



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO,
AKUNTABILITAS, DAN TRANSPARANSI DALAM
MENGUNAKAN *E-MONEY* (GOPAY) PADA MASYARAKAT
MUSLIM DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Muhammad Faizun Ulurrosyad

7211415097

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Jumat

Tanggal : 27 Desember 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



UNNES
FAKULTAS AKUNTANSI
NIP. 198309012008121002

Dosen Pembimbing



Prabowo Yudo Jayanto, S.E., MS.
NIP. 198205072008121005

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Senin
Tanggal : 13 Januari 2020

Penguji I



Drs. Asrori, M.S.
NIP. 196005051986011001

Penguji II



Hasan Mukhibad, S.E., M.Si
NIP. 198112222014041001

Penguji III



Prabowo Yudo Jayanto, S.E., MSA
NIP. 198205072008121005

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Meri Yanto MBA, Ph.D
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Faizun Ulurrosyad
NIM : 7211415097
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 16 Mei 1996
Alamat : Jl. Kp. Sleko Kel. Bandarharjo Kec. Semarang
Utara. Kota Semarang, 50175

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, sebagian maupun seluruhnya. Pendapat dan 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, 13 Januari 2020



Muhammad Faizun Ulurrosyad

NIM. 7211415097

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (QS. Al Mulk: 15).
2. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (QS. Al Insyirah: 8)

Persembahan:

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Almamaterku, Universitas Negeri Semarang yang telah memberiku ilmu dan pengetahuan.
2. Bapak Soenarto, dan Ibu Sri Lestari yang selalu memberi doa dan dukungan serta selalu memberi inspirasi dan semangat.
3. Saudaraku Anwar dan Wafiq, saudaraku dan teman-temanku yang selalu mendukungku dan memberi motivasi.

PRAKATA

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, Transparansi, dan Akuntabilitas dalam Menggunakan *E-Money* (Gopay) Pada Masyarakat Muslim Di Kota Semarang”**. Skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan mengikuti program S1 di Fakultas Ekonomi.
3. Kiswanto, S.E., M.Si., CMA., CIBA., CERA, Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan selama masa studi.

4. Prabowo Yudo Jayanto, S.E., M.SA, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan mencurahkan segala perhatian untuk memberikan arahan dan masukan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Drs. Kusmuriyanto M.Si., selaku Dosen Wali Akuntansi A 2015 yang telah mendampingi penulis mulai dari awal hingga akhir studi di Universitas Negeri Semarang.
6. Prabowo Yudo Jayanto, S.E., M.SA, Dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UNNES, khususnya dosen Akuntansi, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan pada penulis.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan.
9. Seluruh masyarakat muslim di Kota Semarang yang telah membantu menyempatkan waktu untuk dijadikan responden.
10. Ayah, Ibu, dan saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungannya.
11. Sahabatku Sri Nur Hayani S.E. yang selalu memberi semangat dan menemani saya.
12. Teman-teman rombel Akuntansi A 2015 yang telah membantu, berbagi rasa suka dan duka dalam perjuangan yang sama.
13. Semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis.

Semoga bantuan, pengorbanan, dan amal baik yang telah diberikan mendapat balasan yang melimpah dari Allah SWT. Penulis yakin bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, Januari 2020

Muhammad Faizun Ulurrosyad

NIM. 7211415097

SARI

Ulurrosyad, Muhammad Faizun. 2020. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, Akuntabilitas, dan Transparansi dalam Menggunakan *E-Money* (Gopay) Pada Masyarakat Muslim Di Kota Semarang". Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Prabowo Yudo Jayanto, S.E.,MSA.

Kata Kunci : Minat Penggunaan *E-Money*, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Transparansi, Akuntabilitas.

Penggunaan *e-money* di Indonesia sudah mulai berkembang. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) telah dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak 2014. Perkembangan *e-money* semakin meningkat dengan adanya dukungan dari pemerintah yaitu banyaknya fasilitas publik yang terintegrasi dengan *e-money*. Berdasarkan penelitian yang dirilis oleh YouGov (2019), Gopay menjadi ^{mobile} _{payment} (uang elektronik) yang penggunaannya paling tinggi di Indonesia yaitu mencapai 80%. Tingginya penggunaan *e-money* oleh masyarakat dikarenakan banyaknya kemudahan yang bisa didapatkan oleh pengguna *e-money*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, kemudahan, risiko, transparansi dan akuntabilitas terhadap penggunaan *E-Money* (Gopay) pada masyarakat muslim di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di kota Semarang. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dan jumlah sampel dari penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis PLS.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa minat menggunakan *e-money* masyarakat muslim di kota Semarang tinggi, persepsi manfaat dalam kategori tinggi, persepsi kemudahan dalam kategori tinggi, persepsi risiko dalam kategori rendah, transparansi dalam kategori tinggi, dan akuntabilitas dalam kategori tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay, sedangkan untuk risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay. Untuk akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, risiko dan transparansi. Sedangkan untuk akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Saran yang dapat diberikan karena nilai *R square* tidak terlalu tinggi, yakni sebesar 61% memiliki

makna bahwa masih terdapat 39% dari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-money*, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

ABSTRACT

Ulurrosyad, Muhammad Faizun. 2019. "The Effect of Perception on Benefits, Ease, Risk, Accountability and Transparency in Using E-Money (Gopay) on Muslim Communities in Semarang". Undergraduate Thesis. Accounting Department. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Prabowo Yudo Jayanto, S.E., MSA.

Keyword : Interest in Using E-Money, Benefit Perception, Ease Perception, Risk Perception, Transparency, Accountability

The use of e-money in Indonesia has begun to develop. The National Non-Cash Movement (GNNT) has been launched by Bank Indonesia since 2014. The development of e-money is increasing with the support of the government, namely the number of public facilities integrated with e-money. Based on research released by YouGov (2019), Gopay is the highest mobile payment (electronic money) in Indonesia, reaching 80%. The high use of e-money by the public because of the many conveniences that can be obtained by e-money users. The purpose of this study was to determine the effect of perceived benefits, convenience, risk, transparency and accountability on the use of E-Money (Gopay) in Muslim communities in the Semarang city.

The population in this research is the Muslim community in the city of Semarang. The sampling technique used was accidental sampling technique and the number of samples from this study were 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. Data were analyzed using descriptive analysis and PLS-based Structural Equation Modeling (SEM).

Descriptive analysis results show that interest in using e-money Muslim communities in Semarang is high, perceptions of benefits in the high category, perceptions of ease in the high category, perceptions of risk in the low category, transparency in the high category, and accountability in the high category. The results showed that the perception of benefits, perceived convenience, and transparency had a positive effect on interest in using E-Money Gopay, while for risk it negatively affected interest in using E-Money Gopay. For accountability does not have an influence on interest in using E-Money Gopay. The conclusion from this study shows that the interest in using e-money is influenced by the

perception of benefits, convenience, risk and transparency. As for accountability does not affect the interest in using e-money. Suggestions that can be given because the value of R square is not too high, which is equal to 61% means that there are still 39% of other factors that can affect the interest in using e-money, so further research is suggested to add other variables that are thought to influence interest in using e-money.

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| PRAKATA | vi |
| SARI | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 14 |
| 1.3 Cakupan Masalah..... | 15 |
| 1.4 Rumusan Masalah..... | 15 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 16 |
| 1.7 Orisinalitas Penelitian | 17 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 18 |
| 2.1 Kajian Teori Dasar (<i>Grand Theory</i>) | 18 |
| 2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)..... | 18 |
| 2.1.2 <i>Innovation Diffusion Theory</i> (IDT) | 19 |
| 2.1.3 Teori Atribusi | 23 |
| 2.2 Kajian Variabel Penelitian | 25 |
| 2.2.1 Minat Penggunaan <i>E-Money</i> | 25 |
| 2.2.2 Manfaat..... | 27 |
| 2.2.3 Kemudahan..... | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.4 Risiko..... | 30 |
| 2.2.5 Akuntabilitas..... | 33 |
| 2.2.6 Transparansi..... | 34 |
| 2.3 Kajian Penelitian Terdahulu | 36 |
| 2.4 Kerangka Berpikir..... | 42 |
| 2.4.1 Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> | 42 |
| 2.4.2 Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> ... | 43 |
| 2.4.3 Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> | 45 |
| 2.4.4 Pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> . | 46 |
| 2.4.5 Pengaruh Transparansi terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> .. | 47 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 49 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 51 |
| 3.1. Jenis dan Desain Penelitian..... | 51 |
| 3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 51 |
| 3.2.1. Populasi dan Sampel..... | 51 |
| 3.2.2. Teknik Pengambilan Sampel | 52 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 53 |
| 3.3.1. Minat Menggunakan..... | 54 |
| 3.3.2. Manfaat..... | 54 |
| 3.3.3. Kemudahan..... | 55 |
| 3.3.4. Risiko..... | 55 |
| 3.3.5. Akuntabilitas..... | 56 |
| 3.3.6. Transparansi..... | 57 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data..... | 60 |
| 3.5. Uji Instrumen Penelitian | 62 |
| 3.5.1. Uji validitas | 63 |
| 3.5.2. Uji Reliabilitas..... | 64 |
| 3.6. Teknik Analisis Data..... | 64 |
| 3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif..... | 64 |
| 3.6.1.1. Analisis Dekriptif Responden..... | 65 |
| 3.6.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 65 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6.2. Metode Analisis Data | 66 |
| 3.6.2.1. Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) | 66 |
| 3.6.2.2. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 70 |
| 3.6.2.3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 71 |
| 3.6.3. Uji Hipotesis | 72 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 74 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 74 |
| 4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian | 74 |
| 4.1.2. Deskripsi Responden Penelitian | 74 |
| 4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian | 76 |
| 4.2. Analisis Statistik Inferensial | 81 |
| 4.3. Uji <i>Outer Model</i> | 81 |
| 4.3.1. Uji Validitas <i>Convergent</i> | 82 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 84 |
| 4.4. Uji <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i> | 85 |
| 4.5. Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM) | 86 |
| 4.6. Uji Hipotesis | 87 |
| 4.7. Pembahasan..... | 90 |
| 4.7.1. Manfaat Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> Gopay | 90 |
| 4.7.2. Kemudahan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan <i>E-</i> <i>Money Gopay</i> | 92 |
| 4.7.3. Risiko Berpengaruh Negatif terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> Gopay | 94 |
| 4.7.4. Akuntabilitas Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan <i>E-</i> <i>Money Gopay</i> | 96 |
| 4.7.5. Transparansi Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan <i>E-</i> <i>Money Gopay</i> | 97 |
| BAB V PENUTUP..... | 99 |
| 5.1. Simpulan | 99 |
| 5.2. Saran | 101 |

| | |
|----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 102 |
| LAMPIRAN..... | 109 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Muslim di Kota Semarang..... | 51 |
| Tabel 3.2 Indikator Variabel Minat Menggunakan..... | 54 |
| Tabel 3.3 Indikator Variabel Kemanfaatan..... | 55 |
| Tabel 3.4 Indikator Variabel Kemudahan..... | 55 |
| Tabel 3.5 Indikator Variabel Risiko..... | 56 |
| Tabel 3.6 Indikator Variabel Akuntabilitas..... | 57 |
| Tabel 3.7 Indikator Variabel Transparansi..... | 57 |
| Tabel 3.8 Definisi Operasional Variabel..... | 58 |
| Tabel 3.9 Skor Skala Likert | 61 |
| Tabel 3.10 Indikator dan Butir Pertanyaan Kuesioner..... | 61 |
| Tabel 3.11 Kriteria Hipotesis Ditolak atau Diterima | 73 |
| Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data..... | 74 |
| Tabel 4.2 Data Statistik Responden | 75 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan <i>E-Money</i> | 77 |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Manfaat | 78 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan..... | 79 |
| Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Risiko..... | 79 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Akuntabilitas..... | 80 |
| Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Transparansi..... | 81 |
| Tabel 4.9 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Value) | 82 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 85 |
| Tabel 4.11 <i>Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)</i> | 89 |
| Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Pengujian Hipotesis | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Data Pengguna uang Elektronik di Indonesia | 8 |
| Gambar 1.2 Variasi Layanan Pembayaran Gopay | 9 |
| Gambar 2.1 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> | 19 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Penelitian..... | 49 |
| Gambar 4.1 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 82 |
| Gambar 4.2 Diagram <i>R-Square</i> | 84 |
| Gambar 4.3 Uji <i>Full Model SEM PLS Algorithm</i> | 85 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Hasil Jawaban Responden Variabel Manfaat | 110 |
| Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden Variabel Kemudahan | 113 |
| Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Risiko | 116 |
| Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Akuntabilitas | 119 |
| Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Transparansi | 122 |
| Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat | 125 |
| Lampiran 7 Perhitungan Penyebaran Sample | 128 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi pada era modernisasi saat ini berkembang pesat, terlebih perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Inovasi yang diciptakan untuk memberikan manfaat yang positif guna memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang sangat berpengaruh bagi pola hidup masyarakat, sistem pembayaran dalam transaksi juga terus mengalami perubahan. Uang telah mengalami beberapa transformasi yang berawal dari barter hingga ditemukan adanya uang. Sistem barter berawal dari sistem dimana kita bertransaksi dengan menggunakan pertukaran antar barang. Uang dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi dimasyarakat luas. Uang terdiri dari dua jenis yaitu, uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang yang terbuat dari kertas dan logam (Nofianda, 2015).

