	75
3.3.1	Variabel Laten Endogen ( $\eta$ ).....	75
3.3.2	Variabel Laten Eksogen ( $\epsilon$ ) .....	77
3.3.3	Variabel Moderasi.....	81
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	82

3.5	Instrumen Penelitian.....	83
3.5.1	Uji Validitas.....	83
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	89
3.6	Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	90
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	90
3.6.2	Analisis Statistik Inferensial.....	94
3.6.3	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	96
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>98</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	98
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	98
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	100
4.1.3	Analisis Statistik Inferensial.....	114
4.1.4	Uji Hipotesis .....	124
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	128
4.2.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	128
4.2.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	132
4.2.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	136
4.2.4	Pengaruh Keinovatifan Personal terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	139
4.2.5	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik	141
4.2.6	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	142
4.2.7	Peran Keinovatifan Personal dalam Memperlemah Pengaruh Negatif Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik .....	144

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>146</b>
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran .....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>149</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>154</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Daftar Penyelenggara Uang Elektronik Per 12 Maret 2020 .....	3
Tabel 1. 2	Daftar <i>Outlet</i> Makanan dan Minuman yang Menerima Pembayaran Non Tunai .....	9
Tabel 2. 1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	52
Tabel 3. 1	Populasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang .....	72
Tabel 3. 2	Sampel Mahasiswa Universitas Negeri Semarang .....	74
Tabel 3. 3	Kisi-Kisi Instrumen Minat Penggunaan Uang Elektronik atau <i>Behvioural Intention</i> (BI).....	76
Tabel 3. 4	Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Kegunaan atau <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	78
Tabel 3. 5	Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Kemudahan Penggunaan atau <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU) .....	79
Tabel 3. 6	Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Risiko atau <i>Perceived Risk</i> (PR).....	81
Tabel 3. 7	Kisi-Kisi Instrumen Keinovatifan Personal atau <i>Personal Innovativaness</i> (PI) .....	82
Tabel 3. 8	Penilaian Jawaban Responden.....	83
Tabel 3. 9	Validitas Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik atau <i>Behvioural Intention</i> (BI).....	84
Tabel 3. 10	Validitas Variabel Persepsi Kegunaan atau <i>Perceived Usefulness</i> (PU) .....	85
Tabel 3. 11	Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan atau <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU) .....	86
Tabel 3. 12	Validitas Variabel Persepsi Risiko atau <i>Perceived Risk</i> (PR) .....	87
Tabel 3. 13	Validitas Variabel Keinovatifan Personal atau <i>Personal Innovativanses</i> (PI) .....	88
Tabel 3. 14	Validitas Hasil Reliabilitas Variabel Penelitian .....	89
Tabel 3. 15	Kategori Penilaian Analisis Deskriptif Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	91
Tabel 3. 16	Kategori Penilaian Analisis Deskkriptif Variabel Persepsi Kegunaan .....	92
Tabel 3. 17	Kategori Penilaian Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	92
Tabel 3. 18	Kategori Penilaian Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko .....	93
Tabel 3. 19	Kategori Penilaian Analisis Deskriptif Variabel Keinovatifan Personal .....	94
Tabel 4. 1	Tahun Mulai Penggunaan Uang Elektronik Mahasiswa.....	98
Tabel 4. 2	Jenis Uang Elektronik yang Dimiliki Mahasiswa .....	99
Tabel 4. 3	Penggunaan Uang Elektronik Mahasiswa.....	99
Tabel 4. 4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	101
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik	102
Tabel 4. 6	Deskripsi Indikator Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik..	103

Tabel 4. 7	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	104
Tabel 4. 8	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kegunaan .....	104
Tabel 4. 9	Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Kegunaan.....	105
Tabel 4. 10	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	106
Tabel 4. 11	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ...	107
Tabel 4. 12	Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	108
Tabel 4. 13	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko .....	109
Tabel 4. 14	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Risiko.....	110
Tabel 4. 15	Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Risiko .....	111
Tabel 4. 16	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keinovatifan Personal .....	112
Tabel 4. 17	Distribusi Frekuensi Variabel Keinovatifan Personal .....	112
Tabel 4. 18	Deskripsi Indikator Variabel Keinovatifan Personal.....	113
Tabel 4. 19	<i>Outer Loading</i> Indikator Variabel Penelitian.....	115
Tabel 4. 20	Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	116
Tabel 4. 21	Hasil <i>Cross Loading</i> Indikator Penelitian.....	117
Tabel 4. 22	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Penelitian.....	118
Tabel 4. 23	Nilai <i>Composite Reliability</i> Penelitian .....	119
Tabel 4. 24	Hasil Uji <i>R Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	121
Tabel 4. 25	Hasil Uji Signifikansi t-statistic .....	122
Tabel 4. 26	Rangkuman Analisis Hipotesis ( <i>Path Coefficient</i> ).....	125

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Technology Accepted Model</i> .....	26
Gambar 2. 2 Sekema Kerangka Berfikir .....	69
Gambar 2. 3 Skema Model Penelitian. ....	70
Gambar 4. 1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	114
Gambar 4. 2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	120



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Daftar Responden Uji Coba Instrumen Penelitian .....	155
Lampiran 2	Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen Penelitian .....	156
Lampiran 3	Angket Uji Coba Instrumen Penelitian .....	157
Lampiran 4	Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian .....	167
Lampiran 5	Hasil Uji Coba Validitas Instrumen Penelitian .....	174
Lampiran 6	Hasil Uji Coba Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	195
Lampiran 7	Daftar Responden Penelitian .....	196
Lampiran 8	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	205
Lampiran 9	Angket Penelitian .....	206
Lampiran 10	Tabulasi Hasil Penelitian .....	216
Lampiran 11	Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	296
Lampiran 12	Sekema Model .....	297
Lampiran 13	Sekema Outer Model .....	297
Lampiran 14	Hasil Outer Model .....	298
Lampiran 15	Sekema Inner Model .....	302
Lampiran 16	Hasil Inner Model .....	303
Lampiran 17	Surat Izin Penelitian .....	307

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Era revolusi Industri 4.0 atau yang dikenal dengan era disrupsi merupakan era baru dimana kecanggihan teknologi informasi menjadi kekuatan yang paling utama. Semua aktivitas yang dahulunya dilakukan di dunia nyata, sekarang dilakukan di dunia maya. Era disrupsi diiringi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dan membawa perubahan besar bagi berbagai sektor kehidupan.

Fenomena disrupsi yang dapat ditemukan di Indonesia adalah munculnya ojek *online*, *market place online*, termasuk pembayaran *online*. Perkembangan teknologi berdampak pada semua bidang, termasuk bidang perbankan dan bisnis. Mengikuti perkembangan zaman dan tuntutan teknologi, perbankan ikut melakukan inovasi dalam sistem pembayaran, yang ditandai dengan munculnya pembayaran secara elektronik atau *electronic money*. Contoh pembayaran elektronik yang sudah dikenal di Indonesia saat ini antara lain yaitu *phone banking*, *internet banking*, dan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit serta kartu debit/ATM ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor: 11/12/PBI/2009 yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/17/PBI/2016, tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 ayat 3. “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar uang yang

disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Uang elektronik merupakan inovasi di bidang perbankan, sebagai wujud pemenuhan tuntutan teknologi dan perubahan zaman karena uang elektronik dianggap sebagai sistem pembayaran yang cepat, handal, dan efisien, sesuai dengan perekonomian modern dimana lalu lintas pertukaran barang dan jasa yang semakin cepat dan instan (Abidin, 2016).

Uang elektronik terdiri dari berbagai jenis, salah satunya adalah *e-wallet*. *E-wallet* adalah salah satu produk dari uang elektronik yang dikenal dengan sebutan dompet elektronik yang menggunakan sistem pembayaran digital. Tujuan dari uang elektronik atau *e-wallet* adalah sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat berupa kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Pemilik uang elektronik tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang seperti permen akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil atau recehan.

Uang elektronik memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi. Uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*). Transaksi-transaksi mikro merupakan transaksi yang sering dilakukan dalam kegiatan sehari-hari yang jumlahnya kecil namun frekuensinya tinggi. Transaksi-transaksi tersebut sering dilakukan dalam aktivitas sehari-hari seperti transportasi, parkir, jalan tol, dan *fast food*

Penggunaan uang elektronik diberbagai sektor telah marak terjadi di negara-negara di Asia seperti di Jepang dan Korea Selatan. Kedua negara tersebut juga merupakan negara pelopor penggunaan uang elektronik dan termasuk dalam 10 Negara yang melakukan transaksi uang elektronik terbesar di dunia (*Bank for Internasional Settlements* 1996). Di Indonesia uang elektronik baru dikenal pada tahun 2007 (Abidin, 2016), itu pun Bank Indonesia tidak menerbitkan uang elektronik, melainkan perusahaan-perusahaan perbankan dan telekomunikasi yang menerbitkan uang elektronik. Uang elektronik yang diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut diresmikan pada 12 Maret 2020 oleh Bank Indonesia dengan jumlah 40 perusahaan penerbit uang elektronik, dapat dilihat pada Tabel 1.1

**Tabel 1. 1 Daftar Penyelenggara Uang Elektronik Per 12 Maret 2020**

No	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based	No.	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	21 November 2012	MYNT E-Money	21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	20 Juli 2016	Dana (d/h Unik)
2.	PT Bank Central Asia Tbk	3 Juli 2009	Sakuku	22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	1 Maret 2017	Doonet
3.	PT Bank CIMB Niaga	27 Maret 2013	Rekening Ponsel	23.	PT BPD Sumsel Babel	4 April 2017	-
4.	PT Bank DKI	3 Juli 2009	Jakarta One (JakOne)	24.	PT Buana Media Teknologi	29 Mei 2017	Gudang Voucher
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	3 Juli 2009	Mandiri e-Cash	25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	14 Juni 2017	Speed Cash

No	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based	No.	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based
6.	PT Bank Mega Tbk	3 Juli 2009	Mega Virtual	26.	PT Visionet Internasional	22 Agustus 2017	OVO Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	3 Juli 2009	UnikQu	27.	PT Inti Dunia Sukses	10 Oktober 2017	iSaku
8.	PT Bank Nationaln obu	29 April 2013	Nobu e-Money	28.	PT Veritra Sentosa Internasional	1 Juni 2018	Paytren
9.	PT Bank Permata	23 Januari 2013	BBM Money	29.	PT Solusi Pasti Indonesia	20 Juli 2018	KasPro (d/h PayU)
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	29 Desember 2010	T bank	30.	PT Bluepay Digital Internasional	8 Agustus 2018	Bluepay Cash
11.	PT Finnet Indonesia	1 Juni 2012	Finpay Money (d/h Mobile Cash)	31.	PT Ezeelink Indonesia	8 Agustus 2018	Ezeelink
12.	PT Indosat, Tbk	3 Juli 2009	PayPro (d/h Dompetku)	32.	PT E2Pay Global Utama	4 September 2018	M-Bayar
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	25 Maret 2013	DokuPa y	33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	5 November 2018	DUWIT
14.	PT Skye Sab Indonesia	3 Juli 2009	Skye Mobile Money	34.	PT Airpay International Indonesia	28 November 2018	SHOPEEPAY
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	3 Juli 2009	Flexy Cash	35.	PT Bank Sinarmas Tbk	6 Desember 2018	Simas E-Money
16.	PT Telekomunikasi	3 Juli 2009	T-Cash	36.	PT Transaksi Artha	11 Februari 2019	OttoCash

No	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based	No.	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based
	Selular				Gemilang		
17.	PT XL Axiata, Tbk	29 Maret 2011	XL Tunai	37.	PT Fintek Karya Nusantara	22 Februari 2019	LinkAja
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	16 Juni 2014	Uangku	38.	PT Max Interactives Technologies	6 Mei 2019	Zipay
19.	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	29 September 2014	Gopay	39.	PT Sarana Pactindo	30 Agustus 2019	PACCash
20.	PT Witami Tunai Mandiri	5 Januari 2015	Truemonney	40.	PT Datacell Infomedia	7 November 2019	PAYDIA

Sumber: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Sistem perkembangan uang elektronik atau non tunai dipengaruhi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan perubahan pola hidup masyarakat. Perubahan pola hidup yang disertai peningkatan efisiensi menuntut segala sesuatu dilakukan dengan mudah dan cepat. Jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang aktivitas masyarakat. Mobilitas dan tuntutan hidup yang semakin tinggi menuntut masyarakat melakukan transaksi secara cepat dan dimana saja. Teknologi informasi menjadi solusi, salah satunya dengan penggunaan uang elektronik.

Uang elektronik dapat dijadikan sebagai solusi perubahan pola hidup masyarakat yang menuntut tingkat efisiensi tinggi. Penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan dalam transaksi, yakni transaksi dapat dilakukan kapan

pun dan dimana pun tanpa perlu membawa uang tunai (Abidin, 2016). Hal ini sejalan dengan program pemerintah dalam rangka mengurangi jumlah uang tunai yang beredar dikalangan masyarakat. Program ini dinamakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) atau *Cash Less Society* (CLS).