Sejarah Islam uang merupakan sesuatu yang diadopsi dari peradaban Romawi dan Persia. Ini dimungkinkan karena penggunaan dan konsep uang tidak bertentangan dengan ajaran islam. Dinar adalah mata uang emas yang diambil dari Romawi dan dirham adalah mata uang perak warisan peradaban Persia. Perihal dalam Al-Qur'an dan hadis dua logam mulia ini, emas dan perak telah disebutkan baik dalam fungsinya sebagai mata uang atau sebagai harta dan lambang kekayaan yang disimpan (Huda dan Heykal, 2010).

Mengenai fungsi uang, ada sebuah perbedaan pandangan antara sistem perekonomian kapitalis dan sistem Islam dalam memandang fungsi uang. Dalam sistem perekonomian kapitalis, uang tidak hanya sebagai alat tukar yang sah (legal tender) melainkan sebagai komoditas dan dapat diperjualbelikan dengan kelebihan baik *on the spot* maupun secara tangguh. Lebih jauh dengan cara pandang demikian, maka uang juga dapat disewakan (*leasing*). Sedangkan dalam Islam, fungsi uang hanyalah sebagai *medium of exchange*. Ia bukan suatu komoditas yang bisa diperjualbelikan dengan kelebihan baik secara *on the spot* maupun bukan. Satu fenomena penting dari karakteristik uang bahwa uang tidak diperlukan untuk dikonsumsi, uang tidak diperlukan untuk dirinya sendiri, melainkan diperlukan untuk membeli barang yang lain sehingga kebutuhan manusia dapat terpenuhi (Apriyanto, 2017).

Tinjauan ekonomi Islam tentang penggunaan *E-Money* dalam bertransaksi pada penelitian ini dilihat dari segi akad-akad yang digunakan. Secara garis besar operasional pada penggunaan *E-Money* cenderung menggunakan akad *sharf* atau tukar menukar mata uang. Adapun akad-akad lain yang terkait dalam penggunaan *E-Money* dalam bertransaksi adalah akad *Ijarah* dan *Wakalah*. Dasar hukum praktek *al-sharf* hanya terjadi dalam transaksi jual beli, dimana praktek ini diperbolehkan dalam Islam. Akad *al-sharf* secara keseluruhan dapat diidentifikasi dari *E-Money* karena secara keseluruhan menyerupai dengan ketentuan dan jenis dari akad *al-sharf* sebagaimana yang telah tercantum pada Fatwa DSN MUI No.28 Tahun 2002 tentang jual beli mata uang. Akad *Ijarah* didefinisikan sebagai akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa, dalam waktu tertentu

dengan pembayaran upah sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Akad ijarah dalam hal ini terdapat pada transaksi sewa menyewa atas perlengkapan atau peralatan milik penerbit atau pelayanan jasa lain, dalam hal ini adalah pada mesin tap yang pada dasarnya adalah milik penerbit yang diberikan kepada pedagang yang telah berkerja sama dengan penerbit, dan juga pengambilan biaya administrasi saat pengisian ulang pada *E-Money*. dalam hal ini tidak ada yang dilanggar karena manfaatnya dapat dikenali dengan jelas yaitu upah dibayarkan atas penggunaan manfaat berupa jasa. Akad wakalah, yaitu ungkapan atau penyerahan kuasa (*al-muwakkil*) kepada orang lain (*al-wakil*) supaya melaksanakan sesuatu dari jenis pekerjaan yang bisa digantikan (*an-naqbalu anniyabah*) dan dapat dilakukan oleh pemberi kuasa. Dalam hal ini, terdapat akad wakalah yang digunakan oleh penerbit dalam hal bekerja sama dengan pihak lain sebagai agen penerbit atau adanya bentuk perwakilan lain dalam transaksi *E-Money* (Astuty, 2018).

| No | Syarat Akad <i>Sharf</i> | Karakteristik <i>E-Money</i> Gopay |
|----|-----------------------------------|---|
| 1 | Al-Taqabudh (Tunai) | Pada Gopay pendaftaran untuk menggunakan layanan ini maupun pengisian saldo Gopay dilakukan secara tunai. |
| 2 | Al-Tamatsu (Jumlahnya harus sama) | Pada pengisian saldo Gopay, nilai uang yang disetorkan sebagai |

| No | Syarat Akad <i>Sharf</i> | Karakteristik <i>E-Money</i> Gopay |
|----|--------------------------|--|
| | | pengisian ulang sama dengan jumlah saldo yang terisi |
| 3 | Tidak ada Khiyar | Dalam transaksi Gopay tidak terdapat khiyar, pada saat transaksi dilakukan, ketika masing-masing pihak telah mendapatkan haknya, maka transaksi selesai. |
| 4 | Tidak boleh ditangguhkan | Pada Gopay saat penerbitan maupun pengisian saldo, ketika pihak pemegang menyetorkan uang, maka pada saat itu juga saldo akan terisi secara langsung. |

Penggunaan *E-Money* sudah banyak digunakan oleh masyarakat dan dilegalkan oleh pemerintah, namun masih ada sebagian masyarakat yang kontra mengenai sistem pembayaran *non-cash*. Mereka berasal tidak semua gerai toko menyediakan pembayaran menggunakan *E-Money*, dan juga mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan *E-Money* maka mendorong keinginan untuk berbelanja akan semakin tinggi, karna masyarakat tidak merasa mengeluarkan uang maka masyarakat cenderung boros dalam pengeluaran.

Penggunaan *E-Money* sebagai alat transaksi itu diperbolehkan dengan ketentuan mengikuti aturan yang terdapat dalam Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah. Gopay adalah sarana transaksi yang dapat memudahkan serta memberikan kenyamanan dalam kegiatan bertransaksi dengan efisien, karena masyarakat tidak perlu membawa uang dengan jumlah yang banyak, cukup membawa ponsel yang telah dilengkapi dengan aplikasi kita sudah bisa melakukan transaksi.

Sistem pembayaran tidak dapat dipisahkan dari perkembangan uang (Subari dan Ascarya, 2003) yang diawali dari pembayaran secara tunai sampai kepada elektronik yang bersifat nontunai. Perkembangan sistem pembayaran didorong oleh semakin besarnya volume dan nilai transaksi, peningkatan risiko, kompleksnya transaksi, dan perkembangan teknologi. Sistem pembayaran tunai berkembang dari *commodity money* sampai *fiat money*, sementara sistem pembayaran nontunai berkembang dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro, dan sebagainya) sampai kepada yang berbasis elektronik (kartu dan *electronic money*).

Electronic Payment System dapat didefinisikan sebagai layanan perbankan modern dengan memanfaatkan teknologi yang dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktifitas (Yudhistira, 2014).

Di Indonesia belakangan ini inovasi pada instrumen pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis. Saat ini sedang berkembang suatu instrumen pembayaran yang dikenal dengan

uang elektronik. Walau karakteristik yang sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran seperti kartu kredit atau kartu ATM/debet, namun penggunaannya tetap sama yaitu ditujukan untuk pembayaran. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) telah dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak 2014 melalui sosialisasinya. Gubernur Bank Indonesia, Agus Martowardojo yang menjabat saat itu mengatakan, “GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Sebagai bentuk komitmen atas perluasan penggunaan instrumen non tunai, kami akan menjadikan GNNT sebagai gerakan tahunan yang didukung dengan berbagai kegiatan untuk mendorong meningkatkan pemahaman masyarakat akan penggunaan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran” (Segara, 2014).

Akhir ini penggunaan transaksi pembayaran melalui *e-money* meningkat, Selain dengan adanya dukungan dari pemerintah (Bank Indonesia), peningkatan transaksi melalui *e-money* dipicu oleh banyaknya keuntungan yang diberikan oleh *e-money*, baik masyarakat, industri, maupun bagi bank Indonesia. Beberapa keuntungan dalam menggunakan *e-money* adalah, pertama, memberikan kemudahan dalam transaksi pembayaran secara cepat dan aman bagi masyarakat luas. Kedua, masalah *cash handling* dapat dipecahkan yang selama ini sering dialami ketika menggunakan uang tunai sebagai pembayaran bagi industri. Ketiga, meningkatkan efisiensi percetakan uang dan penggandaan uang bagi bank

Indonesia. Tidak heran jika *e-money* telah banyak digunakan oleh masyarakat. Beberapa transaksi yang sering digunakan bahkan diharuskan dengan *e-money* adalah parkir, transportasi (*mrt*, *krl*, *lrt*, serta *transjakarta*), tol. Bahkan uang elektronik sudah menjalar ke berbagai instansi seperti pendidikan. Di dunia pendidikan aplikasi *e-money* biasanya dalam bentuk kartu mahasiswa, atau kartu khusus yang dapat digunakan dalam transaksi di wilayah institusi terkait (Utami dan Kusumawati, 2017).

Instrumen uang elektronik non bank di Indonesia terdapat beberapa jenis, salah satunya adalah Gopay. Gopay atau yang sebelumnya disebut Go Wallet adalah (Gojek, 2017) uang elektronik atau dompet virtual untuk menyimpan Gojek Kredit yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Gojek. Namun saat ini penggunaan Gopay dapat dilakukan transaksi apa saja. Gopay dianggap sebagai layanan pembayaran digital terpopuler di Indonesia. Berdasarkan lembaga riset *FT Confidential Research Mobile Payment*, Gopay menjadi penyedia uang elektronik yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Hasil riset ini menunjukkan bahwa Gopay yang merupakan bagian dari ekosistem Gojek memimpin dengan jumlah pengguna yang mencapai hampir tiga perempat jumlah pengguna uang elektronik dibandingkan dengan penyedia layanan uang elektronik lain. CEO Gopay, Aldi Haryoprato, mengatakan hasil ini bisa dicapai Gopay berkat langkah pendekatan secara komprehensif yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya pengusaha UMKM, untuk masuk ke dalam ekosistem pembayaran digital. Pembayaran non tunai terutama yang terkait aktivitas sehari-hari merupakan

langkah pertama untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan jasa keuangan digital. Ini jelas dapat dilakukan dengan merangkul mitra-mitra rekan usaha untuk mengadopsi transaksi non tunai (Putri, 2019).

Studi lain oleh lembaga riset YouGov terkait *payment methods in Indonesia* yang dirilis Januari 2019 juga mencatatkan penggunaan Gopay sebagai ^{mobile} payment (uang elektronik) di kota-kota besar Indonesia menjadi yang paling tinggi. YouGove melansir, ^{platform} milik Gojek itu mengalahkan ^{mobile payment} lainnya atau mencapai angka paling tertinggi penggunaan mencapai 80%. Sementara OVO tercatat hanya 60%, PayPal 54%, T-Cash (LinkAja) 46%, dan DOKU Wallet 14%.



Gambar 1.1. Data Pengguna Uang Elektronik di Indonesia

Sumber: Payments Methods in Indonesia (YouGov 2019, Gojek)

Dari data diatas artinya Gopay peminatnya paling banyak dibandingkan uang elektronik lainnya. Tingginya angka penggunaan Gopay karena didalam layanan Gojek seperti goride, gocar maupun gofood memfasilitasi pembayaran melalui Gopay. Dalam studi itu juga mengungkapkan, alasan yang membuat ^{mobile}

payment menjadi pilihan dalam bertransaksi, salah satunya adalah kepraktisan dan tak perlu membawa uang tunai, serta banyaknya promo. Gopay awalnya menjadi metode pembayaran untuk menggunakan layanan Gojek. Namun sejak diperkenalkan luas di luar layanan Gojek, praktis Gopay menjadi pembayaran seluler paling sering digunakan. Ditambah dari besarnya permintaan dari masyarakat yang dalam transaksi sudah bergeser dari awalnya menggunakan uang tunai menjadi non tunai. Gopay disebut telah memiliki 28 mitra institusi keuangan, serta telah diterima di lebih dari 300.000 rekan usaha di berbagai kota di Indonesia, yang 40 persen di antaranya merupakan UMKM (Katadata, 2019).



Gambar 1.2. Variasi Layanan Pembayaran Gopay

Sumber: Payments Methods in Indonesia (YouGov 2018, Gojek)

Meluasnya penggunaan *e-money* telah mendorong banyak studi dalam mengkaji fenomena-fenomena tersebut. Banyak peneliti yang tertarik untuk menganalisis faktor-faktor terkait dengan penggunaan *e-money*. Niat menggunakan (*behavior intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai

menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Venkatesh *et al.*, 2003)..

Kota Semarang merupakan salah satu kota pengguna transaksi nontunai tergolong yang masih dalam tahap permulaan (*inception*) namun telah cukup nyata menunjukkan peningkatan. Perkembangan zaman dan teknologi semakin banyak merubah tata cara kehidupan masyarakat Kota Semarang. Berbagai inovasi telah diciptakan, kian memudahkan kehidupan masyarakat Kota Semarang. Seluruh aspek kehidupan, terutama aspek perekonomian dan keuangan, telah secara nyata terdampak keadaan ini. Munculnya sistem alat pembayaran nontunai berbasis kartu dan elektronik (*e-payment*) adalah buktinya, yang kemudian menjadi penopang sebagian besar transaksi di negara-negara maju saat ini sehingga turut memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, Prasetyo & Irviana (2016) mengenai Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-Money*, menyatakan bahwa temuan pada persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan serta persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan. Penelitian juga dilakukan oleh Radiansyah (2016) tentang Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai di Kota Medan. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa variabel efisiensi, variabel keamanan, variabel infrastruktur, variabel promosi dan variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat muslim terhadap alat pembayaran non tunai di Kota Medan. Penelitian yang dilakukan Abubakar, Ogunbado & Saidi, (2018) dengan judul *Bitcoin and its Legality from Shariah Point of View* merupakan

penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa lintas negara yaitu Malaysia dan Brunai Darussalam. Para peneliti mengadopsi metode kualitatif dalam melakukan penelitian. Objek dari penelitian adalah mahasiswa muslim. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa sebagian kelompok mahasiswa muslim menentang akan mata uang *Bitcoin* karena mereka menilai bahwa *Bitcoin* memiliki unsur ketidakpastian (*gharar*), tidak ada badan hukum yang bertanggung jawab atas regulasi mata uang *Bitcoin*. Disisi lain kelompok mahasiswa muslim yang mendukung legalitas *Bitcoin* berpendapat bahwa tidak ada bukti jelas yang menunjukkan bahwa *Bitcoin* bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, mereka memiliki prinsip bahwa komoditas apapun yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai alat pembayaran dapat dianggap sebagai uang. *Cryptocurrency* khususnya *Bitcoin* dapat ditukar dengan mata uang lain dengan tunduk pada beberapa kondisi yang berlaku dalam pertukaran mata uang dari sudut pandang syariah. Dari beberapa pendapat diatas, para peneliti cenderung mendukung pandangan yang mendukung *Bitcoin*, karena seolah-olah masyarakat setuju untuk menggunakan komoditas tertentu sebagai alat pembayaran yang dapat dianggap sebagai uang.

Penerimaan teknologi informasi baru ditentukan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah persepsi kegunaan dari teknologi tersebut. Persepsi kegunaan dalam konteks adopsi layanan pembayaran elektronik didefinisikan sebagai sejauh mana suatu individu percaya bahwa menggunakan layanan e-money akan meningkatkan produktivitas dan kinerja dalam melakukan transaksi pembayaran (Fong, 2016). Dalam teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 menjelaskan bahwa sikap (*attitude*) dan kepercayaan

(*belief*) konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi. Dalam TPB, terdapat determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Persepsi risiko yang dirasakan dapat menyebabkan intervensi (Featherman dan Pavlou, 2003). Dalam keputusan inovasi IDT, risiko yang dirasakan dianggap sangat kritis terutama pada tahap pra-adopsi dari tahap teknologi yaitu ketika orang tidak memiliki pengalaman dengan pemikiran. Pada teori *Innovation Diffusion Theory* (IDT) menjelaskan bahwa setiap individu mempunyai level yang berbeda-beda dalam keinginan mengadopsi produk atau layanan inovasi. Level risiko menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh individu dalam mengadopsi produk atau layanan. Hampir 34% dari total keseluruhan individu merupakan kelompok *early majority* dimana dari sisi kesiapan menanggung risiko kelompok ini lebih berhati-hati. karena hanya melakukan adopsi setelah performansi produk dan layanan terbukti manfaatnya dan telah banyak diadopsi pengguna lain.

Selain faktor-faktor diatas (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko) yang diyakini dapat mempengaruhi penggunaan *e-money*, peneliti ingin meneliti variabel yang belum pernah diteliti sebelumnya yaitu tingkat akuntabilitas dan transparansi Gopay terhadap para penggunanya. Sebagai suatu perusahaan yang berskala nasional, seharusnya PT Aplikasi Karya Anak Bangsa telah menerapkan GCG (*Good Corporate Governance*) dalam menjalankan proses bisnisnya, salah satunya dapat dilihat dari sisi akuntabilitas dan transparansi. Pada

teori atribusi, dijelaskan bahwa konsumen dapat dipengaruhi faktor internal atau eksternal. Teori atribusi dapat menjelaskan upaya untuk memahami penyebab perilaku seseorang dalam mengadopsi suatu layanan. Perilaku yang disebabkan internal adalah yang dipercaya pengamat berada dalam kendali perilaku pribadi dari individu. Perilaku yang disebabkan eksternal adalah apa yang kita bayangkan situasi memaksa individu untuk melakukannya. Penggunaan teori atribusi untuk membentuk kerangka pemikiran dari faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan layanan. *E-Money* Gopay. Salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen adalah adanya keterbukaan (transparansi) dan pertanggungjawaban (akuntabilitas) terhadap transaksi yang terjadi dalam penggunaan Gopay.

Penelitian-penelitian terdahulu masih menunjukkan hasil yang berbeda mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Arvidsson (2014); Ozturk (2016); serta Wu, Liu & Huang (2017) menemukan bahwa terdapat hubungan positif signifikan persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran elektronik. Namun hasil penelitian dari Utami & Kusumawati (2017) dan Fong (2016) menunjukkan bahwa faktor persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran elektronik. Penelitian dari Utami & Kusumawati (2017); Ramadhan, Prasetyo & Irviana (2016); Teoh *et. al.* (2013); Arvidsson (2014); serta Ozturk (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *e-money*. Namun menurut hasil penelitian dari Djamaluddin, Hidayanto & Wardhani (2016) dan Fong (2016) bahwa faktor

persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Penelitian dari Fong (2016); Ozturk (2016); serta Wu, Liu & Huang (2017) membuktikan bahwa adanya hubungan negatif dan signifikan antara persepsi risiko dengan niat menggunakan *e-money*. Namun hasil penelitian dari Teoh *et. al.* (2013) menyatakan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi niat menggunakan *e-money* secara signifikan

Melihat adanya hasil yang tidak konsisten diantara beberapa penelitian, dan variabel baru sebagai orisinalitas penelitian, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah sebenarnya sistem pembayaran *e-money* dalam konteks ini Gopay dapat diterima oleh masyarakat muslim dan bagaimana persepsi masyarakat terhadap sistem pembayaran elektronik Gopay yang berasal dari PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (GOJEK Indonesia). Berdasarkan pada latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, Akuntabilitas dan Transparansi dalam Menggunakan *E-Money* (Gopay) pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *E-Money* (Gopay). Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Persepsi manfaat dalam minat menggunakan *E-Money* Gopay.
2. Persepsi kemudahan dalam minat menggunakan *E-Money* Gopay.

3. Persepsi risiko dalam minat menggunakan *E-Money* Gopay.
4. Akuntabilitas dalam minat menggunakan *E-Money* Gopay.
5. Transparansi transaksi dalam minat menggunakan *E-Money* Gopay.

1.3. Cakupan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan *E-Money* Gopay. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan *E-Money* Gopay dalam masyarakat yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, akuntabilitas serta transparansi . Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di kota Semarang. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat muslim pengguna Gopay di kota Semarang.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh manfaat terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim?
4. Bagaimana pengaruh akuntabilitas terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim?
5. Bagaimana pengaruh transparansi transaksi terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.
4. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.
5. Untuk mengetahui pengaruh tranparansi transaksi terhadap penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.

1.6. Manfaat Penelitian

Diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *E-Money* Gopay pada masyarakat muslim.
- b. Memberikan referensi bagi para peneliti atau pihak yang membutuhkan informasi mengenai perspektif masyarakat muslim terhadap *E-Money* Gopay..

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan tambahan informasi untuk pemerintah mengenai faktor-faktor yang dapat mendukung program gerakan non tunai.

- b. Memberikan masukan, pertimbangan serta alternatif solusi untuk pemerintah dalam upaya program gerakan non tunai sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat muslim terhadap penggunaan *E-Money*.

1.7. Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas dalam penelitian ini adalah adanya variabel akuntabilitas dan transparansi sebagai variabel baru yang akan diuji. Penelitian sebelumnya jarang atau belum pernah menggunakan variabel akuntabilitas dan transparansi. Menurut peneliti faktor ini mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan sistem *E-Money*. Selain itu perbedaan penelitian ini menggunakan objek penelitian yang berbeda dari penelitian yang sebelumnya, dimana mayoritas penelitian sebelumnya tidak menyebutkan secara spesifik jenis *E-Money*. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat muslim pengguna *E-Money* Gopay.