Agus D.W. Martowardojo selaku Gubernur Bank Indonesia meresmikan Gerakan Nasional Non Tunai atau GNNT pada tanggal 14 Agustus 2014 dan memberikan sambutan sebagai berikut:

“Tujuan dari program ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen pembayaran non tunai. Harapannya dengan penggunaan uang elektronik akan terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai dari pada tunai dalam kegiatan ekonomi sehari-hari atau *Cash Less Society* (CLS). GNNT dilaksanakan sebagai gerakan tahunan untuk mendorong meningkatkan pemahaman masyarakat akan penggunaan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran” ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Gerai Info Bank Indonesia Edisi 50 Tahun 2014 menyatakan bahwa Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN dalam hal pembayaran dengan uang elektronik. Pembayaran tunai transaksi ritel masih mencakup 99,4% atau pembayaran secara non tunai baru 0,6%, sedangkan Thailand dimana transaksi tunai ritelnya masih 97,2%, dan Singapura yang pembayaran tunai tinggal 55,5% dari total transaksi ritel. Menurut hasil survei Jakpat tahun 2016 yang di unggah di [www.dailysocial.id](http://www.dailysocial.id), memberikan fakta bahwa *digital wallet* masih kurang populer. Mengacu pada data yang didapat pada laman [www.news.detik.com](http://www.news.detik.com), pada 2018 sekitar 99% uang yang beredar di masyarakat masih berbentuk fisik, dan sisanya *cash less*.

Mengkaji data-data yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan transaksi pembayaran berbasis elektronik di Indonesia masih belum

optimal, dibandingkan dengan negara-negara lain di ASEAN. Dilihat dari sisi geografi yang cukup luas dan jumlah populasi yang cukup besar, masih ada potensi yang besar untuk memperluas akses layanan sistem pembayaran uang elektronik di Indonesia. Bank Indonesia bersama perbankan sebagai lembaga yang bertanggungjawab dalam penyediaan layanan sistem pembayaran kepada masyarakat, perlu memiliki visi yang sama untuk mendorong penggunaan transaksi non tunai. Perbankan harus memiliki komitmen yang kuat untuk mewujudkan CLS di kalangan masyarakat Indonesia dengan uang elektronik sebagai alat pembayaran non tunai.

Usaha pertama yang dilakukan Bank Indonesia dimulai pada tahun 2013 dengan menyelenggarakan kampanye CLS dan memperkenalkan uang elektronik di Universitas Indonesia. Kampanye ini menjadikan Universitas Indonesia sebagai *pilot projet*, yang diharapkan dapat menjadi contoh untuk perguruan tinggi lain. Terpilihnya perguruan tinggi sebagai tempat kampanye CLS memiliki tiga alasan utama. Alasan pertama adalah perguruan tinggi merupakan lingkungan dengan populasi tinggi dengan tingkat ekonomi yang beranekaragam. Alasan kedua adalah perguruan tinggi didominasi oleh anak muda yang gemar mencoba hal yang baru. Alasan ketiga adalah perguruan tinggi merupakan *civitas academica* atau lingkungan berintelektual, sehingga diharapkan program CLS dapat diterima dengan mudah dan menyebar dengan cepat (Bank Indonesia, 2013).

Penyebaran uang elektronik dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan melibatkan generasi muda khususnya mahasiswa dalam program CLS. Sikap terbuka terhadap perubahan, serta rasa ingin tahu untuk



mencoba sesuatu yang baru adalah potensi yang dimiliki generasi muda seperti mahasiswa. Harapannya mahasiswa dapat dijadikan pelopor penggunaan uang elektronik di masyarakat. Mahasiswa sebagai generasi muda yang peka terhadap perubahan zaman dan mudah menerima sebuah inovasi memungkinkan mahasiswa dapat menerima dan beradaptasi dengan penggunaan uang elektronik dengan cepat.

Mahasiswa sebagai generasi muda yang peka akan perkembangan teknologi membuat penyebaran uang elektronik semakin mudah. Sistem uang elektronik memungkinkan untuk diintegrasikan dengan berbagai teknologi seperti komunikasi di mana generasi muda cukup mudah menerimanya. Sebaliknya, menurut data MARS tahun 2013 menunjukkan hal yang bertentangan. Tingkat kesadaran masyarakat usia 18-24 tahun terhadap uang elektronik menunjukkan hasil yang rendah, tingkat usia tersebut merupakan tingkat usia dimiliki oleh mahasiswa. Tingkat kesadaran tertinggi dimiliki oleh kelompok usia 25-34 tahun, yaitu 30,9%, kemudian tingkat kesadaran kelompok usia 35-55 tahun sebesar 20,2%, dan terakhir tingkat kesadaran kelompok usia 18-24 sebesar 16,7%. Angka-angka ini masih bisa dioptimalkan lagi dengan cara memberikan pemahaman yang baik mengenai penggunaan uang elektronik pada masyarakat terutama kelompok usia yang memiliki presentase yang rendah.

Paparan data-data yang dikemukakan tersebut sejalan dengan fenomena yang terjadi lapangan, khususnya yang terjadi pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Pengamatan dan survey yang dilakukan pada 1 Desember sampai 27 Desember 2019, memberikan fakta bahwa penggunaan uang elektronik

mahasiswa UNNES belum maksimal. Pengamatan dilakukan pada 80 mahasiswa UNNES yang terdiri delapan fakultas. 70% responden memiliki aplikasi uang elektronik atau *e-wallet*, namun yang menjawab menggunakan *e-wallet* hanya 40%. Kenyataannya di lapangan dari 115 warung baik itu tempat makan atau *outlet* jajanan di lingkungan kampus sebanyak 65 warung sudah menerima pembayaran dalam bentuk uang elektronik, namun mahasiswa lebih gemar membayar tunai karena sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan uang tunai. Berikut daftar *Outlet* makanan dan minuman yang sudah menyediakan pembayaran non tunai.

**Tabel 1. 2 Daftar *Outlet* Makanan dan Minuman yang Menyediakan Pembayaran Non Tunai.**

No.	Nama <i>Outlet</i>	No.	Nama <i>Outlet</i>	No.	Nama <i>Outlet</i>
1.	Bakso & Mie Ayam Putra Karafan	24.	Mia Ayam Bakso Pak Min	47.	Bakwan Kawi Mas Fikri
2.	De'Cosmic's	25.	KapKhun Thai Tea	48.	Kedai Ochid
3.	The T-Co	26.	Numthai	49.	Wasabu
4.	Warung Bu Tun	27.	Katsuya	50.	G-Boy
5.	Burjo Asep	28.	Its Milk	51.	Seblak Kaula Muda
6.	Warung Steak	29.	Nestara Caffee	52.	Gongso Bu Erni
7.	Kebab Gaza	30.	Pempek Bu Daud	53.	Sowak
8.	Seblak Teh Erna	31.	Bakwan Malang	54.	Parjo
9.	Warung Makan Mbak Widya	32.	Bebek Goreng Pak Daud	55.	Ayam Geprek Sambel Brewok
10.	Ayam Kremes Sambalado	33.	Warung Steak Sederhana	56.	Roti Bakar & Jus Buah Rizki
11.	Salad Nyo	34.	Soda Ocean	57.	Konicipi
12.	New Mbah Seger	35.	Oppa Thaitea	58.	Kodhal
13.	Bakso Aci Jaka	36.	Fremilt	59.	Cooffe Folia
14.	Sempolan 86	37.	Enjoy Thaitea	60.	Mie Ayam Pak Haris
15.	Pawone Mbah Suh	38.	Hommie Geprek	61.	Padang Meriah
16.	Lek Drat	39.	Roket Chiken	62.	91 Juice
17.	Ayam G-Pux	40.	Nyoklat Clasik	63.	Fanny Seblak &

No.	Nama Outlet	No.	Nama Outlet	No.	Nama Outlet
					Gelato
18.	Arnold Chiken	41.	Burjo Biola	64.	Cokless
19.	Warteng Bu Dewi	42.	Birjo Maesya	65.	Janji Jiwa
20.	Orange Jus	43.	Tigger Thaitea		
21.	Tako Online	44.	Capcin Mas Dewa		
22.	Warteg Aditya	45.	RM Mak Acik		
23.	Martabak Modern	46.	Pandora Pempek		

Sumber: Data observasi, 2019

Fenomena ini menarik untuk diteliti terkait minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa UNNES. Mengingat minat dapat diartikan sebagai ketertarikan terhadap suatu objek, atau bentuk penerimaan terhadap objek tersebut. Minat menurut Djaali (2008) menyatakan bahwa minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat dalam konteks penelitian ini adalah minat penggunaan uang elektronik, sedangkan uang elektronik merupakan salah satu teknologi.

Minat penggunaan teknologi merupakan bentuk penerimaan atas teknologi tersebut. Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan minat penggunaan teknologi sebagai minat berperilaku (*behavioral intention to use*), yaitu suatu keinginan (minat) individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat dalam hal ini adalah prediksi yang baik dalam penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (Jogiyanto, 2007:116). Wibowo (2008) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *behavioral intention to use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Sejalan dengan hal tersebut Fatmawati (2015) menyatakan minat penggunaan teknologi sebagai penentu dan dasar dari sebuah penerimaan teknologi, sehingga menjadi kecenderungan untuk tetap menggunakan teknologi

tersebut. Teknologi yang dimaksud dalam hal ini adalah kecenderungan untuk tetap menggunakan uang elektronik. Berkaitan dengan penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat penggunaan uang elektronik adalah penggunaan uang elektronik sebagai bentuk dari penerimaan teknologi di bidang pembayaran, sehingga menjadi kecenderungan untuk tetap menggunakan teknologi tersebut atau untuk tetap menggunakan uang elektronik.

Mengkaji mengenai minat penggunaan uang elektronik sebagai sebuah teknologi dibidang pembayaran, teori penerimaan teknologi cocok dijadikan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Teori Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Venkatesh & Davis pada tahun 2000. merupakan teori yang menghubungkan antara keyakinan dengan perilaku individu dalam penerimaan teknologi. Faktor-faktor yang paling dasar mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi adalah variabel *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) (Venkatesh & Davis, 2000).

Venkatesh & Davis (2000) menemukan temuan bahwa persepsi kegunaan atau *perceived usefulness* merupakan keyakinan akan kegunaan, yaitu tingkat dimana *user* atau pengguna yakin bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Novitasari & Fitriasarara (2016) menyatakan bahwa persepsi kegunaan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan sistem teknologi tertentu yang akan meningkatkan kinerja. Sebuah produk yang dapat memberikan banyak keuntungan tentu dapat diterima di lingkungan masyarakat dengan baik.

Masyarakat mengakui bahwa dengan menggunakan uang elektronik transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan lebih mudah, murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedagang (Firdauzi, 2017).

Kajian tentang persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pernah dilakukan oleh Made, Puspita, & Warmika (2016), yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat persentase sebesar 30%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriyanto & Rahmawati (2016) dengan pengaruh sebesar 62%. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) yang menyatakan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan dalam minat penggunaan uang elektronik. Hasil penelitian Utami & Kusumawati (2017) mendapat dukungan dari Daliani & Mahendra (2018) dalam penelitiannya menyatakan hal yang sama, bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan.

Faktor yang tak kalah penting dari persepsi kegunaan adalah persepsi kemudahan penggunaan. Jogiyanto (2007:115) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana keyakinan pengguna bahwa penggunaan uang elektronik tidak membutuhkan usaha yang besar (mudah digunakan). Survei Jakpat dengan 1500 responden di umur konsumtif Indonesia dari Sabang sampai Merauke, menunjukkan hasil bahwa sebanyak 44% responden diantaranya telah memiliki layanan *digital wallet*, 75% dari pemilik *digital wallet* mengaku

berminat menggunakan layanan tersebut dikarenakan mudah dan lebih praktis untuk membayar namun frekuensi penggunaannya terbilang sangat jarang, sekitar 1-3 kali dalam sebulan ([www.dailysocial.id](http://www.dailysocial.id)).

Wibowo et al (2015) yang menyatakan temuan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan pada penggunaan uang elektronik dengan prosentase sebesar 34,5%. Rahayu (2018) menghasilkan temuan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 18%. Berbeda dengan temuan penelitian Fatmasari & Wulandari (2015) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan APMK, dimana APMK merupakan salah satu produk uang elektronik.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan uang elektronik. Faktor lain, yang ditambahkan sebagai variabel independen adalah persepsi risiko. Persepsi risiko mempengaruhi minat individu dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan sebuah produk. Risiko yang melekat pada suatu produk tentu sangat mempengaruhi minat untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk tersebut. Individu dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah teknologi atau produk, tentu akan mempertimbangkan risiko yang akan didapat. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti menambahkan variabel persepsi risiko sebagai variabel lain disamping variabel kegunaan dan variabel kemudahan penggunaan.

Kim, Ferrin, & Rao (2008) menyatakan persepsi risiko atau *perceived risk* ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan. Persepsi risiko dalam kaitannya dengan penggunaan uang elektronik juga menjadi faktor pendukung yang mempengaruhi minat uang elektronik untuk diterima dan di kalangan mahasiswa. Semakin tinggi risiko dalam menggunakan uang elektronik maka minat penggunaan uang elektronik semakin berkurang.

Kajian mengenai persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik pernah dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2015), yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sebesar 37,4%. Yogananda (2017) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan rekening ponsel dengan tingkat signifikansi sebesar 14%. Berbeda dengan penelitian Rahayu (2018) yang menghasilkan temuan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan dalam minat menggunakan uang elektronik. Bertentangan dengan penelitian-penelitian tersebut Singh, Sinha, & Liébana-cabanillas (2019) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif signifikan dengan tingkat signifikansi 29%.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Perbedaan hasil tersebut berupa positif dan negatif serta berupa kuat lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, oleh karena itu peneliti menghadirkan variabel baru sebagai solusi atas perbedaan hasil tersebut. Variabel

yang ditambahkan adalah variabel keinovatifan personal. Keinovatifan personal ditambahkan dalam variabel ini karena keinovatifan personal merupakan faktor dari dalam individu yang menentukan sebuah perilaku, dalam hal ini adalah penggunaan uang elektronik.

Bhatti (2007) menyatakan bahwa keinovatifan personal adalah kemauan individu dalam menggunakan sistem informasi yang masih baru. Hartini (2011) *Consumer Innovativeness* atau keinovatifan personal adalah sifat yang melekat pada individu, yakni individu yang gemar menjadi orang pertama yang menggunakan suatu produk/barang/jasa yang baru. Keinovatifan personal dalam konteks uang elektronik adalah keinovatifan personal dalam bidang teknologi informasi atau *Personal Innovativeness In Information Technology* (PIIT).

Berdasarkan hasil penelitian Yeonardy & Ratnasari (2015) dan Melkis (2016) menghasilkan temuan bahwa keinovatifan personal berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Individu dengan keinovatifan personal yang tinggi, akan berani mencoba sesuatu yang baru, akan berani menghadapi risiko dan mempelajari fungsi-fungsi baru teknologi (Diksani, Sinarwati, & Ari Nyoman, 2014). Berdasarkan paparan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa keinovatifan personal merupakan sifat individu yang bersedia mencoba menerima teknologi terbaru dan berkeinginan menggunakan teknologi tersebut. Seperti berkeinginan menggunakan uang elektronik sebagai inovasi dibidang pembayaran.

Keinovatifan personal yang tinggi akan mempengaruhi pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat



penggunaan uang elektronik. Keinovatifan personal yang tinggi akan meningkatkan minat penggunaan uang elektronik. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik. Sifat dari dalam individu yang gemar untuk mencoba sesuatu yang baru akan memperkuat pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi minat penggunaan uang elektronik. Berbeda dengan persepsi risiko, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan uang elektronik. Individu dengan keinovatifan personal yang tinggi memiliki keinginan besar untuk mencoba sesuatu yang baru, sehingga akan memperlemah pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik

.Berlandaskan uraian *fenomena gap* didukung data-data, teori, dan *research gap* dari hasil penelitian terdahulu, membuat peneliti perlu untuk meneliti kembali masalah terkait minat penggunaan uang elektronik. Adapun rumusan judul dalam penelitian ini adalah **“DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DENGAN KEINOVATIFAN PERSONAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016).”** Harapan dari penelitian ini adalah dapat dijadikan bahan masukan dalam meningkatkan minat pembayaran dengan menggunakan uang elektronik serta terbentuknya *cash less society* pada mahasiswa UNNES.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penggunaan uang elektronik diberbagai sektor telah marak terjadi di negara-negara Asia seperti di Jepang, Korea Selatan dan Singapura. Di Indonesia uang elektronik mulai populer pada tahun 2007, itu pun Bank Indonesia berwenang meresmikan dan tidak menerbitkan uang elektronik. Uang elektronik diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan perbankan dan. Jumlah perusahaan penerbit uang elektronik yang telah diresmikan Bank Indonesia adalah sebanyak 40 per 12 Maret 2020.
- 2) Tahun 2014 Pembayaran tunai transaksi ritel di Indonesia masih mencakup 99,4% atau pembayaran secara non tunai baru 0,6%, sedangkan Thailand dimana transaksi tunai ritelnya masih 97,2%, dan Singapura yang pembayaran tunai tinggal 55,5% dari total transaksi ritel.
- 3) Tahun 2016 menurut survei dari Jakpat dengan 1500 responden di umur konsumtif Indonesia dari Sabang sampai Merauke memberikan fakta bahwa *digital wallet* masih kurang populer. 44% dari total responden telah memiliki layanan *digital wallet* dengan presentasi 75% mengaku berminat menggunakan layanan tersebut.
- 4) Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo, secara resmi mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada Agustus 2014. Uang elektronik merupakan wujud nyata usaha pemerintah dalam mewujudkan *Cash Less Society* (CLS), namun sebagai suatu inovasi, tentu tidak bisa langsung diterima di masyarakat termasuk mahasiswa. Salah satu usaha Bank Indonesia adalah dengan melakukan sosialisasi GNNT di perguruan tinggi, harapannya dengan sosialisasi ini program CLS dapat

diterima dengan mudah dan menyebar dengan cepat. Namun, pada 2018 sekitar 99% uang yang beredar di masyarakat masih berbentuk fisik, dan sisanya *cash less*.

- 5) Melalui pengamatan dan survey yang dilakukan 1 Desember 2019 sampai 27 Desember 2019 pada 80 mahasiswa UNNES angkatan 2016 yang terdiri dari delapan fakultas, menyatakan bahwa 70% memiliki aplikasi uang elektronik atau *e-wallet*, namun yang menjawab menggunakan *e-wallet* di lingkungan kampus hanya 40% padahal, dari 115 warung baik itu tempat makan atau *outlet* jajanan di lingkungan kampus sebanyak 65 warung sudah menerima pembayaran dalam bentuk uang elektronik, namun mahasiswa lebih gemar membayar tunai.
- 6) Teori penerimaan teknologi menjelaskan bahwa, faktor faktor yang paling dasar mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi diantaranya adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Venkatesh & Davis, 2000).
- 7) Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, (2003) menjelaskan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitatangi Conditions*.
- 8) Taylor & Todd, (1995) dalam teori *The Decomposed Theory of Planned Behavior (DTBP)* menyatakan bahwa penerimaan teknologi (*Behavioral Intention*) dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness*, *Ease of Use*, *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*.

### **1.3 Cakupan Masalah**

Penelitian ini akan berfokus pada permasalahan yang mencakup minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang angkatan 2016. Uang elektronik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *e-wallet* atau dompet digital, yaitu pembayaran berbasis digital baik itu yang dikeluarkan oleh pihak perbankan maupun perusahaan telekomunikasi. Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik, namun pada penelitian ini tidak semua faktor digunakan, melainkan hanya fokus pada empat faktor. Faktor-faktor yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini meliputi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik, dan variabel keinovatifan personal sebagai variabel moderasi.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan cakupan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?
- 2) Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?

- 3) Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?
- 4) Apakah keinovatifan personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?
- 5) Apakah keinovatifan personal memperkuat pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?
- 6) Apakah keinovatifan personal memperkuat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?
- 7) Apakah keinovatifan personal memperlemah pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan oleh peneliti pada rumusan masalah, yaitu untuk:

- 1) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.

- 2) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.
- 3) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.
- 4) Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh keinovatifan personal terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.
- 5) Menganalisis dan mendeskripsikan peran keinovatifan personal sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.
- 6) Menganalisis dan mendeskripsikan peran keinovatifan personal sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.
- 7) Menganalisis dan mendeskripsikan peran keinovatifan personal sebagai variabel moderasi dalam memperlemah pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016.

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini secara teoritis untuk memverifikasi (membuktikan) secara empiris teori *Technology Acceptance Model* (TAM) di lapangan terkait minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2016 dan dapat digunakan sebagai bahan acuan dibidang penelitian yang sejenis.

### 2) Kegunaan Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah pemahaman bagi peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini membuat peneliti paham akan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Pemahaman ini dapat dijadikan bekal peneliti untuk menyukseskan program *Cash Less Society*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi wadah untuk melatih kemampuan analisis peneliti serta meningkatkan kemampuan berfikir dalam mengemukakan sesuatu secara ilmiah.

#### b. Bagi Pengguna Uang elektronik

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang sebagai pengguna uang elektronik di lingkungan kampus Universitas Negeri Semarang, untuk memahami kegunaan, cara penggunaan dan risiko dalam menggunakan uang elektronik sehingga kedepannya

mahasiswa dapat mengurangi pembayaran secara tunai dan ikut mendukung program pemerintah, yakni *Cash Less Society*.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan informasi sekaligus masukan bagi pihak perguruan tinggi untuk ikut serta dalam mewujudkan GNTT dan *Cash Less Society*, guna meminimalisir uang tunai yang beredar di lingkungan kampus. Dukungan yang dilakukan pihak kampus adalah dengan mengeluarkan kartu/aplikasi uang elektronik yang digunakan untuk transaksi sehari-hari dalam lingkup kampus. Pemberlakuan pembayaran non tunai di lingkungan kampus turut mendukung program GNTT, selain itu penggunaan uang elektronik di lingkungan kampus merupakan bentuk perilaku konservasi yang merupakan ciri khas dari kampus Universitas Negeri Semarang.

## 1.7 Orisinilitas Penelitian

Penelitian ini mengacu pada dua penelitian, yaitu penelitian Aritonang & Arisman (2016) dan penelitian Riskinanto et al (2017). Aritonang & Arisman (2016) menjelaskan bahwa minat penggunaan uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Riskinanto et al (2017) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-payment*. Penelitian tersebut menguji pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-payment* dengan umur sebagai variabel moderasi.

Orisinalitas penelitian ini dibandingkan dengan kedua penelitian tersebut adalah dengan menambahkan variabel persepsi risiko sebagai variabel



independen dan menghadirkan variabel keinovatifan personal sebagai variabel moderasi. Pavlou, (2001) menyatakan bahwa dalam mengadopsi sebuah teknologi risiko harus diperhatikan dengan bijak, untuk itu dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel persepsi risiko sebagai variabel independen. Orisinalitas lain dalam penelitian ini adalah penggunaan SmartPLS sebagai alat ukur dalam mengukur penelitian ini.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### 2.1 Kajian Teori Utama

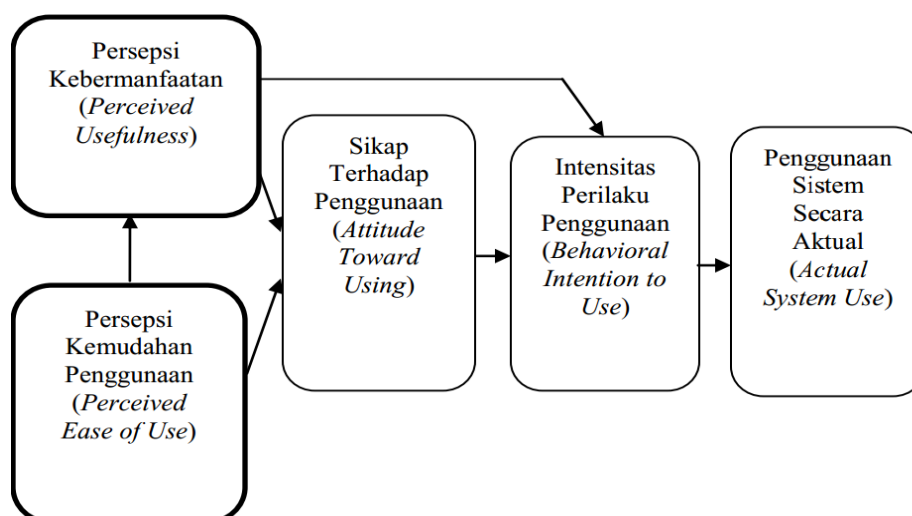
##### 2.1.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* atau model penerimaan teknologi adalah salah satu teori penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007:111). Penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai niat yang nampak dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi tersebut dalam pekerjaannya (Wida, Yasa, & Sukaatmaja, 2016). Konsep TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi.

*Technology Acceptance Model (TAM)* atau model penerimaan teknologi ialah model yang ditemukan oleh Davis pada tahun 1989 dan dikembangkan lebih lanjut oleh Venkatesh & Davis (2000). TAM merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau *Theory Reasoned Action (TRA)* dan teori tindakan berencana atau *Theory Planned Behavior (TPB)*. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku sama seperti TRA dan TPB, yang membedakan TAM dengan kedua teori tersebut, yakni TAM dikhususkan untuk penerimaan teknologi.

TAM menjelaskan secara rinci mengenai penerimaan teknologi dengan dimensi-dimensi tertentu yang mempengaruhi pengguna teknologi. TAM merupakan pengembangan dari TRA dan TPB, namun TAM merupakan model *parsimony*, yakni model yang sederhana tapi valid. TAM juga telah diuji dengan banyak penelitian yang hasilnya TAM merupakan model yang baik khususnya jika dibandingkan dengan model TRA dan TPB (Ratri, 2016).