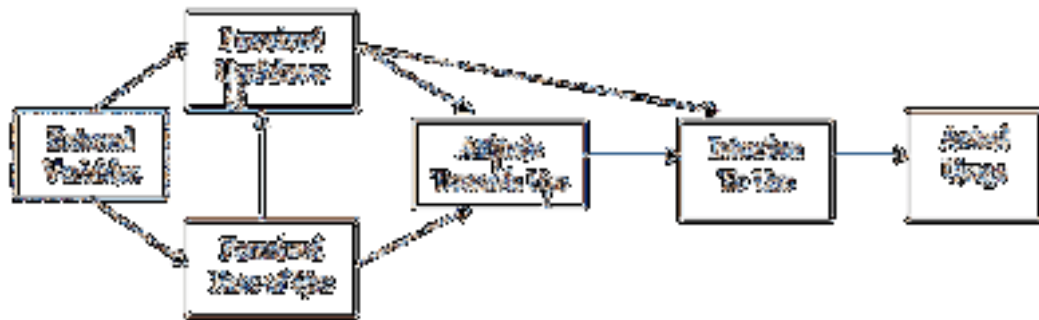
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)

2.1.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori tentang perilaku yang pertama kali dikembangkan oleh Davis tahun 1986. TAM digunakan untuk mengukur mengapa sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*beliefs*) konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi). Dalam TAM, terdapat dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu *Perceived Usefulness* (sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan performansinya atau bermanfaat), Davis (1989) mendefinisikan *perceived usefulness construct* sebagai "*the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*". *Perceived Ease of Use* diartikan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah. *Perceived ease of use* variabel didefinisikan sebagai "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*". TAM menghipotesiskan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan determinan dari *attitude to use the system*. *Attitude tow using* merupakan variabel mediasi dari pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *actual system use*. *Perceived usefulness* dipengaruhi secara langsung oleh *perceived ease of use*.



Gambar 2.1 Teori *Technology Acceptance Model*

Sumber: Davis (1989)

TAM adalah teori teknologi adopsi yang paling banyak dipakai dan dirujuk untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap sistem informasi Lee, Kozar & Larsen, (2003). Dari tahun 1989 sampai tahun 2003, TAM *original* dari Davis (1989) *as well as of Davis, Bagozzi, & Warshaw* (1989) telah dirujuk 698 kali di berbagai jurnal dalam *Social Science Citation Index*.

Keterkaitan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitian ini karena dalam TAM menjelaskan jika terdapat dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu kegunaan/ *Perceived Usefulness* dan kemudahan/ *Perceived Ease of Use*. Hal tersebut sesuai dengan variabel dalam penelitian ini yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan yang akan digunakan untuk mengukur pengaruh penggunaan *E-Money Gopay* dalam masyarakat muslim.

2.1.2. *Innovation Diffusion Theory*

Innovation Diffusion Theory (IDT) adalah teori tentang perilaku yang pertama kali dikembangkan oleh Rogers (1962) dalam bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations* (Indrawati, 2017). Dalam konteks sistem informasi IDT

pertama kali dikembangkan oleh Moore & Benbasat (1991). Rogers (2003) berargumen bahwa individu yang berbeda mempunyai level yang berbeda-beda dalam keinginan mengadopsi produk atau layanan inovasi. Dia mengategorikan individu-individu (*adopters*) ini ke dalam 5 tingkatan berdasarkan orientasi nilai dan motif mereka dalam mengadopsi maupun menolak produk baru yaitu: *laggards*, *late majority*, *early majority*, *early adopters*, or *innovators*. Pada waktu awal terjadi penyebaran yang terbatas sehingga adopter sangat sedikit (terbatas) pada masa selanjutnya jumlah adopter akan semakin banyak dan pada saat periode tertentu akan mencapai puncak dan kemudian akan menurun jumlah adopternya.

Karakteristik dari kelima kelompok adopter adalah sebagai berikut:

1. *Innovators*, yaitu orang-orang yang antusias terhadap teknologi dan suka mencoba ide-ide baru meski yang mengandung risiko. Mereka merupakan kelompok individu perintis yang secara luar biasa mengadopsi produk barulayanan baru dengan cepat. Kelompok ini lebih berani dalam menerima gagasan atau ide baru, memiliki tingkat pendapatan yang tinggi sehingga dapat menerima adanya potensi kerugian disebabkan karena adopsi produk atau layanan di awal. Rogers memperkirakan kelompok ini berjumlah sekitar 2,5% dari total jumlah keseluruhan individu.
2. *Early adopters*, adalah mereka yang berperan sebagai pemimpin opini opinion leader dalam komunitas mereka dan mengadopsi ide-ide baru yang kemungkinan akan memberikan keunggulan bersaing. Kategori adopter ini kurang sensitif terhadap harga dan ingin mengadopsi produk jika produk

tersebut memberikan solusi dan dukungan layanan. Profil mereka adalah berpendidikan, muda dan sukses serta sering bertindak selaku *change agent*. Jumlah mereka sekitar 13-14% dari total keseluruhan individu. Kelompok ini selalu menjadi rujukan bagi kelompok *early majority* untuk meminta pendapat mengenai produk atau layanan baru.

3. *Early majority*, yaitu kelompok orang-orang yang mengadopsi teknologi hanya ketika teknologi tersebut telah terbukti bermanfaat dan telah banyak diadopsi pengguna lain. Jumlah kelompok ini mencapai 34% dari total keseluruhan individu. Kelompok ini cenderung aktif dalam komunitas namun dari pengaruh sisi *leadership* lebih kurang jika dibandingkan dengan kelompok *early adopter*. Dari sisi kesiapan menanggung risiko kelompok ini lebih berhati-hati karena hanya melakukan adopsi setelah performansi produk dan layanan terbukti manfaatnya dan telah banyak diadopsi pengguna lain.
4. *Late majority*, yaitu orang-orang yang hanya akan mengadopsi sebuah produk ketika mayoritas orang telah mencobanya. Jumlah individu yang berada dalam kelompok ini berkisar sekitar 34% di mana kelompok ini melakukan adopsi karena terpaksa baik karena alasan ekonomi maupun sosial. Membutuhkan waktu adopsi yang cukup lama mengingat kelompok ini akan mengadopsi setelah sebagian besar kelompok telah menggunakan produk atau layanan tersebut.
5. *Laggards*, yaitu orang-orang yang terikat pada tradisi dan resisten terhadap inovasi sampai mereka menemukan status quo mereka tidak lagi dapat

dipertahankan. Persentase kelompok individu ini sekitar 16%. Kelompok ini kurang memiliki minat dalam partisipasi sosial, selalu mengacu pada pertimbangan yang harus dilakukan di masa lalu dan sering menolak adanya perubahan. Umumnya berada di usia yang relatif lebih tua serta status ekonominya lebih rendah.

Kecepatan seseorang dalam mengadopsi suatu hasil inovasi (*rate of adoption of innovation*) dipengaruhi oleh 5 variabel yaitu (1) *perceived attributes of innovation*; (2) *type of innovation-decision*; (3) *communication channels*; (4) *nature of the social system*; dan (5) *extent of change agents promotion efforts* (Rogers, 2003). Variabel *perceived attributes of innovation* mempunyai 5 variabel yaitu: *relative advantage, complexity, compatibility, trialability, and observability*.

Di antara lima variabel utama penentu kecepatan seseorang dalam mengadopsi suatu hasil inovasi (*rate of adoption of innovation*), variabel pertama, yaitu variabel *perceived attributes of innovativeness*, yang paling banyak dan secara ekstensif dipakai dalam penelitian. Model berdasarkan variabel ini menghasilkan sekitar setengah (50% dari varian) penentu dari kecepatan seseorang dalam mengadopsi suatu hasil inovasi (*rate of adoption of innovation*) (Moore & Benbasat 1991)(Moore dan Benbasat, 1991). Karena itu variabel inilah yang paling terkenal di antara lima variabel utama IDT Moore dan Benbasat (1991) menggunakan IDT dalam konteks sistem informasi dan berargumentasi bahwa variabel *perceived attributes of innovativeness* dipengaruhi bukan hanya oleh lima variabel, tetapi oleh delapan variabel, yaitu *image, voluntariness, relative advantage, result demonstrability, trialability compatibility, ease of use, dan visibility*.

Hubungan teori IDT dalam penelitian ini karena dalam IDT menjelaskan bahwa terdapat 5 kelompok adopter, salah satunya adalah *early majority* yaitu kelompok orang-orang yang mengadopsi teknologi hanya ketika teknologi tersebut bermanfaat dan telah banyak diadopsi pengguna lain. Dari sisi kesiapan menanggung risiko kelompok ini lebih berhati-hati. Maka dari itu persepsi risiko dapat mempengaruhi tingkat penggunaan teknologi baru seperti *e-money*. Semakin tinggi tingkat risiko pada *E-Money* Gopay maka semakin rendah minat masyarakat untuk menggunakan *E-Money* Gopay.

2.1.3. Attribution Theory (Teori Atribusi)

Menurut Robbins dan Judge teori atribusi menyatakan bahwa ketika individu-individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal (Robbins dan Judge, 2008). Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, artinya individu akan terpaksa berperilaku karena tuntutan situasi atau lingkungan. Penentuan faktor internal atau eksternal menurut Stephen P. Robbins tergantung pada tiga faktor yaitu:

1. Kekhususan (Kesendirian atau *Distinctiveness*)

Kekhususan artinya seseorang akan mempersepsikan perilaku individu lain secara berbeda-beda dalam situasi yang berlainan. Apabila perilaku seseorang dianggap suatu hal yang tidak biasa, maka individu lain yang bertindak sebagai

pengamat akan memberikan atribusi eksternal terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya jika hal itu dianggap hal yang biasa, maka akan dinilai sebagai atribusi internal.

2. Konsensus

Konsensus artinya jika semua orang mempunyai kesamaan pandangan dalam merespon perilaku seseorang jika dalam situasi yang sama. Apabila konsensus tinggi, maka termasuk atribusi eksternal. Sebaliknya konsensusnya rendah, maka termasuk atribusi internal.

3. Konsisten

Konsistensi yaitu jika seseorang menilai perilaku-perilaku orang lain dengan respon sama dari waktu ke waktu. Semakin konsisten perilaku itu, orang akan menghubungkan hal tersebut dengan sebab-sebab internal, dan sebaliknya.

Teori atribusi relevan untuk membahas tentang upaya-upaya yang dilakukan sehingga memahami penyebab-penyebab perilaku kita dan orang lain. Maka, definisi atribusi berarti upaya untuk memahami penyebab dibalik perilaku orang lain atau konsumen, dan dalam beberapa kasus juga penyebab di balik perilaku kita sendiri.

Hubungan teori atribusi dalam penelitian ini relevan dengan variabel yang akan diteliti transparansi dan akuntabilitas karena faktor tersebut muncul dari eksternal konsumen Gopay. Konsumen akan dipengaruhi faktor eksternal untuk

menggunakan layanan *E-Money* Gopay yaitu adanya akuntabilitas dan transparansi dari perusahaan dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Dengan adanya transparansi dan akuntabilitas dari setiap transaksi maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap fasilitas tersebut. Sehingga konsumen tidak ragu untuk bertransaksi melalui *e-money* Gopay. Maka dari itu akuntabilitas dan transparansi dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-money* Gopay.

2.2. Kajian Variabel Penelitian

2.2.1. Minat Penggunaan *E-Money*

E-money didefinisikan sebagai “*stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang) menurut definisi dari *Bank for International Settlement* (BIS) yang terdapat dalam Kajian Operasional *E-money* Bank Indonesia Oktober 2016. Berdasarkan pengertian tersebut, *E-Money* disini menggunakan *chip based* seperti kartu flazz BCA, *e-money* Mandiri, Brizzi BRI, dan lain-lain), serta *server based* seperti T-cash Telkomsel, XL Tunai, dan media lainnya (Do-Ku) (Hidayati *et al.*, 2006).