. Penerimaan pengguna dalam model TAM dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor tersebut merupakan pembeda paling mencolok yang ada pada TAM jika dibandingkan dengan TRA, dan TPB. Pembeda yang lainnya yaitu dalam TAM tidak terdapat faktor norma subjektif (*subjectif norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Faktor lain dalam TAM sama dengan TRA dan TPB, hanya karena lebih dikhususkan untuk penggunaan teknologi, maka istilahnya pun menyesuaikan. Adapun gambar skema TAM adalah sebagai berikut: (Venkatesh & Davis, 2000)



**Gambar 2. 1 Technology Accepted Model by Venkatesh & Davis, 2000**

Berdasarkan gambar 2.1 dapat diketahui bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh lima faktor yaitu:

1) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Konstruk pertama adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Venkatesh & Davis (2000) menyatakan bahwa persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Ketika individu yakin akan penggunaan teknologi akan membuat kinerjanya meningkat, maka individu akan menggunakan teknologi tersebut (Septiani, Handayani, & Azzahro, 2018).

2) Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Konstruk kedua adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jadi dapat disimpulkan, bahwa jika individu percaya bahwa teknologi yang mudah digunakan, maka orang tersebut akan menggunakannya. Konstruk ini mempengaruhi konstruk kegunaan, karena semakin mudah teknologi digunakan maka semakin cepat manfaat yang akan diterima pengguna.

3) Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Towards Behavior*)

Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan sikap terhadap perilaku (*Attitude Towards Behavior*) merupakan berbetuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila individu menggunakan teknologi dalam pekerjaannya. Jogiyanto (2007:116) dalam mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai evaluasi pengguna tentang ketertarikannya menggunakan sistem. Mengacu

pada kerangka berfikir TAM, sikap berpengaruh pada intensi serta dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) ini berpengaruh secara positif ke niat perilaku (*behavioral intention*). Berbeda dengan pendapat Ajzen (2005) yang menyatakan banyak sekali perilaku-perilaku yang dilakukan oleh manusia di luar kemauan kontrolnya. Hal ini mendasari alasan dalam penelitian TAM tidak menyertakan konstruk sikap dalam modelnya.

#### 4) Intensi Perilaku Penggunaan (*Behavioral Intention*)

Intensi adalah suatu keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Individu akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) ketika individu tersebut mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Wibowo (2008) mendefinisikan *behavioral intention to use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem. Minat memiliki pengaruh pada penggunaan teknologi sesungguhnya serta dipengaruhi oleh sikap dan kegunaan (Ratri, 2016).

#### 5) Penggunaan Sistem secara Aktual (*Actual system usage*)

Perilaku adalah tindakan yang dilakukan oleh individu. Perilaku dalam penggunaan sistem teknologi informasi adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi. Penggunaan sistem secara aktual adalah perilaku nyata dalam mengadopsi suatu sistem. Penggunaan sistem secara aktual

diartikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh individu dengan penggunaan nyata (Venkatesh & Davis, 2000). Penggunaan sistem secara aktual dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Wibowo, 2006). Individu akan memiliki rasa puas dalam menggunakan sistem jika individu merasa yakin bahwa sistem tersebut mudah digunakan, meningkatkan produktivitas, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaannya. Rigopoulos dan Askounis (2007) menyatakan bahwa Penggunaan aktual diukur berdasarkan penggunaan yang berulang-ulang dan penggunaan yang lebih sering, dalam hal ini penggunaan uang elektronik.

Penelitian ini akan fokus membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi (*behavioral Intention to use*) dengan TAM yang dikembangkan oleh Venkatesh & Davis (2000) sebagai pisau analisisnya. Berdasarkan skema TAM diketahui bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara langsung mempengaruhi minat penggunaan (*behavioral Intention to use*) tanpa melalui sikap terhadap penggunaan. Venkatesh & Davis (2000) menyatakan bahwa konstruk *perceived usefulness* dan *perceived easy of use* menjadi dasar minat penggunaan teknologi.

Wida et al (2015) menyatakan bahwa dalam TAM penerimaan pemakaian sistem informasi (teknologi) ditentukan oleh dua faktor kunci, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Sejalan pendapat tersebut, (Venkatesh & Davis, 2000) menyatakan demikian

*“TAM theorizes that an individual’s behavioral intention to use a system is determined by two beliefs: perceived usefulness, defined as the extent to which a person believes that using the system will enhance his or her job performance, and perceived ease of use, defined as the extent to which a person believes that using the system will be free of effort.”*

Pernyataan Davis tersebut, kata yang perlu digaris bawahi adalah “*two beliefs*” atau dua keyakinan, yakni konstruk kegunaan dan konstruk kemudahan. Mengacu pada model, dapat dilihat bahwa dalam model tersebut persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dapat mempengaruhi minat secara langsung. Berdasarkan pernyataan tersebut, variabel yang diwakili oleh teori ini adalah variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*behavioral intention to use*).

Pavlou (2001) meneliti TAM lebih lanjut, yakni memasukan persepsi risiko kedalam model TAM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam transaksi *online* terdapat banyak ketidakpastian yang mempengaruhi kepercayaan dan persepsi risiko. Ketidakpastian perilaku muncul karena dalam sistem memiliki kesempatan untuk berperilaku secara oportunistik dengan mengambil keuntungan dari sifat *e-commerce* atau dalam hal ini uang elektronik (Pavlou, 2003). Contoh dari perilaku oportunistik oleh kejahatan *online* adalah demonstrasi identitas palsu, kebocoran informasi pribadi, pencurian informasi kartu kredit, pelanggaran informasi pribadi, dan pencurian informasi pribadi oleh *hacker*. Ketidakpastian produk menciptakan beberapa risiko, yaitu (Pavlou, 2003)

1. Risiko ekonomi, karena peluang untuk kerugian moneter.

2. Risiko privasi, karena kemungkinan pencurian informasi pribadi atau pengungkapan ilegal.

Mengacu pada paparan yang disampaikan, maka dalam penelitian ini selain menggunakan konstruk kegunaan dan kemudahan penggunaan peneliti juga menambahkan variabel persepsi risiko sebagai faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik.

### **2.1.2. Teori Atribusi**

Teori atribusi menjelaskan tentang perilaku individu, yakni mempelajari sebab dari berbagai perilaku yang menimpa individu. Teori ini mengacu tentang bagaimana individu menjelaskan mengenai proses menentukan penyebab dan motif tentang perilaku individu. Teori atribusi menjelaskan bagaimana perilaku individu terbentuk, baik itu perilaku diri sendiri maupun perilaku orang lain (Ayuningtyas, 2012). Luthans (2005) menyatakan bahwa atribusi terhadap tingkah laku terdiri dari 2 (dua) faktor. Kedua faktor tersebut yaitu atribusi internal (*dispositional attributions*) atau disposional dan atribusi eksternal (*situational attributions*) atau situasional.

Atribusi internal (*dispositional attributions*) merupakan atribusi yang melekat pada sifat dan kualitas pribadi atau personal. Atribusi internal bisa dilihat dari perilaku individu yang disebabkan oleh faktor internal, misalnya sikap, karakter, ataupun aspek internal lainnya. Jadi, atribusi internal adalah tingkah laku individu yang disebabkan secara internal. Perilaku tersebut diyakini berada



dibawah kendali individu itu sendiri atau berasal dari faktor internal seperti ciri kepribadian, kesadaran dan kemampuan.

Berbeda dengan atribusi internal, atribusi eksternal membahas mengenai faktor diluar diri individu, seperti lingkungan yang dapat merubah tingkah laku individu. Atribusi eksternal adalah atribusi yang dipengaruhi oleh lingkungan atau situasi. Atribusi eksternal lebih menitikberatkan pada tingkah laku individu yang disebabkan secara eksternal yang dimana perilaku tersebut diyakini terjadi karena adanya tekanan situasi atau keadaan tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu (Putri, 2019).

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penjelasan mengenai teori atribusi adalah *dispositional attributions* atau penyebab internal merupakan penyebab perilaku yang dilatar belakangi oleh aspek yang ada dalam diri individu seperti kepribadian, persepsi diri, kemampuan, dan motivasi. Sedangkan *situational attributions* atau penyebab eksternal merupakan penyebab perilaku yang dilatar belakangi oleh lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi perilaku, seperti kondisi sosial, nilai-nilai sosial, dan pandangan masyarakat. Dengan kata lain, setiap tindakan atau ide yang akan dilakukan oleh individu akan dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal individu tersebut (Luthans, 2005).

Dikaitkan dengan minat penggunaan uang elektronik. Teori atribusi sangat relevan dengan minat penggunaan uang elektronik. Teori atribusi yang digunakan dalam penelitian adalah teori atribusi internal. Kecocokan ini disebabkan oleh variabel keinovatifan personal yang merupakan karakter dalam diri individu.

Keinovatifan personal adalah suatu karakter yang ada pada diri individu. Setiap individu memiliki keinovatifan personal yang berbeda-beda, sehingga variabel keinovatifan personal sesuai dengan teori atribusi internal yang tercermin pada karakter individu atau kepribadian individu. Individu dengan karakter keinovatifan personal yang tinggi mereka akan terbuka dengan sebuah teknologi termasuk uang elektronik yang merupakan teknologi di bidang pembayaran. Keinovatifan personal yang tinggi akan mendorong individu untuk mencoba sesuatu yang baru, bukan hanya menerima tetapi menggunakan dan bereksperimen dengan uang elektronik tersebut.

## **2.2 Kajian Variabel Penelitian**

### **2.2.1 Minat Penggunaan Uang elektronik (*Behavioral Intention*)**

#### **2.2.1.1 Definisi Uang elektronik**

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 ayat 3. “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Uang elektronik merupakan inovasi dibidang perbankan, sebagai wujud pemenuhan tuntutan teknologi dan perubahan zaman. Uang elektronik dianggap sebagai sistem pembayaran yang cepat, handal, dan efisien sesuai dengan perekonomian modern yang menjadikan lalu lintas pertukaran barang dan jasa yang semakin cepat dan instan. Contoh pembayaran elektronik yang sudah dikenal di Indonesia saat ini

antara lain *phone banking*, *internet banking*, pembayaran dengan menggunakan kartu kredit serta kartu debit/ATM ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Menurut *Bank for International Settlement* (BIS) pada bulan Oktober 1996, uang elektronik sebagai produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki individu. Nilai uang dalam uang elektronik akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran dan bertambah ketika melakukan pengisian kembali (Rahayu, 2018). Bank Indonesia dalam kajian operasional uang elektronik yang dikeluarkan tahun 2006 mendefinisikan uang elektronik sebagai produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki individu. Menurut Adiyanto (2015), uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini biasanya melibatkan penggunaan jaringan *computer* atau *smartphone*.

Uang elektronik muncul sebagai upaya mengurangi penggunaan pembayaran tunai yang dikhawatirkan akan menimbulkan beban terhadap perekonomian. Upaya-upaya pembayaran non tunai sebagai pengganti dari pembayaran tunai terus dikembangkan oleh Bank Indonesia, salah satunya dengan munculnya uang elektronik. Uang elektronik dirasa sangat cocok sebagai instrumen pembayaran mikro yang bernilai sangat kecil dengan frekuensi pembayaran yang cukup kerap (Abidin, 2016). Program pengurangan uang tunai ini diberi nama *cash less society* dan sudah diberlakukan di negara-negara maju seperti Singapura, Jepang, Korea dan beberapa negara maju lainnya dan saat ini

sedang berkembang di Indonesia dengan nama Gerakan Nasional Non Tunai atau GNTT.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa uang elektronik adalah sebuah inovasi dibidang perbankan dan sistem pembayaran. Uang elektronik menjadi sebuah solusi dari perkembangan teknologi dan tuntutan perubahan zaman dimana semua kegiatan dilakukan secara cepat, efektif dan efisien termasuk transaksi dan sistem pembayaran. Kehadiran uang elektronik pun mendapat dukungan pemerintah karena sesuai dengan program yang dicanangkan pemerintah, yakni program *cash less society* atau Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT).

#### **2.2.1.2 Unsur-unsur Uang elektronik**

Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

### **2.2.1.3 Definisi Minat Penggunaan Uang elektronik (*Behavioral Intention*)**

Berlandaskan *Technology Acceptance Model* (TAM) minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat yang sesuai dengan minat dalam TAM, yaitu minat penggunaan teknologi. Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan, bahwa uang elektronik merupakan sebuah teknologi dibidang pembayaran, oleh karena itu minat penggunaan uang elektronik akan lebih tepat jika didefinisikan sesuai dengan TAM. Definisi minat penggunaan teknologi dalam TAM ialah sebuah bentuk penerimaan atas teknologi. Bentuk penerimaan ini tercermin dari penggunaan teknologi.