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *E-Money*.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *E-Money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi *off-line*, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.
3. *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *E-Money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.

Menurut Davis (1989) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku.

Menurut Kotler dalam Ramadhan, Prasetyo dan Irviana (2016), minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Saraswati dan Baridwan (2013) mendefinisikan minat sebagai ketertarikan hati yang tinggi terhadap hal yang timbul karena kebutuhan yang dirasa atau tidak

dirasakan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya.

Menurut Sudarsono (1995), faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut:

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

Dari penjelasan diatas tentang minat dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan atau ketertarikan pada suatu hal yang baik benda maupun aktivitas yang sesuai dengan perasaan individu atau seseorang tersebut sebagai sumber motivasi.

Indikator minat menggunakan *e-money* yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) yaitu:

1. Manfaat, yaitu dengan berbagai manfaat *e-money* seseorang berniat menggunakannya.
2. Kemudahan, dengan kemudahan *e-money* seseorang tertarik menggunakan *e-money*.

3. Keamanan, tingkat keamanan dalam menggunakan *e-money* seseorang bersedia menggunakan *e-money*.
4. Ketertarikan, seseorang tertarik bertransaksi dengan *e-money* dan berminat menggunakannya.

2.2.2. Manfaat

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat/kegunaan (*perceived usefulness*) sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Utami & Kusumawati (2017) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya.

Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Indikator manfaat yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) yaitu:

1. Meningkatkan efektivitas, Para pengguna akan merasa *e-money* meningkatkan efektivitasnya dengan manfaat yang diberikan. Menggunakan *e-money* tidak lagi memikirkan uang kembalian.

2. Meningkatkan kinerja individu, Penggunaan *e-money* lebih efisien dari pada transaksi tunai. Penggunaan *e-money* dapat meningkatkan kinerja dan memepermudah pekerjaan para pengguna.
3. Kesalahan dalam transaksi dapat diminimalisir.
4. Adanya kebanggaan bertransaksi menggunakan *e-money*.

2.2.3. Kemudahan

Mengambil istilah Davis (1989) tentang persepsi kemudahan, Davis menggunakan istilah *percieved ease of use*. Istilah ini digunakan untuk menilai kemudahan seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi dan konsep. Dan kemudahan dijadikan salah satu variabel yang diujikan dalam model TPB. Menurut Davis, *percieved ease of use* diartikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Menurut Venkatesh *et. al.* (2003) persepsi kemudahan masuk kedalam variable *Effort Expectatansi*. Venkatesh mendefinisikan *Effort Expectancy* sebagai: "*the degree of ease associated with the use of the system*". *Effort Expectancy* berasal dari tiga variabel utama, antara lain:

- a. *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah sistem akan bebas dari upaya tertentu (*free of effort*).

Perceived Ease of Use merupakan konstruk pada TAM.

b. *Complexity*

Complexity merupakan salah satu konstruk pada teori MPCU. *Complexity* didefinisikan sebagai sejauh mana sistem dipersepsikan sulit untuk dipahami dan digunakan.

c. *Ease of Use*

Ease of Use digunakan dalam model IDT, di mana konstruk ini diartikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dipersepsikan sulit untuk digunakan oleh konsumen.

Indikator kemudahan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Djamaluddin, Hidayanto dan Wardhani (2016) yaitu:

1. Kemudahan menemukan tempat penggunaan *e-money*. *e-money* dapat digunakan di *merchant* mana saja.
2. Kemudahan dalam penggunaan, Transaksi dengan *e-money* lebih cepat.
3. Kemudahan dalam memperoleh bantuan, *e-money* mudah dipahami penggunaannya.

2.2.4. Risiko

Risiko adalah persepsi yang mencerminkan perasaan ketidakpastian seseorang di kalangan konsumen mengenai kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan teknologi baru yang menghalangi adopsi (Fong, 2016). Risiko yang dipersepsikan dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *e-money* karena mereka cenderung tidak terlibat dalam transaksi *e-money* jika mereka menganggap jenis layanan ini melibatkan tingkat risiko yang tinggi

Penelitian Schierz, Schilke dan Wirtz (2010) menemukan bahwa konsumen kurang termotivasi untuk mengadopsi metode pembayaran baru jika mereka berfikir ada resiko yang lebih besar dalam mengadopsinya daripada metode pembayaran yang ada. Artinya jika sistem tidak aman maka konsumen akan lebih memilih metode yang lama. Definisi keamanan megadopsi Rahardjo (2017), menurut Rahadjo keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Casalo dalam Zahid (2010) dari sudut konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online. Dalam hal ini kemanan berkaitan dengan *E-Money*, adalah pengguna merasa dilindungi baik dari kesalahan penerbit yang mengakibatkan kartu *E-Money* tidak bisa digunakan, atau merasa dilindungi dari kerusakan dan pencurian kartu *E-Money*.

Rogers (2003) dalam teori *Innovation Diffusion Theory* (IDT) berargumen bahwa individu yang berbeda mempunyai level yang berbeda-beda dalam keinginan mengadopsi produk atau layanan inovasi. Dia mengategorikan individu-

individu (*adopters*) ini ke dalam 5 tingkatan berdasarkan orientasi nilai dan motif mereka dalam mengadopsi maupun menolak produk baru. Karakteristik dari kelima kelompok adopter adalah sebagai berikut:

1. *Innovators*, yaitu orang-orang yang antusias terhadap teknologi dan suka mencoba ide-ide baru meski yang mengandung risiko. Mereka merupakan kelompok individu perintis yang secara luar biasa mengadopsi produk barlayanan baru dengan cepat. Kelompok ini lebih berani dalam menerima gagasan atau ide baru, memiliki tingkat pendapatan yang tinggi sehingga dapat menerima adanya potensi kerugian disebabkan karena adopsi produk atau layanan di awal.
2. *Early adopters*, adalah mereka yang berperan sebagai pemimpin opini opinion leader dalam komunitas mereka dan mengadopsi ide-ide baru yang kemungkinan akan memberikan keunggulan bersaing. Kategori adopter ini kurang sensitif terhadap harga dan ingin mengadopsi produk jika produk tersebut memberikan solusi dan dukungan layanan. Profil mereka adalah berpendidikan, muda dan sukses serta sering bertindak selaku *change agent*. Kelompok ini selalu menjadi rujukan bagi kelompok *early majority* untuk meminta pendapat mengenai produk atau layanan baru.
3. *Early majority*, yaitu kelompok orang-orang yang mengadopsi teknologi hanya ketika teknologi tersebut telah terbukti bermanfaat dan telah banyak diadopsi pengguna lain. Jumlah kelompok ini mencapai 34% dari total keseluruhan individu. Kelompok ini cenderung aktif dalam komunitas namun dari pengaruh

sisi *leadership* lebih kurang jika dibandingkan dengan kelompok *early adopter*. Dari sisi kesiapan menanggung risiko kelompok ini lebih berhati-hati karena hanya melakukan adopsi setelah performansi produk dan layanan terbukti manfaatnya dan telah banyak diadopsi pengguna lain.

4. *Late majority*, yaitu orang-orang yang hanya akan mengadopsi sebuah produk ketika mayoritas orang telah mencobanya. Membutuhkan waktu adopsi yang cukup lama mengingat kelompok ini akan mengadopsi setelah sebagian besar kelompok telah menggunakan produk atau layanan tersebut.
5. *Laggards*, yaitu orang-orang yang terikat pada tradisi dan resisten terhadap inovasi sampai mereka menemukan status quo mereka tidak lagi dapat dipertahankan. Kelompok ini kurang memiliki minat dalam partisipasi sosial, selalu mengacu pada pertimbangan yang harus dilakukan di masa lalu dan sering menolak adanya perubahan. Umumnya berada di usia yang relatif lebih tua serta status ekonominya lebih rendah.

Indikator risiko yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chanchai Phonthanukitithaworn (2016) yaitu:

1. Berisiko, transaksi menggunakan *e-money* dapat berisiko bagi penggunanya.
2. Kerugian, ada potensi tinggi untuk kerugian terkait penggunaan *e-money*.
3. Ketidakpastian, adanya ketidakpastian terkait penggunaan *e-money*.
4. Kemasalahan, adanya kemasalahan tak terduga yang terjadi ketika menggunakan *e-money*.

2.2.5. Akuntabilitas

Akuntabilitas (*accountability*) dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pihak pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktifitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut (Mardiasmo, 2002). Akuntabilitas merupakan salah satu dari prinsip dasar *good corporate governance*. Kaihatu *et al.* (2006) mendefinisikan akuntabilitas sebagai sebuah kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Akuntabilitas yang dimaksudkan adalah mencari informasi atau jawaban terkait dengan pertanggungjawaban atas segala yang telah dilakukan dan harus sesuai dengan yang sebenarnya terjadi. Jika terdapat penyimpangan dan tidak sesuai dengan yang seharusnya, maka perlu dilakukan pencarian terkait penyimpangan tersebut.

Mardiasmo (2002) menyebutkan bahwa akuntabilitas publik terdiri atas dua macam yaitu:

a. Akuntabilitas vertikal (*vertical accountability*)

Akuntabilitas vertikal merupakan pertanggungjawaban atas pengelolaan dana kepada otoritas yang lebih tinggi,

b. Akuntabilitas horisontal (*horizontal accountability*).

Akuntabilitas horizontal adalah pertanggungjawaban kepada masyarakat luas.

Pada penelitian ini akuntabilitas yang akan diteliti adalah akuntabilitas horizontal, yaitu pertanggungjawaban pada masyarakat luas. Meningkatnya gerakan *cashless* di Indonesia juga berdampak pada tingginya penggunaan gopay sebagai salah satu jenis *e-money* yang dikelola oleh Gojek Indonesia. Gojek Indonesia harus bertanggungjawab atas setiap transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumennya.

Indikator akuntabilitas dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudi (2013) yaitu:

1. Adanya kepatuhan terhadap prosedur. Adanya langkah-langkah yang disediakan Gopay untuk melakukan laporan pertanggungjawaban.
2. Adanya pelayanan publik yang responsif. Laporan pertanggungjawaban dari perusahaan ditanggapi dengan responsif.
3. Adanya pelayanan publik yang cermat. Pelaporan dari pengguna Gopay ditanggapi dengan teliti.
4. Adanya pelayanan publik yang biaya murah. Pelaporan yang disediakan oleh Gopay memiliki biaya yang murah.

2.2.6. Transparansi

Transparansi merupakan salah satu nilai dan prinsip-prinsip *good governance*. Transparansi adalah suatu proses keterbukaan dari para pengelola manajemen, utamanya manajemen publik, untuk membangun akses dalam proses pengelolaannya sehingga arus informasi keluar dan masuk secara berimbang.

Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi. Informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan (Bayinah dan Bahri, 2018).

Transparansi dibutuhkan dalam pencatatan transaksi *e-money* untuk mencegah kesalahan transaksi. Perusahaan yang bertanggung jawab harus mencoba mengungkapkan informasi yang dibutuhkan, karena jika informasi tersebut disembunyikan akan menimbulkan kecurigaan bagi para pemangku kepentingan (Coombs *et al.*, 2013). Ferrell dan Gresham (2014) menyatakan bahwa transparansi harus berfungsi sebagai alat dasar untuk mengatasi ketidakpercayaan pemangku kepentingan. Dengan transparansi, para pemangku kepentingan akan mengetahui hasil kinerja yang telah dilakukan oleh manajemen apakah itu sesuai dengan harapan mereka atau tidak

Keterbukaan dalam mengemukakan informasi mengenai transaksi sesuai dengan SAK (Standar Akuntansi Keuangan) tentang Karakteristik Kualitatif Informasi Keuangan yang Berguna yaitu informasi yang disampaikan harus relevan, terbanding (*comparable*), terverifikasi (*verifiable*), tepat waktu (*timely*), terpahami (*understandable*) dan merepresentasikan secara tepat apa yang dipresentasikan. Dalam hal tersebut maka entitas harus memberikan tambahan informasi yang relevan sehingga laporan keuangan dapat disajikan secara wajar. Transparansi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah memberikan informasi transaksi yang terbuka, jujur, dan tidak diskriminatif kepada masyarakat/konsumen berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban perusahaan dalam proses

transaksi keuangan yang dipercayakan kepadanya. Maksud dari transparansi atau keterbukaan disini adalah masyarakat memiliki hak dan akses untuk mengetahui proses transaksi dari awal sampai akhir karena menyangkut kebutuhan mereka dalam manajemen keuangan pribadi.