Minat penggunaan uang elektronik merupakan bentuk penerimaan atas teknologi. Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan minat penggunaan teknologi sebagai minat berperilaku, yakni suatu keinginan (minat) individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat dalam hal ini adalah prediksi yang baik dalam penggunaan teknologi oleh pemakai sistem (Jogiyanto, 2007:116). Sejalan dengan hal tersebut Fatmawati (2015) menyatakan minat penggunaan teknologi sebagai penentu dan dasar dari sebuah penerimaan teknologi, sehingga menjadi kecenderungan untuk tetap menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan paparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat penggunaan uang elektronik merupakan bentuk penerimaan teknologi dibidang pembayaran. Ketika individu menggunakan sebuah teknologi maka akan timbul suatu ketertarikan lebih terhadap teknologi tersebut. Ketertarikan ini yang membuat individu berkeinginan kuat untuk menggunakan produk uang elektronik.

Keinginan ini akan menjadi kecenderungan untuk tetap menggunakan uang elektronik.

#### **2.2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang elektronik (*Behavioral Intention*)**

Menurut Sudarsono (2007), faktor-faktor yang menimbulkan minat penggunaan uang elektronik dapat digolongkan sebagai berikut :

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam, berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri individu dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana individu berada.
- 3) Faktor emosional. Ukuran intensitas individu dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu keinginan atau objek tertentu.

#### **2.2.1.5 Indikator Minat Penggunaan Uang elektronik (*Behavioral Intention*)**

Minat penggunaan uang elektronik dapat diukur menggunakan indikator yang dikemukakan oleh para ahli. Variabel minat penggunaan diukur menggunakan tiga *item* pertanyaan yang merupakan adopsi dari Venkatesh *et al* (2000). Adapun pernyataan yang dimaksud, adalah sebagai berikut:

1. Pengguna akan selalu mencoba untuk menggunakan uang elektronik dalam kegiatan sehari-hari.
2. Pengguna berencana untuk melanjutkan menggunakan uang elektronik dalam aktivitas pembayaran sehari-hari.
3. Pengguna berencana merekomendasikan uang elektronik pada kerabat terdekat.

Andriyanto & Rahmawati (2016) menggunakan tiga indikator untuk mengukur minat penggunaan uang elektronik. Ketiga indikator tersebut, antara lain:

1. Keinginan untuk menggunakan.
2. Selalu mencoba menggunakan.
3. Berlanjut di masa yang akan datang.

Ekawati (2018) menggunakan empat indikator untuk mengukur minat penggunaan *Telkomsel-cash* dimana *Telkomsel-cash* merupakan salah satu jenis uang elektronik. Keempat indikator tersebut, dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengguna berniat untuk terus menggunakan *telkomsel-cash* di masa depan.
2. Pengguna akan selalu mencoba untuk menggunakan *telkomsel-cash* di kesehariannya.
3. Pengguna berencana untuk melanjutkan menggunakan *telkomsel-cash* sesering mungkin.
4. Pengguna berencana merekomendasikan *telkomsel-cash* kepada teman-temannya.

Utami & Kusumawati (2017) mengajukan empat pertanyaan untuk mengukur minat penggunaan uang elektronik. Keempat indikator tersebut, antara lain:

1. Dengan berbagai manfaat uang elektronik, saya berminat menggunakannya.
2. Dengan kemudahan uang elektronik, saya tertarik menggunakan uang elektronik.

3. Tingkat keamanan dalam menggunakan uang elektronik, saya bersedia menggunakan uang elektronik.
4. Saya tertarik bertransaksi dengan uang elektronik dan berminat menggunakannya.

Berdasarkan indikator-indikator yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli yang telah dipaparkan, maka indikator minat penggunaan uang elektronik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah indikator menurut Andriyanto & Rahmawati (2016) yang terdiri dari keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang. Indikator tersebut terpilih karena dianggap sesuai dengan kondisi mahasiswa dan diyakini dapat mendukung serta mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik.

## **2.2.2 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

### **2.2.2.1 Pengertian Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan persepsian kegunaan (*perceived usefulness*) “*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance*” yang memiliki arti bahwa sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Dalcher dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan individu bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Menurut Rogers (2003) para pengguna bersedia menerima inovasi jika inovasi memiliki kelebihan tertentu



dibandingkan dengan solusi yang ada. Keuntungan yang didapat dalam menggunakan suatu produk mendorong pengguna untuk terus menggunakan produk tersebut (Pooi et al., 2018). Pernyataan tersebut mendorong bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi.

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan paparan mengenai persepsi kegunaan, yakni persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan sejauh mana teknologi tersebut bermanfaat dan memberi manfaat kepada penggunanya. Semakin tinggi manfaat yang diberikan maka semakin meningkatkan produktivitas dan kinerja pengguna. Inti dari pernyataan tersebut adalah keadaan dimana individu percaya bahwa sistem informasi berguna maka ia akan menggunakannya.

#### **2.2.2.2 Indikator Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Venkatesh & Davis (2000) melakukan uji coba *prototype* atau model dengan memperkecil indikator sehingga menjadi lebih baik dan lebih praktis dengan menjadikan 6 *item* indikator sebagai pengukur variabel persepsi kegunaan. Keenam *item* tersebut, antara lain:

1. *Work more quickly* atau mempercepat pekerjaan yakni manfaat atau kegunaan teknologi dapat membantu individu menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih cepat.
2. *Job performance* atau meningkatkan kinerja yakni penggunaan teknologi dapat meningkatkan *performance* atau kinerja yang ditunjukkan si pengguna ketika menggunakan suatu teknologi.

3. *Increase productivity* atau meningkatkan produktivitas yakni penggunaan teknologi dapat membuat si pengguna teknologi lebih produktif karena dapat melakukan lebih dari satu pekerjaan dalam satu waktu.
4. *Effectiveness* atau efektifitas yakni penggunaan teknologi membuat pekerjaan lebih efektif atau tepat guna.
5. *Makes job easier* atau mempermudah pekerjaan yakni penggunaan teknologi membantu si pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terasa lebih mudah dikerjakan.
6. *Useful* atau bermanfaat yakni penggunaan teknologi memberikan manfaat kepada si pengguna teknologi.

Amanullah (2014) menyederhanakan indikator yang digunakan Venkatesh & Davis (2000) menjadi empat indikator untuk mengukur persepsi kemanfaatan atau kegunaan terhadap minat menggunakan teknologi informasi. Keempat indikator tersebut, yaitu:

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah.
2. Bermanfaat.
3. Menambah produktivitas.
4. Mempertinggi efektifitas.

Utami & Kusumawati (2017) menggunakan empat pertanyaan untuk mengukur persepsi kegunaan uang elektronik. Keempat indikator tersebut, antara lain:

1. Penggunaan uang elektronik tidak direpotkan dengan uang kembalian atau recehan.

2. Penggunaan uang elektronik lebih efisien dari pada transaksi tunai.
3. Kesalahan dalam transaksi dapat diminimalisir.
4. Adanya kebanggaan bertransaksi menggunakan uang elektronik.

Daliani & Mahendra (2018) menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan Mandiri *e-cash* menggunakan lima indikator. Kelima indikator tersebut, antara lain:

1. Menggunakan Mandiri *e-cash* mempercepat urusan.
2. Menggunakan Mandiri *e-cash* menyebabkan produktivitas meningkat.
3. Mandiri *e-cash* sangat efektif digunakan.
4. Menggunakan Mandiri *e-cash* lebih memudahkan dalam bertransaksi.
5. Mandiri *e-cash* sangat berguna.

Berdasarkan indikator-indikator yang telah dipaparkan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang digunakan oleh Amanullah (2014) yang terdiri dari menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktivitas, dan mempertinggi efektifitas. Pemilihan indikator tersebut dikarenakan kesesuaian dengan kondisi dan variabel yang digunakan. Diharapkan indikator ini memiliki peran dalam mengukur variabel persepsi kegunaan secara benar dan efektif.

### **2.2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

#### **2.2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Jogiyanto (2007:114) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu

teknologi akan bebas dari usaha. Venkatesh & Davis (2000) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkat dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Sun & Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, mudah dipelajari (*ease to learn*), mudah digunakan (*ease to use*), jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*), dan menjadi terampil (*become skillful*).

Venkatesh & Davis (2000) menyatakan jika individu merasa atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah digunakan maka individu tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila individu merasa atau percaya bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan, maka ia tidak bisa menggunakannya. Inti dari pernyataan tersebut adalah suatu teknologi atau produk akan diminati jika produk tersebut mudah digunakan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan yang dimiliki pengguna mengenai penggunaan teknologi yang mudah. Mudah yang dimaksud adalah mudah untuk dipelajari, mudah untuk dipahami serta mudah digunakan. Semakin mudah produk mudah dipahami maka produk akan mudah digunakan, sehingga dapat meningkatkan keterampilan pengguna.

#### **2.2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Venkatesh & Davis (2000) melakukan uji coba *prototype* atau model dengan memperkecil indikator sehingga menjadi lebih baik dan lebih praktis

dengan enam buah *item* indikator sebagai pengukur variabel persepsi kemudahan penggunaan. Keenam *item* tersebut, antara lain:

1. *Easy to learn* atau mudah dipelajari yakni penggunaan teknologi yang mudah untuk dipelajari.
2. *Controllable* atau mudah dikontrol yakni penggunaan teknologi mudah dikontrol.
3. *Clear and understandable* atau jelas dan mudah dipahami yakni penggunaan teknologi yang mudah untuk dipahami cara penggunaannya.
4. *Flexible* atau fleksibel yakni penggunaan teknologi yang fleksibel dan tidak kaku.
5. *Easy to become skillful* atau mudah menjadi terampil/mahir yakni penggunaan teknologi membuat si pengguna menjadi lebih terampil atas pekerjaannya.
6. *Easy to use* atau mudah digunakan yakni sebuah teknologi tidak perlu memerlukan usaha lebih untuk menggunakannya (mudah untuk digunakan).

Amanullah (2014) menyederhanakan enam indikator Davis menjadi empat indikator untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan teknologi informasi. Keempat indikator tersebut, yaitu:

1. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi.

#### 4. Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

Menurut penelitian Utami & Kusumawati (2017) terdapat empat pertanyaan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik. Keempat indikator tersebut, antara lain:

1. Uang elektronik mudah saat digunakan untuk transaksi.
2. Uang elektronik mudah dipahami penggunaannya.
3. Uang elektronik dapat digunakan di *merchant* mana saja.
4. Transaksi dengan uang elektronik lebih cepat.

Berdasarkan paparan mengenai indikator-indikator untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang dipaparkan oleh Venkatesh & Davis (2000) meliputi mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil/mahir, dan mudah digunakan. Indikator tersebut dipilih karena dianggap sesuai dengan kondisi dan variabel yang digunakan. Diharapkan indikator ini memiliki peran dalam mengukur variabel persepsi kemudahan penggunaan secara benar dan efektif.

### **2.2.4 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

#### **2.2.4.1 Pengertian Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

Pavlou (2003) mendefinisikan persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau teknologi. Kim (2008) mendefinisikan persepsi risiko adalah sesuatu yang dipercayai oleh konsumen akan adanya potensi

ketidakpastian ketika melakukan transaksi pembelian. Menurut Zhang, Zhu, & Liu (2012) persepsi risiko adalah sejauh mana konsumen sebuah layanan percaya bahwa ia mungkin akan terkena jenis risiko tertentu seperti risiko keuangan, sosial, psikologis, fisik atau waktu. Made, Puspita, & Warmika (2016) mendefinisikan persepsi risiko merupakan suatu risiko secara umum yang diterima oleh individu ketika menggunakan suatu sistem. Pavlou (2003) menjelaskan bahwa terdapat dua bentuk ketidakpastian dalam bertransaksi *online*, yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian lingkungan.

Berdasarkan paparan mengenai persepsi risiko dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap produk memiliki risiko termasuk penggunaan uang elektronik, risiko tersebut berupa risiko yang dapat dirasakan sekarang atau dikemudian hari, semua bergantung pemikiran si pengguna. Pemikiran ini yang dinamakan persepsi risiko. Persepsi risiko dalam penggunaan uang elektronik adalah kepercayaan akan konsekuensi atau ketidakpastian yang tidak diinginkan ketika individu melakukan kegiatan dengan menggunakan uang elektronik. Semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki pengguna maka akan menurunkan minat penggunaan uang elektronik, dan sebaliknya.

#### **2.2.4.2 Macam-Macam Risiko dalam Penggunaan Teknologi**

Menurut Putri (2019) tipe risiko utama yang dirasakan para konsumen ketika menggunakan suatu produk atau teknologi meliputi risiko fungsional, risiko fisik, risiko keuangan, risiko sosial, risiko psikologis dan risiko waktu. Berikut penjelasannya:

1. Risiko Fungsional adalah risiko bahwa produk tidak mempunyai kinerja seperti yang diharapkan.
2. Risiko Fisik adalah risiko terhadap diri dan orang lain yang dapat ditimbulkan produk.
3. Risiko Keuangan adalah risiko bahwa produk tidak akan seimbang dengan harganya.
4. Risiko Sosial adalah risiko bahwa pilihan produk yang jelek dapat menimbulkan rasa malu dalam lingkungan sosial.
5. Risiko Psikologis adalah risiko bahwa pilihan produk yang jelek dapat melukai ego konsumen.
6. Risiko Waktu adalah risiko bahwa waktu yang digunakan untuk mencari produk akan sia-sia jika produk tersebut tidak bekerja seperti yang diharapkan.

#### **2.2.4.3 Indikator Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

Pavlou (2003) dalam temuannya menyatakan terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko. Ketiga indikator tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Berupa adanya risiko tertentu yakni risiko yang ada dalam penggunaan uang elektronik .
2. Mengalami kerugian yakni kerugian yang didapat dalam menggunakan uang elektronik.
3. Pemikiran bahwa berisiko yakni pemikiran bahwa ketika menggunakan uang elektronik akan menimbulkan suatu risiko yang tak terduga.



Menurut penelitian Rahayu (2018) terdapat lima indikator untuk mengukur persepsi risiko dalam penggunaan uang elektronik. Kelima indikator tersebut, yaitu:

1. Tingginya tingkat risiko yakni tingkatan risiko yang ada pada penggunaan uang elektronik.
2. Keamanan bertransaksi yakni keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik.
3. Keamanan sistem yakni keamanan sistem dalam uang elektronik.
4. Kenyamanan bertransaksi yakni kenyamanan ketika menggunakan uang elektronik.
5. Keandalan sistem merupakan keandalan sistem uang elektronik.

Menurut penelitian Daliani & Mahendra (2018) terdapat dua indikator pertanyaan untuk mengukur persepsi risiko terhadap minat penggunaan Mandiri *e-cash*, dimana Mandiri *e-cash* merupakan salah satu jenis uang elektronik. Kedua indikator pertanyaan tersebut, adalah:

1. Penggunaan Mandiri *e-cash* menimbulkan kejahatan penipuan.
2. Dengan adanya kejadian penipuan menggunakan Mandiri *e-cash*, mengurangi penggunaan Mandiri *e-cash*.

Berdasarkan paparan mengenai indikator-indikator persepsi risiko, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator persepsi risiko menurut pendapat Pavlou (2003) yang meliputi berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemiliran bahwa berisiko. Indikator tersebut dipilih karena

dianggap sesuai dengan variabel penelitian. Diharapkan indikator ini dapat mengukur variabel persepsi risiko secara benar dan efektif.

## **2.2.5 Keinovatifan Personal (*Personal Innovativeness*)**

### **2.2.5.1 Pengertian Keinovatifan Personal (*Personal Innovativeness*)**

Menurut Suardikha (2012) keinovatifan personal atau *personal innovativeness* adalah suatu ciri yang mencerminkan individu bersedia untuk mencoba teknologi yang baru. Agrawal & Prasad (1998) dalam Jogiyanto (2007:130) menyatakan bahwa keinovatifan personal merupakan tingkatan sampai dimana individu mencoba teknologi informasi yang baru. Septiani et al (2018) mengatakan individu dengan keinovatifan yang tinggi akan mudah menemukan teknologi baru dibandingkan dengan orang yang memiliki inovatif rendah.

Keinovatifan yang dimiliki individu membuat individu tersebut menjadi individu yang unggul atau selangkah di depan, karena mereka mau menerima dan mencoba suatu inovasi. Individu yang memiliki tingkat inovatif yang tinggi, akan berani menghadapi risiko terhadap produk hasil inovasi. Individu dengan keinovatifan tinggi merasa senang mempelajari fungsi-fungsi baru teknologi dan kemungkinan untuk berinovasi dengan teknologi informasi daripada terjebak dalam penggunaan rutin yang tidak optimal.

Mengkaji lebih lanjut Agrawal & Prasad (1998) dalam Jogiyanto (2007:130) menyatakan keinovatifan pribadi dalam domain teknologi informasi, memiliki implikasi untuk teori dan praktik. Dikaji dari sudut pandang perspektif praktik, keinovatifan personal membantu mengidentifikasi individu yang mungkin

meliliki sifat keterbukaan terhadap produk inovasi kemudian mereka akan bergerak sebagai agen perubahan dan pemimpin opini. Dikaji dari sudut pandang perspektif teoritis, keinovatifan personal meningkatkan pemahaman pengguna mengenai sebuah sistem. Pemahaman ini kemudian menjadikan pengguna dengan keinovatifan tinggi lebih mudah beradaptasi dengan sistem.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keinovatifan personal merupakan sifat yang ada pada diri individu yang mudah menerima perubahan, mudah beradaptasi dan mau mencoba produk baru. Keinovatifan personal dalam konteks teknologi informasi, yakni sebagai kecenderungan individu terkait dengan keyakinan positif terhadap penggunaan teknologi informasi yang terbilang baru. Keberadaan variabel keinovatifan personal cukup penting dalam penerimaan teknologi untuk lebih memahami bagaimana persepsi terbentuk dan peran dalam pembentukan minat penggunaan, dalam hal ini minat pada penggunaan uang elektronik.

#### **2.2.5.2 Indikator Keinovatifan Personal (*Personal Innovativeness*)**

Agrawal & Prasad (1998) dalam Jogiyanto (2007:131) menyatakan terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur keinovatifan personal yang dimiliki individu. Ketiga indikator tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Mencari cara untuk mengetahui penggunaan uang elektronik.
2. Merasa ingin menggunakan teknologi yang ada pada uang elektronik.
3. Berkspesimen dengan uang elektronik.

Hartini (2011) dalam penelitiannya menggunakan lima indikator untuk mengukur keinovatifan personal yang dimiliki individu. Kelima indikator tersebut, antara lain:

1. Pencarian informasi, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi cenderung gemar mencari informasi mengenai teknologi terbaru.
2. Penerimaan risiko, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi cenderung lebih mengedepankan keinginan untuk menggunakan sehingga mengabaikan risiko yang ada pada teknologi tersebut.
3. Pencarian variasi, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi gemar mencari variasi atau versi lain dari produk yang sudah ada.
4. Menjadi pioner, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi menjadi pioner dengan cara selangkah lebih maju dari individu lain yang memiliki keinovatifan personal yang rendah.
5. Mencoba produk baru, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi merasa tertarik dengan produk baru.

Suardikha (2011) menggunakan tiga indikator untuk mengukur keinovatifan personal yang dimiliki individu. Katiga indikator tersebut, antara lain:

1. Penggunaan aplikasi baru, yakni individu dengan keinovatifan personal yang tinggi selalu mencari tahu suatu alat terbaru yang dapat digunakan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.
2. Penggunaan cara baru, yakni individu dengan keinovatifan personal tinggi selalu mencari tahu cara terbaru dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

3. Penciptaan desain baru, yakni individu dengan keinovatifan persolan tinggi selalu mengembangkan alat dan cara yang sudah ada dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

Berdasarkan paparan mengenai indikator-indikator keinovatifan personal, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator keinovatifan personal menurut pendapat Agrawal & Prasad (1998) dalam Jogiyanto (2007:131) yang meliputi mencari cara untuk mengetahui penggunaan uang elektronik, merasa ingin menggunakan teknologi yang ada pada uang elektronik, dan bereksperimen dengan uang elektronik. Indikator tersebut dipilih karena dianggap sesuai dengan variabel penelitian. Diharapkan indikator ini dapat mengukur variabel keinovatifan personal secara benar dan efektif.

### 2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut sangat penting dipaparkan karena dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan acuan dalam penelitian ini.

**Tabel 2. 1**  
**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Davis (1989)	Variabel Dependen: Penerimaan Teknologi  Variabel Independen: 1. Persepsi kemudahan	Merupakan uji model yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan mempengaruhi penerimaan teknologi

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		2. Persepsi manfaat	
2	Pavlou (2001)	Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>E-commerce</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi kemudahan 2. Persepsi manfaat 3. Kredibilitas 4. Pengaruh sosial	Penelitian ini menunjukkan bahwa mungkin faktor yang paling penting dalam adopsi e-commerce adalah kepercayaan yang dirasakan konsumen, terutama diwakili oleh risiko yang dirasakan dan kedua oleh kepercayaan.
3	Pavlou (2003)	Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>E-commerce</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi kemudahan 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi risiko 3. Kepercayaan	Temuan menunjukkan bahwa semua faktor yang disarankan memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi penerimaan teknologi <i>e-commerce</i>
4	Pooi et al. (2018)	Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>E-Money</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi kemudahan 2. Persepsi manfaat 3. Kredibilitas 4. Pengaruh sosial	Temuan menunjukkan bahwa semua faktor yang disarankan memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler di Malaysia dengan persepsi kegunaan terbukti menjadi penentu terkuat.
5	Septiani et al. (2018)	Variabel Dependen: Minat menggunakan	Studi ini menunjukkan bahwa niat perilaku pengguna untuk menggunakan GO-JEK dipengaruhi oleh faktor

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<p><i>online</i> transportasi</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Persepsi kegunaan</li> <li>3. Norma subjektif</li> <li>4. Kompabilitas</li> <li>5. Pelayanan</li> </ol>	<p>persepsi internal (persepsi kemudahan penggunaan), faktor eksternal (norma subyektif), karakteristik inovasi (kompatibilitas) dan faktor lainnya (kenikmatan yang dirasakan dan variasi layanan).</p>
6	Shin (2009)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat menggunakan <i>mobile wallet</i></p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Persepsi manfaat</li> <li>3. Keamanan</li> <li>4. Pengaruh sosial</li> <li>5. Kepercayaan</li> <li>6. <i>Self Efficacy</i></li> </ol>	<p>Temuan menunjukkan bahwa semua faktor yang disarankan memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi minat menggunakan <i>mobile wallet</i> dengan persepsi kegunaan terbukti menjadi penentu terkuat.</p>
7	Shaw (2014)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat menggunakan <i>E-Money</i></p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Persepsi manfaat</li> <li>3. Kepercayaan</li> <li>4. Pembelajaran informal</li> <li>5. <i>Self efficacy</i></li> </ol>	<p>Hasilnya, yang menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan adalah faktor yang mempengaruhi utama dan bahwa pembelajaran informal dimediasi oleh kepercayaan, bernilai bagi para peneliti dan praktisi.</p>
8	Melkis (2016)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat menggunakan <i>E-</i></p>	<p>Variabel terbesar yang mempengaruhi minat</p>

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<p><i>Money</i></p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Persepsi manfaat</li> <li>3. Keinovatifan personal</li> <li>4. Kredibilitas</li> <li>5. Kompabiitas</li> </ol>	<p>penggunaan <i>e-money</i> adalah kompatibilitas dan pengaruh sosial. Adapun beberapa variabel yang tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna GOJEK di Surabaya adalah persepsi tentang manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, inovasi pribadi, dan kredibilitas yang dirasakan.</p>
9	Agrawal & Prasad (1998)	Personal inovateveness dalam teknologi informasi	Keinovatifan personal sebagai faktor dari dalam individu yang mempengaruhi penerimaan teknologi informasi.
10	Aritonang & Arisman (2016)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat menggunakan E-Money</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Persepsi manfaat</li> </ol>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi serta persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Go-pay.</p>
11	Daliani & Mahendra (2018)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat pengguna Mandiri <i>E-Cash</i></p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan</li> <li>2. Norma subjektif</li> <li>3. Keyakinan diri</li> </ol>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan variabel keyakinan diri memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menggunakan Mandiri e-Cash.</p>
12	Dzulhaida et	Variabel Dependen:	Hasil penelitian mengatakan bahwa semua variabel



No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	al. (2015)	Minat menggunakan E-Money  Variabel Independen:  1. Harapan usaha 2. Pengaruh sosial 3. Harapan kinerja 4. Persepsi risiko 5. Persepsi kepercayaan	berpengaruh signifikan kecuali variabel persepsi risiko.
13	Fatmasari & Wulandari (2015)	Variabel Dependen:  Minat menggunakan APMK  Variabel Independen:  1. Persepsi kemudahan 2. Persepsi manfaat 3. Sikap 4. Persepsi kontrol perilaku 5. Norma subjektif	Hasil penelitian mengatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan dalam penggunaan APMK. Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat dalam penggunaan APMK. Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat dalam penggunaan APMK. Persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan APMK/ Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan APMK
14	Firdauzi (2017)	Variabel Dependen:  Minat penggunaan E-Money  Variabel Independen:  1. Kemampuan financial 2. Kemudahan 3. Perilaku konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel kemampuan financial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%. (2) Variabel kemampuan financial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%. (3) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>perilaku konsumen sebesar 82,4%. (4) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%. (5) Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.</p>
15	Made et al., (2016)	<p>Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>Mobile Commerce</i>.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan penggunaan</li> <li>2. Persepsi manfaat</li> <li>3. Persepsi risiko</li> </ol>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar. Sedangkan, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar.</p>
16	Priambodo & Prabawani, (2015)	<p>Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>E-Money</i></p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Manfaat</li> <li>2. Persepsi Kemudahan</li> <li>3. Persepsi Risiko</li> </ol>	<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan</p>
17	Pratama & Saputra, (2019)	<p>Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>E-Money</i></p>	<p>Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwabaik secara parsial maupun secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan</p>

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Variabel Independen: 1. Persepsi Manfaat 2. Persepsi Kemudahan penggunaan 3. Tingakt kepercayaan	tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa reguler sore angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.
18	Ramadhan & Prasetyo, (2016)	Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>E-Money</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi Manfaat 2. Persepsi kemudahan 3. Persepsi keamanan dan risiko	Temuan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan dan persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan <i>e-money</i> . Namun, penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan
19	Wibowo et al. (2015)	Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>E-Money</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi Manfaat 2. Persepsi Kemudahan 3. Fitur Layanan 4. Kepercayaan	Hasil penelitian baik secara parsial maupun simultan menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pada produk <i>e-money card</i> .
20	Andriyanto & Rahmawati (2016)	Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>E-Money</i>  Variabel Independen: 1. Persepsi	Hasil penelitian baik secara parsial menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga

No	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Kebermanfaatan 2. Persepsi Kemudahan 3. Fitur Layanan 4. Kepercayaan	D.I.Yogyakarta. dan terdapat pengaruh negatif dan signifikan pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga D.I.Yogyakarta

## 2.4 Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian

### 2.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Persepsi kegunaan menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori penerimaan teknologi yang mengatakan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan merupakan faktor utama diterimanya suatu teknologi. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai konsekuensi yang diharapkan pengguna dalam menggunakan sebuah produk atau teknologi. Persepsi kegunaan merupakan tingkatan kepercayaan individu bahwa suatu produk bermanfaat dan memberi manfaat sehingga dapat meningkatkan kinerja si pengguna.