Indikator transparansi dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nasim dan Romdhon (2014) yaitu:

1. Terdapat pengumuman kebijakan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset. Adanya laporan aktivitas transaksi ketika bertransaksi melalui *e-money* Gopay
2. Tersedia laporan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset yang mudah diakses. Artinya adanya laporan keuangan setiap aktivitas transaksi yang dilakukan melalui *e-money* Gopay yang mudah diakses.
3. Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu. Laporan aktivitas transaksi disediakan tepat waktu.
4. Tersedianya sarana untuk suara dan usulan rakyat. Adanya sarana untuk mengungkapkan saran atau pengaduan pengguna Gopay terhadap sistem Gopay.
5. Terdapat sistem pemberian informasi kepada publik. Adanya informasi kepada pengguna terkait Gopay. Sebagai contoh, adanya program promo atau diskon pada penggunaan Gopay, ataupun pemberitahuan terkait sistem yang sedang *error*.

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai acuan dalam rangka penyusunan penelitian ini, serta untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan bahan referensi yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu atas faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dapat dijelaskan sebagaimana terlihat pada Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|----------------------------|---|---|---|
| 1 | Muhammad Radiansyah (2016) | Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan | Y: Persepsi Masyarakat X1: Efisiensi X2: Keamanan X3: Infrastruktur X4: Promosi X5: Lingkungan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat. 2. Keamanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat. 3. Infrastruktur menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat. 4. Promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat. 5. Lingkungan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|--|
| 2 | Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusuma (2017) | Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money | Y: Minat menggunakan e-money X1: Keamanan X2: Kegunaan /Penggunaan X3: Kemudahan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money 2. Kegunaan/penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money 3. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money |
| 3 | Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo dan Lala Irviana (2016) | Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money | Y: Minat menggunakan e-money X1: Keamanan X2: Kemudahan X3: Manfaat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money 2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money 3. Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money |
| 4 | Sartika Djamaluddin, Achmad Nizar Hidayanto dan Sita Wardhani (2016) | <i>Perception of Beneficiaries Towards Adoption of E-Money In The Distribution of Social Assistance In Indonesia</i> | Y: Niat menggunakan X1: Keamanan X2: Kemudahan X3: Manfaat X4: Biaya X5: Keinginan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan 2. Kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan 3. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan 4. Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan 5. Keinginan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|--|---|--|
| 5 | Chanchai Phonthanukitithaworn Carmine Sellitto Michelle W.L. Fong (2016) | <i>An Investigation of Mobile Payment (M-Payment) Services In Thailand</i> | Y: Niat Perilaku X1: Kegunaan/Penggunaan X2: Kemudahan X3: Biaya X4: Kompabilitas X5: Norma X6: Kepercayaan X7: Risiko | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kegunaan/Penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku 2. Kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku 3. Biaya tidak berpengaruh terhadap niat perilaku 4. Kompabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 5. Norma berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 7. Risiko berpengaruh negatif terhadap niat perilaku |
| 6 | Wendy Ming-Yen Teoh, Siong Choy Chong, Binshan Lin dan Jiat Wei Chua (2013) | <i>Factors Affecting Consumers Perception of Electronic Payment: An Empirical Analysis</i> | Y: Persepsi konsumen X1: Keamanan X2: Kemudahan X3: Manfaat X4: Kepercayaan X5: Self-Afficacy | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen 2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen 3. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen 4. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen 5. Self-Afficacy berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen |
| 7 | Mehdi Hussain, Abu Taher Mollik, Rechel Johns dan | <i>M-Payment Adoption For Bottom of</i> | Y: Niat Perilaku X1: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------------|---|---|--|
| | Muhammad Sabbir Rahman (2018) | <i>Pyramid Segment: An Empirical Investigation</i> | Infrastruktur X2: Biaya X3: Ekspetasi Kinerja X4: Ekspetasi Usaha X5: Pengaruh Sosial X6: Kebiasaan X7: Gaya Hidup X8: Motivasi Hedonis | 2. Biaya tidak berpengaruh terhadap niat perilaku 3. Ekspetasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 4. Ekspetasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 5. Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 6. Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 7. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku 8. Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat perilaku |
| 8 | Niklas Arvidsson (2014) | <i>Consumer Attitudes On Mobile Payment Services – Results From A Proof of concept test</i> | Y: Sikap Individu X1: Keamanan X2: Kegunaan/Penggunaan X3: Kemudahan X4: Biaya X5: Kompabilitas X6: Kepercayaan X7: Keuntungan X8: Eksternalitas Jaringan X9: Umur | 1. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu 2. Kegunaan/Penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap individu 3. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu 4. Biaya tidak berpengaruh terhadap sikap individu 5. Kompabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|---|--|--|
| | | | X10: Pendapatan | 6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu 7. Keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu 8. Eksternalitas Jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap individu 9. Umur tidak berpengaruh terhadap sikap individu 10. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap sikap individu |
| 9 | Ahmet Bulent Ozturk (2016) | <i>Customer Acceptance of Cashless Payment Systems In The Hospitality Industry</i> | Y: Niat menggunakan X1: Kegunaan/Penggunaan X2: Kemudahan X3: Risiko X4: Self-Afficacy | 1. Kegunaan/Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan 2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan 3. Risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan 4. Self-Afficacy berpengaruh positif terhadap niat menggunakan |
| 10 | Jinnan Wu, Lin Liu, Lihua Huang (2017) | <i>Consumer Acceptance of Mobile Payment Across time: Antecedents and Moderating Role of Diffusion Stages</i> | Y: Niat Penerimaan X1: Kegunaan/Penggunaan X2: Risiko X3: Emosi positif | 1. Kegunaan/penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penerimaan 2. Risiko berpengaruh negatif terhadap niat penerimaan 3. Emosi positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penerimaan. |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|---|--|---|
| | | | | |
| 11 | Prabowo Yudo Jayanto dan Siti Munawaroh (2019) | <i>The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession</i> | Y: Minat membayar zakat X1: Reputasi X2: Transparansi laporan keuangan X3: Akuntabilitas X4: Religiusitas X5: Kepercayaan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi berpengaruh terhadap minat membayar zakat 2. Transparansi berpengaruh terhadap minat membayar zakat 3. Akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat 4. Religiusitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat 5. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat |
| 12 | Itaq Pangestu dan Prabowo Yudo Jayanto (2017) | <i>Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City</i> | Y: Motivasi membayar zakat X1: Tingkat keimanan X2: Pengetahuan tentang zakat X3: Iklan X4: Hubungan masyarakat X5: Pemasaran langsung X6: Penjualan personal X7: Akuntabilitas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel tingkat keimanan, pengetahuan tentang zakat, akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat 2. Variabel periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan penjualan personal tidak berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat |

| No | Nama Penulis & Tahun | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|--|
| | | | X8: Transparansi pelaporan keuangan | |
| 13 | Indri Yuliafitri dan Asma Nur Khoiriyah (2016) | Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki | Y: Loyalitas X1: Kepuasan X2: Transparansi X3: Akuntabilitas | 1. Variabel kepuasan muzakki dan transparansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas muzakki. 2. Variabel akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas muzakki. |

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2019.

2.4. Kerangka Berpikir

2.4.1. Pengaruh Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (GoPay)

Manfaat/kegunaan adalah tingkat keyakinan dimana seseorang yakin atau percaya pada suatu produk atau sistem dapat membantu aktivitas seseorang menjadi lebih efektif dan efisien. Dapat dikatakan pula bahwa banyak keuntungan yang dapat diterima oleh seseorang dalam memilih atau melakukan sesuatu serta mampu menunjang kinerja seseorang. Kegunaan terhadap minat menggunakan *e-money* dapat diartikan bahwa *e-money* dirasa bermanfaat pada penggunaannya dan dapat mendorong minat seseorang menggunakan *e-money*. Kegunaan/manfaat merupakan salah satu faktor seseorang memilih suatu produk atau kegiatan. Tentunya seseorang akan meragukan memilih produk atau kegiatan yang memiliki sedikit keuntungan dan akan memilih produk dengan keuntungan lebih serta yang

bermanfaat bagi dirinya. Hal ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), karena dalam TAM menjelaskan jika terdapat faktor sebagai dasar hubungan terkait seorang individu memiliki niat dalam penggunaan sistem, yaitu *Perceived Usefulness*. Faktor *Perceived Usefulness* menjelaskan sejauh mana sikap individu mengadopsi sesuatu sistem yakin bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan performansinya atau bermanfaat dalam kehidupannya. Dapat dikatakan seseorang akan menggunakan *e-money* pada saat mereka merasa dan percaya bahwa *e-money* memiliki kemanfaatan serta dapat meningkatkan kinerjanya. Pada *e-money* terdapat banyak kemanfaatan yang akan diterima oleh pengguna *e-money* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ozturk,(2016) menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem pembayaran elektronik RFID (*Radio Frequency Identification*) pada industri rumah sakit. Hal ini juga didukung oleh penelitian Wu, Liu & Huang (2017) menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh terhadap sistem pembayaran elektronik pada aplikasi WeChat. Serta penelitian Teoh *et. al.* (2013) menjelaskan bahwa kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran *e-money* di Malaysia

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 1: Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*
(GoPay)

2.4.2. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (GoPay)

Kemudahan ialah dapat memberikan suatu kepuasan seorang dalam menggunakan layanan uang elektronik. Pengguna teknologi mempercayai bahwa sistem layanan *e-money* Gopay yang mudah dipahami dan mudah dioperasikannya. Pengguna juga mempercayai penggunaan Gopay dapat mengurangi tenaga dan waktu disaat melakukannya transaksi. Kemudahan penggunaan sistem menjadi kunci utama dalam menarik konsumen atau nasabah. Kemudahan sistem dalam bertransaksi menggunakan layanan uang elektronik yang sudah disediakan oleh pihak Gojek bertujuan untuk memudahkan para penggunanya. Dengan munculnya bentuk layanan tersebut pengguna tidak perlu banyak usaha untuk mempelajari, hanya dengan menggunakan ponsel untuk menginstal aplikasi sistem tersebut. Selain itu, layanan Gopay juga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hal tersebut bisa dikatakan layanan Gopay bekerja untuk memudahkan penggunanya dari pada seseorang yang tidak menggunakan sistem tersebut. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa determinan *Perceived Ease of Use* sejauh mana seorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-money* dapat membuat seseorang untuk menggunakan *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *E-Money*. Hal ini juga didukung oleh penelitian Ramadhan, Prasetyo & Irviana (2016) menjelaskan bahwa kemudahan secara signifikan berpengaruh

terhadap minat mahasiswa menggunakan *E-Money* di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Serta penelitian Teoh *et. al.*, (2013) menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap pembayaran elektronik di masyarakat Malaysia.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 2: Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* (GoPay).