Kegunaan suatu produk dapat dijadikan alasan utama konsumen untuk berminat menggunakan produk tersebut, termasuk uang elektronik. Uang elektronik memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi seperti transportasi, parkir, jalan tol, dan *fast food*. Kelebihan lainnya, yaitu uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang

tunai karena tidak menerima uang kembalian dalam bentuk barang seperti permen akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil atau recehan. Persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam minat penggunaan uang elektronik. Suatu produk dengan nilai guna tinggi atau manfaat yang banyak akan mendorong pengguna untuk menggunakan produk tersebut dan terus menggunakan produk tersebut. Sebaliknya, ketika produk memiliki nilai guna yang rendah maka pengguna tidak tertarik menggunakan produk tersebut.

Persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam minat penggunaan uang elektronik. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian Andriyanto & Rahmawati (2016), Vhistika (2017), dan Septiani et al (2018).

#### **Ha<sub>1</sub>: Persepsi Kegunaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

#### **2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor yang tak kalah penting dibandingkan persepsi kegunaan dalam mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan meliputi tiga hal, yaitu mudah dipelajari dan

mudah dioperasikan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan dari pengguna atau pelanggan. Ketika uang elektronik mudah dipelajari maka uang elektronik tersebut mudah dioperasikan. Ketika uang elektronik mudah dioperasikan maka uang elektronik akan bekerja sesuai dengan harapan si pengguna sehingga dapat menambah keterampilan si pengguna dalam bertransaksi dengan teknologi.

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan yang mempengaruhi minat penggunaan sebuah teknologi. Apabila individu merasa percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila individu merasa atau percaya bahwa teknologi tersebut tidak mudah digunakan, ia tidak bisa menggunakannya. Hal ini sama dengan minat penggunaan uang elektronik, ketika pengguna memiliki persepsi kemudahan yang tinggi terhadap penggunaan uang elektronik maka ia akan berminat menggunakan uang elektronik, dan sebaliknya.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik. Mengkaji penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian Ramadhan & Prasetyo (2016), Utami & Kusumawati (2017), dan Genady (2018).

**Ha<sub>2</sub>: Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

### **2.4.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

Setiap produk baik itu barang ataupun jasa tentu memiliki risiko, baik itu risiko yang didapat secara langsung atau risiko dikemudian hari. Berbanding terbalik dengan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko ini sangat dihindari oleh konsumen. Persepsi risiko adalah pandangan konsumen akan suatu produk yang memberikan konsekuensi negatif. Persepsi risiko didefinisikan sebagai suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.

Risiko dalam suatu produk sangat dihindari oleh konsumen atau pengguna, oleh karena itu persepsi risiko memiliki hubungan yang berbanding terbalik dengan minat penggunaan. Adanya persepsi risiko akan mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Konsumen yang menilai uang elektronik memiliki ketidakpastian dan konsekuensi yang tinggi cenderung untuk menghindari dan tidak berminat untuk menggunakan uang elektronik. Semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki konsumen terhadap uang elektronik, maka minat untuk menggunakan uang elektronik tersebut semakin rendah. Sebaliknya, apabila persepsi risiko terhadap uang elektronik tersebut rendah, maka minat penggunaannya akan semakin tinggi.

Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini sesuai dengan Priambodo & Prabawani (2015), Yogananda (2017), dan Rahayu (2018). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan hasil

bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

### **Ha<sub>3</sub>: Persepsi Risiko Berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Uang elektronik**

#### **2.4.4 Pengaruh Keinovatifan Personal terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.**

Sebuah teknologi dapat diterima dengan mudah oleh pengguna bukan hanya dari kegunaan, kemudahan dan risiko dalam produk tersebut, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam diri pengguna, yakni keinovatifan personal. Keinovatifan personal atau *personal innovativeness* adalah suatu ciri yang mencerminkan individu bersedia untuk mencoba teknologi yang baru. Keinovatifan personal merupakan tingkatan sampai dimana individu mencoba teknologi informasi yang baru.

Keinovatifan personal merupakan sifat yang melekat pada individu. Individu dengan keinovatifan yang tinggi akan mudah menerima produk inovasi dibandingkan dengan individu yang memiliki keinovatifan rendah. Keinovatifan yang dimiliki individu membuat individu tersebut menjadi individu yang unggul atau selangkah di depan. Individu dengan keinovatifan personal yang tinggi akan mau menerima dan mencoba sebuah produk inovasi, termasuk uang elektronik yang merupakan inovasi dibidang pembayaran. Individu yang memiliki sifat inovatif yang tinggi, akan berani menghadapi risiko terhadap produk hasil inovasi. Individu dengan keinovatifan tinggi merasa senang mempelajari fungsi-fungsi



baru teknologi dan kemungkinan untuk berinovasi dengan teknologi daripada terjebak dalam penggunaan rutin yang tidak optimal. Semakin tinggi keinovatifan personal yang dimiliki individu maka semakin tinggi minatnya dalam menggunakan uang elektronik. Sebaliknya, ketika individu memiliki keinovatifan personal yang rendah maka minatnya dalam penggunaan uang elektronik pun rendah.

Keinovatifan personal memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan suatu produk terutama produk inovasi yang belum ada, uang elektronik yang merupakan inovasi dalam bidang pembayaran. Mengkaji penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa keinovatifan personal berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya adalah Amelia (2013), Yeonardy & Ratnasari (2015), dan Melkis (2016).

**Ha<sub>4</sub>: Keinovatifan Personal Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Penggunaan Uang elektronik**

#### **2.4.5 Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

Persepsi kegunaan ialah kepercayaan individu dalam menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Produk yang menawarkan kegunaan lebih dari solusi yang sudah ada, menarik pengguna untuk mencoba menggunakan produk tersebut. Hal ini serupa dengan uang elektronik yang memiliki kelebihan lebih yang tidak dimiliki oleh uang tunai, membuat pengguna tertarik dan berminat untuk lebih sering menggunakan uang elektronik dari pada

menggunakan uang tunai. Semakin produk memiliki nilai guna yang lebih dibanding produk yang sudah ada maka semakin meningkatkan minat dalam menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini menguji keberadaan keinovatifan personal akan memperkuat pengaruh positif dari persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hal ini didasari asumsi bahwa individu dengan keinovatifan personal yang tinggi akan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi serta semangat mencoba sesuatu produk inovasi. Individu dengan keinovatifan personal yang tinggi cenderung akan mencari tahu kelebihan-kelebihan dari penggunaan uang elektronik sehingga akan memperkuat pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Penelitian terdahulu terkait variabel persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik belum memperoleh hasil yang konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2018) menyatakan hasil bahwa persepsi manfaat atau persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Go-Pay* yang mana *Go-Pay* merupakan salah satu jenis pembayaran elektronik dan termasuk uang elektronik. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian Pooi et al (2018) yang meneliti persepsi generasi milineal dalam menggunakan *mobile payment*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan temuan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kegunaan dengan minat menggunakan *mobile payment*.

**Ha<sub>5</sub>: Keinovatifan Personal Memperkuat Pengaruh Positif dan Signifikan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

#### **2.4.6 Peran Keinovatifan Personal dalam Memperkuat Pengaruh Positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

Persepsi kemudahan penggunaan ialah pemahaman akan penggunaan suatu sistem yang tidak memerlukan usaha lebih atau dapat dikatakan mudah. Semakin produk mudah digunakan dan mudah untuk dipahami maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan produk tersebut, termasuk uang elektronik. Kemudahan penggunaan ini akan menimbulkan rasa bahwa suatu produk memiliki suatu kelebihan dan menawarkan sebuah solusi baru, serta dapat meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi atau transaksi.

Penelitian ini menguji peran keinovatifan personal dalam memperkuat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Persepsi kemudahan dalam penggunaan yang baik mendorong pengguna berminat menggunakan uang elektronik. Apabila diimbangi dengan keinovatifan personal yang tinggi, akan meningkatkan minat penggunaan uang elektronik. Keinovatifan personal membuat individu memiliki keinginan mengetahui kemudahan penggunaan uang elektronik, berkesperimen dengan uang elektronik sehingga akan memperkuat pengaruh positif kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Ramadhan & Prasetyo (2016) mengatakan bahwa uang elektronik tergolong mudah dalam penggunaannya. Hal ini dikarenakan petunjuk penggunaan uang elektronik atau uang elektronik sudah tercantum pada aplikasi, sehingga pengguna dapat mempelajari sendiri cara menggunakan uang elektronik termasuk mengisi

saldo dan bertransaksi. Selain kemudahan berupa mudah untuk dipelajari dan mudah dipahami, uang elektronik juga mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai *merchant* (pedagang/toko) yang telah mendukung transaksi uang elektronik. Uang elektronik memiliki kemudahan penggunaan yang tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan uang elektronik maka akan meningkatkan minat penggunaan uang elektronik.

Penelitian yang menguji variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki beberapa hasil yang berbeda. Wibowo et al (2015) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik. Sejalan dengan penelitian tersebut dalam Ramadhan & Prasetyo (2016) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa jika individu merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakan sistem tersebut.

**Ha<sub>6</sub>: Keinovatifan Personal Memperkuat Pengaruh Positif dan Signifikan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

**2.4.7 Peran Keinovatifan Personal dalam Memperlemah Pengaruh Negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik**

Persepsi risiko merupakan sesuatu keyakinan yang dimiliki pengguna akan ketidakpastian, dampak negatif atau efek samping yang diperoleh ketika pengguna menggunakan produk tertentu. Produk yang memiliki risiko tinggi cenderung di hindari oleh pengguna. Semakin tinggi risiko maka minat penggunaan produk

tersebut semakin rendah, termasuk minat penggunaan uang elektronik. Pengguna uang elektronik mempertimbangkan risiko sebagai salah satu alasan menggunakan uang elektronik, terlebih uang elektronik merupakan suatu produk baru.

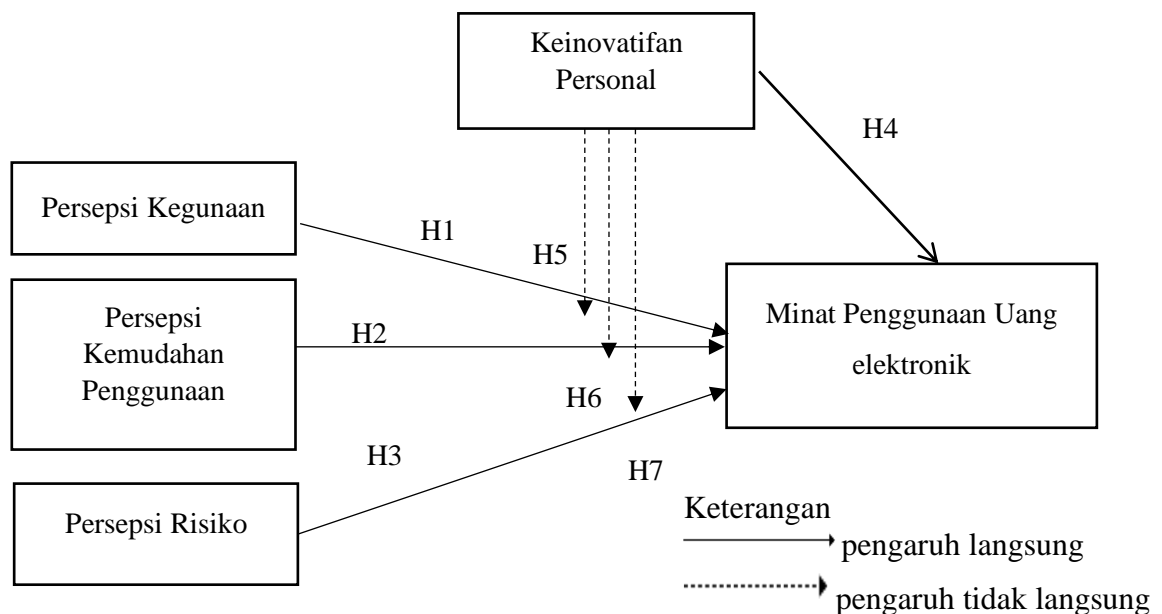
Penelitian ini menguji peran keinovatifan personal dalam memperlemah pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik. Persepsi risiko yang rendah dalam penggunaan uang elektronik mendorong pengguna berminat menggunakan uang elektronik. Apabila diimbangi dengan keinovatifan personal yang tinggi, akan mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Pengguna dengan keinovatifan personal yang tinggi cenderung memiliki rasa ingin mencoba uang elektronik tanpa mempedulikan risiko yang ada pada uang elektronik. Salah satu sifat yang dimiliki oleh pengguna dengan keinovatifan personal yang tinggi adalah keinginan menggali informasi yang tinggi mengenai uang elektronik. Informasi ini kemudian akan membentuk pemahaman yang baik mengenai penggunaan uang elektronik. Ketika pemahaman suatu produk baik, maka pengguna akan dapat menghadapi risiko yang ada pada produk tersebut. Pengguna cenderung ingin mengetahui dan berksperimen dengan uang elektronik sehingga akan memperlemah pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Variabel persepsi risiko pernah diteliti sebelumnya, namun masih jarang. Penelitian dilakukan oleh Pavlou (2003) penelitian pertama yang menguji persepsi risiko dalam model penerimaan teknologi. Hasil penelitian Pavlou (2003) menyatakan hasil persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-commerce* berpengaruh negatif dan signifikan. Lebih lanjut Priambodo & Prabawani (2015)

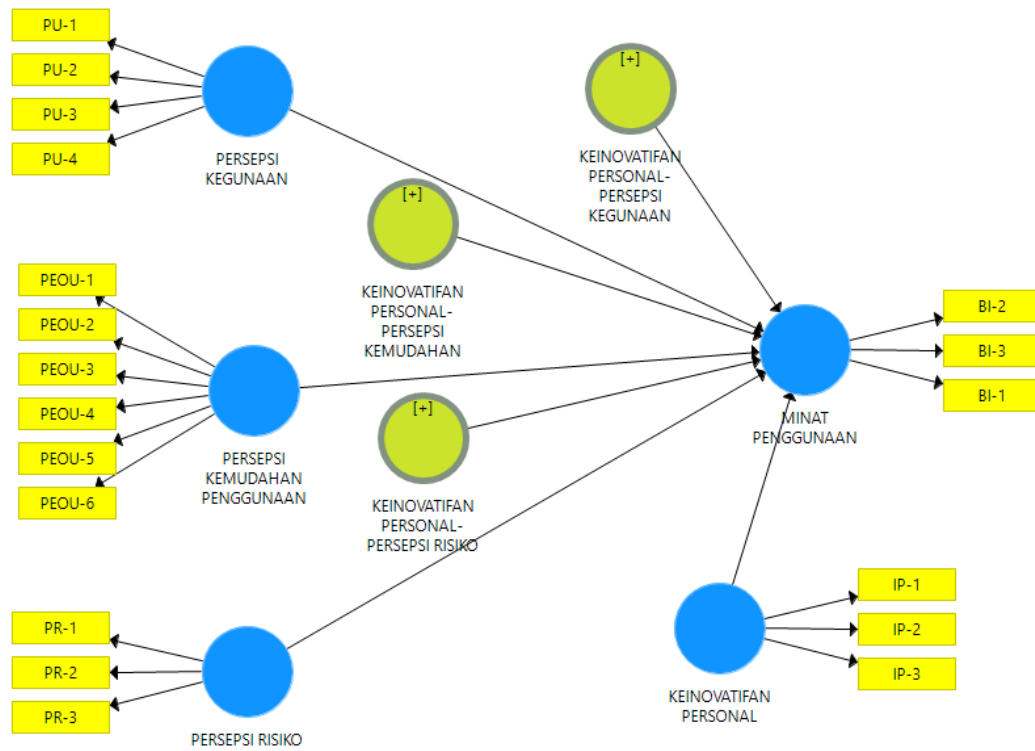
melakukan penelitian untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik dan menghasilkan pengaruh negatif dan signifikan. Mengacu pada paparan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin rendah persepsi risiko maka semakin tinggi minat penggunaan uang elektronik.

**Ha7: Keinovatifan Personal dalam Memperlemah Pengaruh Negatif dan Signifikan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang elektronik**

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan maka kerangka berfikir dapat dilihat seperti gambar di bawah ini.



**Gambar 2. 2 Sekema Kerangka Berfikir**



**Gambar 2. 3 Skema Model Penelitian.**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen serta pengaruh variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan aplikasi SartPLS versi 3.2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.
3. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.
4. Keinovatifan personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.
5. Keinovatifan personal tidak memperkuat pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.
6. Keinovatifan personal tidak memperkuat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.



7. Keinovatifan personal tidak memperlemah pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan uang elektronik mahasiswa UNNES angkatan 2016.

## 5.2 Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan, sehingga berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada instansi dan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan sudah tinggi sehingga perlu dipertahankan. Berbagai cara dapat dilakukan mahasiswa untuk mempertahankan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang mereka punya. Cara-cara tersebut diantaranya yaitu menambah literasi mengenai penggunaan uang elektronik, selalu meng-*upgrade* aplikasi uang elektronik serta mempelajari *fiture* baru yang ada pada uang elektronik sehingga mereka paham akan perkembangan pembayaran uang elektronik.
2. Keinovatifan personal mahasiswa UNNES dapat ditingkatkan lagi dengan berbagai cara. Contohnya adalah menggali informasi terkait uang elektronik, atau mencari tahu perkembangan terbaru mengenai uang elektronik. Informasikan kepada teman-teman mengenai informasi terbaru terkait uang elektronik. Meningkatkan keinovatifan personal antar teman dengan cara mengajak teman-teman untuk menggunakan uang elektronik,

sehingga mereka peka akan teknologi terbaru, yakni uang elektronik sebagai teknologi terbaru dibidang pembayaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dan mengkaji lebih jauh pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, serta meneliti dan mengkaji faktor lain dari minat penggunaan uang elektronik diluar penelitian ini. Seperti menempatkan variabel keinovatifan sebagai variabel eksogen untuk diteliti karena dalam penelitian ini terbukti bahwa keinovatifan personal tidak berperan sebagai variabel moderasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Hartono, J. (2015). *Partial Lest Square Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Abidin, M. S. (2016). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya*, 3(2), 1–21. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/13212>
- Agrawal, R., & Prasad, J. (1998). A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Rystem Research*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/isre.9.2.204>
- Amanullah, B. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)*. Universitas Diponegoro. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/43009/>
- Amelia. (2013). Analisis Behavioral Intention Ditinjau Dari Pengaruh Personal Innovativeness , Dan Compatibility Pengguna Flazz BCA. *Jurnal Eksekutif*, 10(1), 60–73. Retrieved from <http://jurnal.ibmt.ac.id/jeksekutif/article/view/42>
- Andriyanto, Y., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita*, 2(1), 1–16. Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/view/5569>
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–17. Retrieved from <http://eprints.mdp.ac.id/2292/>
- Ayuningtyas, H. Y. (2012). Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Obyektivitas, Integritas Dan Kompetensi Terhadap Kualitas Hasil Audit (Studi Kasus Pada Auditor Inspektorat Kota/Kabupaten Di Jawa Tengah). *Journal FEB Undip*, 1(1), 594–603.
- Bank Indonesia. Kampanye Less Cash Society di Universitas Indonesia (2013). Retrieved from [https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/lcs\\_ui\\_2013.aspx](https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/lcs_ui_2013.aspx)
- Bhatti, T. (2007). Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce, *I2(3)*. Retrieved from <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Daliani, A., & Mahendra, I. (2018). Minat Individu Terhadap Penggunaan

- Mandiri E-Cash: Pendekatan Teknologi Acceptance Model. *Jurnal Edik Informatika*, 4(2), 30–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.22202/ei.2018.v4i2.3000>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *JSTOR*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/doi:10.2307/249008>
- Diksani, I. K. A., Sinarwati, N. K., & Ari Nyoman, D. (2014). Pengaruh Keyakinan Diri Atas Komputer, Keinovatifan Personal, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap (Studi Pada Kantor Cabang Utama Bank Central Asia Di Singaraja). *Jurnal Akuntansi Universitas Ganesha*, 1(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jimat.v2i1.3432>
- Dzulhaida, R., Rifaldi, R., & Giri, W. (2015). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2 (UTAUT 2). *Universitas Telkom*, 15(2), 155–166. Retrieved from <https://repository.unikom.ac.id/56830/>
- Ekawati, D. K. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel Cash (T-Cash) di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9725>
- Fatmasari, D., & Wulandari, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan APMK. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 93–103. Retrieved from <http://syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/756>
- Firdauzi, I. (2017). The Effects Capability Of Finance, Ease, And Consumers' Behaviors On The Interest In The Electronic Money Use In Yogyakarta City. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 77–87. Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/6076>
- Genady, D. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)*. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/39728>
- Hartini, S. (2011). Pengembangan Model TAM: Expertice Dan Innovativeness Sebagai Variabel Moderator Studi Pada Pengguna E-Banking, 1(2), 155–164. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v1i2.250>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Luthans, F. (2005). *Organizational Behaviour. 10th Edition*. Yogyakarta.

- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/0146167292181001>
- Made, N., Puspita, A., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan perspsi resiko terhadap niat menggunakan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/18029>
- Mahat, J., Ayub, A. F. M., Luan, S., & Wong. (2012). An Assessment of Students' Mobile Self-Efficacy, Readiness and Personal Innovativeness towards Mobile Learning in Higher Education in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64(9), 284–290. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.033>
- Melkis, E. (2016). Analisis Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Personal Innovativeness, Social Influence, Perceived Credibility, Dan Compatibility Terhadap Actual Usage Melalui Behavioral Intention Pada Pengguna Gojek Di Surabaya. Retrieved from <http://hdl.handle.net/123456789/924>
- Novitasari, I., & Fitriasar, R. (2016). Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2250>
- Pavlou, P. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce - Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. In *Association for Information System (AIS Electronic Library)*. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/digit2001> Recommended
- Pavlou, P. A. (2003). International Journal of Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 37–41. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pooi, Y., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2018). Millennials ' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- Pratama, A. B., & Saputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927–953. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang).

- Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Putri, A. N. S. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. Journal FEB Universitas Islam Indonesia*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri, F. K., & Hakim, M. S. (2017). Pengaruh Faktor Kepribadian terhadap Toleransi Risiko Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i1.21318>
- Rahayu, R. W. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt . Gojek Indonesia*. Universitas Islam Indonesia. Retrieved from <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7930>
- Ramadhan, A. F., & Prasetyo, A. B. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/jdeb.v13i2.470>
- Ratri, S. M. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Learning Moodle Oleh Guru Smk Negeri 2 Yogyakarta Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riskianto, A., Kelana, B., & Hilmawan, D. R. (2017). The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology. *Procedia Computer Science*, 124, 536–543. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.187>
- Rogers, E. M. (2003). *DIFFUSION OF Third Edition*.
- Septiani, R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2018). Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service : Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 504–512. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.183>
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>
- Shin, D. (2009). Computers in Human Behavior Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-cabanillas, F. J. (2019). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(2020), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Suardikha, I. M. S. (2011). *Pengaruh Implementasi Budaya Tri Hita Karana*

*Terhadap Kesuksesan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dimediasi Keyakinan-Diri Atas Komputer, Keinovatifan Personal, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan.*

- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Assessing IT Usage : The Role of Prior Experience. *JSTOR*, 19(4), 561–570. <https://doi.org/10.2307/249633>
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance Vol. XIV No. 2 / Juli 2017, XIV(2)*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/blc.v14i02.1265>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies, (October 2018), 185–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *JSTOR*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Vhistika, N. I. (2018). Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-money ( Studi Pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau E-money di Wilayah Tanah Abang ). *Jurnal Pr*, 6(3). Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/13793>
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi. In *jurnal UBL* (pp. 1–9). Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/228997997\\_Kajian\\_Tentang\\_Perilaku\\_Pengguna\\_Sistem\\_Informasi\\_Dengan\\_Pendekatan\\_Technology\\_Acceptance\\_Model\\_TAM](https://www.researchgate.net/publication/228997997_Kajian_Tentang_Perilaku_Pengguna_Sistem_Informasi_Dengan_Pendekatan_Technology_Acceptance_Model_TAM)
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>
- Yeonardy, Y., & Ratnasari, G. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Branchless Banking ( Studi Kasus pada Mandiri E-cash )*. Retrieved from <http://www.lib.ui.ac.id/detail?id=20413796&lokasi=lokal>
- Yogananda, A. S. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Intrumen Uang Elektronik*. Universitas Diponegoro. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/57586/>