2.4.3. Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (GoPay)

Risiko adalah konstruk yang mencerminkan perasaan ketidakpastian di kalangan konsumen mengenai konsekuensi negatif dari pengguna teknologi baru yang dapat menghalangi adopsi. Risiko yang dipersepsikan dapat memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *e-money* karena mereka cenderung tidak terlibat dalam transaksi *e-money* jika mereka menganggap jenis layanan ini melibatkan tingkat risiko yang tinggi. Penelitian Schierz, Schilke & Wirtz (2010) menemukan bahwa konsumen kurang termotivasi untuk mengadopsi metode pembayaran baru jika mereka berpikir ada risiko yang lebih besar dalam mengadopsinya daripada metode pembayaran yang ada. Dalam proses keputusan inovasi teori *Innovation Diffusion Theory*, risiko yang dirasakan diperdebatkan sebagai penentu kritis terutama dalam tahap pra-adopsi teknologi ketika orang tidak memiliki pengalaman dengan itu dan waspada terhadap risiko dan konsekuensi dari penggunaannya. Teori ini menjelaskan bahwa setiap individu mempunyai level

yang berbeda-beda dalam keinginan mengadopsi produk atau layanan inovasi. Level risiko menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh individu dalam mengadopsi produk atau layanan. Maka dari itu persepsi risiko dapat mempengaruhi tingkat penggunaan teknologi baru seperti *e-money*. Semakin tinggi tingkat risiko pada *E-Money* Gopay maka semakin rendah minat masyarakat untuk menggunakan *E-Money* Gopay.

Penelitian yang dilakukan oleh Fong (2016) menjelaskan bahwa risiko berpengaruh kecil terhadap niat perilaku masyarakat menggunakan *e-money* di Thailand, artinya sistem *e-money* disana memiliki tingkat risiko yang rendah. Hal ini juga didukung oleh penelitian Ozturk (2016) menjelaskan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap niat pasien menggunakan sistem *e-money* di rumah sakit. Serta penelitian Wu, Liu & Huang, (2017) menjelaskan bahwa risiko berpengaruh kecil terhadap niat konsumen menggunakan layanan pembayaran elektronik di aplikasi WeChat.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 3: Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *E-Money* (GoPay).

2.4.4. Pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (GoPay)

Akuntabilitas (*accountability*) dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pihak pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban,

menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktifitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut. Akuntabilitas yang dimaksudkan adalah mencari informasi atau jawaban terkait dengan pertanggungjawaban atas segala yang telah dilakukan dan harus sesuai dengan yang sebenarnya terjadi. Jika terdapat penyimpangan dan tidak sesuai dengan yang seharusnya, maka perlu dilakukan pencarian terkait penyimpangan tersebut. Berdasarkan teori atribusi yang menjelaskan bahwa perilaku seorang individu disebabkan dari internal atau eksternal. Akuntabilitas adalah bagian dari faktor eksternal yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan produk. Minat konsumen akan meningkat jika perusahaan menerapkan akuntabilitas dalam sistem Gopay.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu & Jayanto (2017) menjelaskan bahwa Akuntabilitas berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. Hal ini didukung oleh penelitian Salmawati & Fitri (2018) yang menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 4: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* (GoPay).

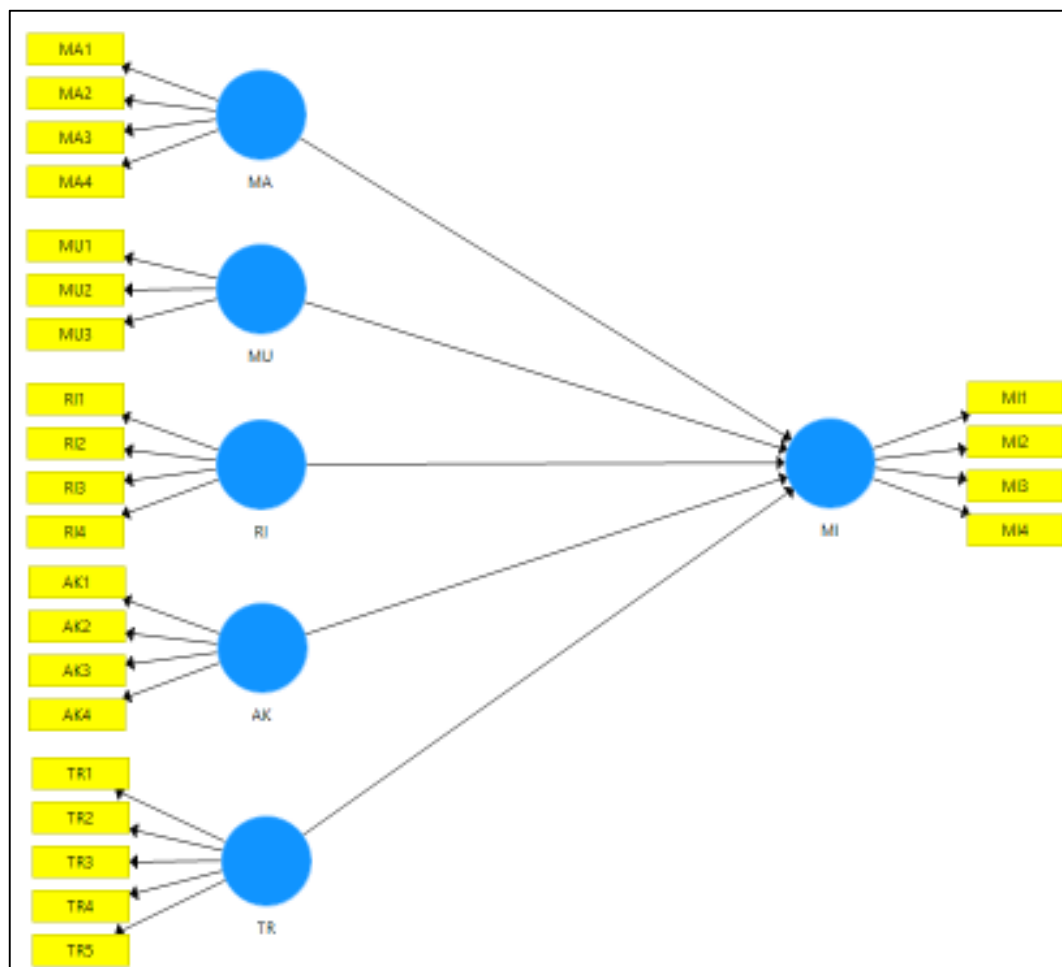
2.4.5. Pengaruh Transparansi terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (GoPay)

Transparansi adalah suatu proses keterbukaan dari para pengelola manajemen, utamanya manajemen publik, untuk membangun akses dalam proses pengelolaannya sehingga arus informasi keluar dan masuk secara berimbang. Transparansi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah memberikan informasi transaksi yang terbuka, jujur, dan tidak diskriminatif kepada masyarakat/konsumen berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban perusahaan dalam proses transaksi keuangan yang dipercayakan kepadanya. Berdasarkan teori atribusi yang menjelaskan bahwa perilaku seorang individu disebabkan dari internal atau eksternal. Transparansi adalah bagian dari faktor eksternal yang mempengaruhi minat konsumen. Minat konsumen akan meningkat jika perusahaan menerapkan transparansi dalam sistem layanan Gopay.

Penelitian yang dilakukan oleh Jayanto & Munawaroh (2019) menjelaskan bahawa transparansi laporan keuangan berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Hal ini juga didukung oleh penelitian Pangestu & Jayanto (2017) yang menjelaskan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh positif terhadap motivasi muzakki membayar zakat di Kota Semarang. Dan juga penelitian Yuliafitri & Khoiriyah (2016) menjelaskan bahwa transparansi berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 5: Transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* (GoPay).



Gambar 2.2. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Peneliti, 2019

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini didasarkan dari uraian hubungan antar variabel dan berdasar pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti mengajukan

beberapa hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan antara lain:

Hipotesis 1 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* (GoPay)

Hipotesis 2 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* (GoPay).

Hipotesis 3 : Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money* (GoPay).

Hipotesis 4 : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* (GoPay).

Hipotesis 5 : Transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* (GoPay).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Desain yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi pengujian hipotesis yang bersifat kausalitas, bertujuan untuk menganalisis, mendiskripsikan, dan mendapatkan bukti empiris pada pola hubungan dua variabel atau lebih. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko, akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh masyarakat muslim pengguna Gopay di Kota Semarang.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim pengguna Gopay di Kota Semarang dengan jumlah penduduk beragama muslim di Kota Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Dewasa Muslim di Kota Semarang 2018

| Kecamatan di Kota Semarang | Jumlah |
|-----------------------------------|---------------|
| Mijen | 44.929 |
| Gunungpati | 71.657 |
| Banyumanik | 84.663 |
| Gajahmungkur | 33.041 |
| Semarang Selatan | 35.569 |

| Kecamatan di Kota Semarang | Jumlah |
|-----------------------------------|----------------|
| Candisari | 39.409 |
| Tembalang | 113.680 |
| Pedurungan | 111.415 |
| Genuk | 70.621 |
| Gayamsari | 46.618 |
| Semarang Timur | 32.539 |
| Semarang Utara | 60.710 |
| Semarang Tengah | 23.325 |
| Semarang Barat | 81.479 |
| Tugu | 20.695 |
| Ngaliyan | 92.134 |
| Jumlah | 962.484 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2019)

3.2.2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu metode pemilihan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel (Wahyudin, 2015). Sampel diambil dari masyarakat yang beragama muslim yang menggunakan Gopay di Kota Semarang.

Kriteria untuk pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampling seadanya (*Accidental Sampling*) yaitu pengambilan sampel dengan ditentukan seadanya atau secara sembarang, asalkan yang bersangkutan memiliki karakteristik, data, atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam hal penentuan responden maka peneliti menentukan kriteria:

1. Responden sudah atau pernah menggunakan Gopay untuk bertransaksi.
2. Responden berasal atau sedang berada di Kota Semarang.

3. Responden pengguna Gopay adalah beragama muslim.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : jumlah toleransi kesalahan (error tolerance)

Penelitian ini mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1), sehingga perhitungan menggunakan rumus Slovin penduduk dewasa muslim di Kota Semarang adalah sebagai berikut:

$$n = N/(1+Ne^2) = 962.484 / (1+962.484 \times 0,1^2) = 99,98$$

Sesuai dengan konsep konservatisme maka dengan demikian jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 100.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel tersebut secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan (Y). Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah manfaat (X1), kemudahan (X2), risiko (X3), akuntabilitas (X4), transparansi (X5)

3.3.1. Minat Menggunakan

Minat menggunakan adalah keinginan atau ketertarikan pada suatu hal yang baik benda maupun aktivitas yang sesuai dengan perasaan individu atau seseorang tersebut sebagai sumber motivasi. Pada penelitian ini, variabel minat menggunakan diukur dengan menggunakan indikator yang didasarkan pada pendapat Sulistyio Seti Utami (2017)(Utami dan Kusumawati, 2017) dengan menggunakan skala *likert* setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju, (3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.2. Indikator Variabel Minat Menggunakan

| No. | Indikator |
|-----|--------------|
| 1. | Manfaat |
| 2. | Kemudahan |
| 3. | Keamanan |
| 4. | Ketertarikan |

Sumber: Sulistyio Seti Utami (2017)

3.3.2. Manfaat

Kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Variabel kegunaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator yang didasarkan pada pendapat Sulistyio Seti Utami (2017)(Utami dan Kusumawati, 2017) dengan menggunakan skala *likert* setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju, (3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.3. Indikator Variabel Kemanfaatan

| No. | Indikator |
|-----|-----------------------|
| 1. | Efektivitas |
| 2. | Efisiensi |
| 3. | Minimalisir kesalahan |
| 4. | Kebanggaan |

Sumber: Sulisty Seti Utami (2017)

3.3.3. Kemudahan

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang lebih atau dengan kata lain mudah dan terbebas dari masalah atau hambatan. Variabel kemudahan diukur dengan menggunakan indikator yang didasarkan pada pendapat Sartika Djamaludin (2017)(Djamaluddin, Hidayanto dan Wardhani, 2016) dengan menggunakan skala *likert* setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju, (3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.4. Indikator Variabel Kemudahan

| No. | Indikator |
|-----|---------------------------------------|
| 1. | Kemudahan menemukan tempat penggunaan |
| 2. | Kemudahan dalam penggunaan |
| 3. | Kemudahan memperoleh bantuan |

Sumber: Sartika Djamaludin (2017)

3.3.4. Risiko

Risiko adalah konstruk yang mencerminkan perasaan ketidakpastian seseorang mengenai kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan teknologi

baru yang dapat menghalanginya untuk penggunaan. Bagaimana keamanan informasi dapat dicegah dari penipuan atau dapat mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi dimana informasi tersebut sendiri tidak memiliki arti fisik. Variabel risiko diukur dengan menggunakan indikator yang terdapat pada teori IDT. Indikator *laggards* yaitu masyarakat menolak adanya sistem baru, berasumsi bahwa sistem akan beresiko. Indikator *late majority* yaitu masyarakat menilai sistem teknologi memiliki sedikit risiko. Indikator *early majority* yaitu masyarakat menilai menerima teknologi lebih berhati-hati. Indikator *early adopter* yaitu masyarakat menilai teknologi *E-Money* tidak memiliki risiko. Indikator *Innovators* yaitu masyarakat memiliki sifat yang inovatif, dengan kata lain mereka berani mengambil risiko yang tinggi dan sistem teknologi baru memiliki tingkat keamanan yang tinggi atau tidak memiliki risiko. Berdasarkan pada pendapat Chanchai Phonthanukitithaworn (2016) dengan menggunakan skala likert setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju, (3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.5. Indikator Variabel Risiko

| No. | Indikator |
|-----|----------------|
| 1. | Berisiko |
| 2. | Kerugian |
| 3. | Ketidakpastian |
| 4. | Kemmasalahan |

Sumber: Chanchai Phonthanukitithaworn (2016)

3.3.5. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah mencari informasi atau jawaban terkait dengan pertanggungjawaban atas segala yang telah dilakukan dan harus sesuai dengan yang

sebenarnya terjadi. Jika terdapat penyimpangan dan tidak sesuai dengan yang seharusnya, maka perlu dilakukan pencarian terkait penyimpangan tersebut. Variabel akuntabilitas diukur dengan menggunakan indikator didasarkan pada pendapat Mahmudi (2013)(Mahmudi, 2013) dengan menggunakan skala likert setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju, (3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.6. Indikator Variabel Akuntabilitas

| No. | Indikator |
|-----|------------------------------|
| 1. | Kepatuhan terhadap prosedur |
| 2. | Pelayanan yang responsif |
| 3. | Pelayanan yang cermat |
| 4. | Pelayanan dengan biaya murah |

Sumber: Mahmudi (2013)

3.3.6. Transparansi

Transparansi merupakan salah satu nilai dan prinsip-prinsip *good governance*. Transparansi adalah suatu proses keterbukaan dari para pengelola manajemen, utamanya manajemen publik, untuk membangun akses dalam proses pengelolaannya sehingga arus informasi keluar dan masuk secara berimbang. Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi. Informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan. Variabel transparansi diukur dengan menggunakan indikator yang didasarkan pada pendapat Nasim & Romdhon (2014) dengan menggunakan skala likert setara interval 4 poin dari 1-4 mulai dari (4) sangat setuju,

(3) setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

Tabel 3.7. Indikator Variabel Transparansi

| No. | Indikator |
|-----|--|
| 1. | Terdapat pengumuman kebijakan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset. |
| 2. | Tersedia laporan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset yang mudah diakses. |
| 3. | Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu. |
| 4. | Tersedianya sarana untuk suara dan usulan rakyat. |
| 5. | Terdapat sistem pemberian informasi kepada publik. |

Sumber: Nasim & Romdhon (2014)

Ringkasan definisi operasional variabel penelitian disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 3.8. Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala Pengukuran |
|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| Minat menggunakan <i>E-Money</i> (Y) | Minat menggunakan adalah keinginan atau ketertarikan pada suatu hal yang baik benda maupun aktivitas yang sesuai dengan perasaan individu atau seseorang tersebut sebagai sumber motivasi(Djamaluddin, Hidayanto dan Wardhani, 2016) | 1. Manfaat 2. Kemudahan 3. Keamanan 4. Ketertarikan (Sulistyo Utami, 2016) | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |
| Kegunaan (X1) | Kegunaan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya(Utami dan Kusumawati, 2017) | 1. Efektivitas 2. Efisiensi 3. Minimalisir kesalahan 4. Kebanggaan (Sulistyo Utami, 2017) | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala Pengukuran |
|--------------------|---|---|----------------------------------|
| Kemudahan (X2) | Kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang lebih atau dengan kata lain mudah dan terbebas dari masalah atau hambatan(Davis, 1989) | 1. Kemudahan menemukan tempat penggunaan 2. Kemudahan dalam penggunaan 3. Kemudahan memperoleh bantuan (Sartika Djamaludin, 2017) | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |
| Risiko (X3) | Risiko adalah konstruk yang mencerminkan perasaan ketidakpastian seseorang mengenai kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan teknologi baru yang dapat menghalanginya untuk penggunaan(Fong, 2016) | 1. Berisiko 2. Kerugian 3. Ketidakpastian 4. Kemasalahan (Chanchai Phonthanukitithaworn, 2016) | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |
| Akuntabilitas (X4) | Akuntabilitas adalah sebagai sebuah kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif(Kaihatu <i>et al.</i> , 2006). | 1. Kepatuhan terhadap prosedur 2. Pelayanan yang responsif 3. Pelayanan yang cermat 4. Pelayanan dengan biaya murah (Mahmudi, 2013) | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |
| Transparansi (X5) | Transparansi adalah suatu proses keterbukaan dari para pengelola manajemen, utamanya manajemen publik, untuk | 1. Terdapat pengumuman kebijakan mengenai pendapatan, pengelolaan | Skala <i>Likert</i> 1,2, 3, 4 |

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala Pengukuran |
|----------|--|--|------------------|
| | membangun akses dalam proses pengelolaannya sehingga arus informasi keluar dan masuk secara berimbang (Bayinah dan Bahri, 2018). | keungan dan asset. 2. Tersedia laporan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset yang mudah diakses. 3. Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu. 4. Tersedianya sarana untuk suara dan usulan rakyat. 5. Terdapat sistem pemberian informasi kepada publik. | |
| | | (Nasim & Romdhon, 2014) | |

Sumber : Data sekunder diolah, 2019.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada narasumber atau responden berkaitan dengan aspek-aspek penting yang berhubungan dengan pengukuran variabel penelitian. Jumlah pertanyaan disusun sesuai dengan indikator-indikator penting yang mencakup dalam variabel penelitian. Pertanyaan dikelompokkan sesuai dengan rumpun indikator masing masing variabel penelitian.

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari responden berupa hal-hal yang diketahuinya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang didalamnya sudah disediakan alternatif jawaban dan responden diharuskan memilih satu jawaban saja. Pengukuran jawaban dengan skala likert. Cara pengukurannya setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian dari 1 sampai 4.

Tabel 3.9. Skor Skala Likert

| Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Setuju | 3 |
| Sangat Setuju | 4 |

Sumber: Sugiyono (2016)

Menurut Sugiyono(Sugiyono, 2016) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.10. Indikator dan Butir Pertanyaan Kuesioner

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Skala Pengukuran |
|----------|-----------|------------|-------------------------|
| | Manfaat | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Skala Pengukuran |
|--|---------------------------------------|------------|----------------------|
| Minat Menggunakan <i>E-Money</i> (Sartika Djamaludin, 2016) | Kemudahan | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Keamanan | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Ketertarikan | 4 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| Kegunaan (Sulistyo Seti Utami, 2017) | Efektivitas | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Efesiensi | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Minimalisir kesalahan | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Kebanggaan | 4 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| Kemudahan (Sartika Djamaludin, 2017) | Kemudahan menemukan tempat penggunaan | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Kemudahan dalam penggunaan | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Kemudahan memperoleh bantuan | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| Risiko (Chanchai Phonthanukitithaworn, 2016) | Berisiko | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Kerugian | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Ketidakpastian | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Kemasalahan | 4 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| Akuntabilitas (Mahmudi, 2016) | Kepatuhan prosedur | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Skala Pengukuran |
|--|-------------------------------------|-------------------|-------------------------|
| | Pelayanan responsif | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Pelayanan cermat | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Pelayanan biaya murah | 4 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| Transparansi (Nasim & Romdhon, 2014) | Terdapat pengumuman kebijakan | 1 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Tersedia laporan mudah diakses | 2 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Tersedia laporan tepat waktu | 3 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Tersedianya sarana suara rakyat | 4 | Skala Likert 1,2,3,4 |
| | Terdapat sistem pemberian informasi | 5 | Skala Likert 1,2,3,4 |

Sumber : Data sekunder diolah, 2019.

3.5. Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data primer, yakni data yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner, sehingga perlu dilakukan analisis melalui uji validitas dan reliabilitas guna membuktikan keabsahan data yang diperoleh dari kuesioner tersebut. Pengukuran kualitas data bertujuan untuk menghindari kesalahan-kesalahan pada instrumen penelitian sebagai dasar pengambilan kesimpulan penelitian.

3.5.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali(Ghozali, 2011) validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Pengujian validitas digunakan untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan atau indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi konstruk atas variabel. Ghozali juga menyatakan bahwa suatu variabel memiliki validitas yang baik apabila:

- a. *Convergent validity* yang diukur dari nilai *outer loading* $> 0,7$ namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading $0,5 - 0,6$ dianggap telah cukup. Dapat juga diukur menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) dikatakan valid bilamana nilai AVE $> 0,5$.
- b. *Discriminant validity* yang diukur dengan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari ukuran konstruk lainnya maka konstruk laten menunjukkan bahwa konstruk laten pada ukuran pada blok mereka lebih baik daripada pada blok lainnya. Cara menguji validitas *discriminant* dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $>0,70$.

Metode lain adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menilai validitas masing-masing konstruk yang merupakan manifestasi dari indikator. Semua loading dari konstruk laten menunjukkan hasil yang signifikan yaitu t-statistik $> 1,645$ (*1-tailed*) atau t- statistik $> 1,96$ (*2-tailed*), maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid (Ghozali dan Latan, 2015).

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban. Suatu instrumen yang dapat dipercaya (reliabel) akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran beberapa kali terhadap gejala yang sama. Pengujian reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan *Cronbach Alpha* maupun menggunakan *Composite Reliability*. Penelitian ini melakukan uji reliabilitas dengan menghitung nilai *Cronbach Alpha* serta *Composite Reliability*. Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang lolos uji validitas. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0,70.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai responden dan variabel penelitian dengan mendeskripsikan masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah dalam memahaminya. Menurut Ghozali (2011) analisis deskriptif merupakan transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi data responden yang diperoleh dari kuesioner serta penjelasannya sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif digunakan

sebagai teknik analisis deskriptif yang memberikan informasi deskriptif dari sekelompok data seperti frekuensi, *mean*, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Dalam penelitian ini analisis deskriptif terdiri dari dua bagian yaitu, analisis deskriptif responden dan analisis deskriptif variabel penelitian.

3.6.1.1. Analisis Deskriptif Responden

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan tujuan untuk menjelaskan dan memberikan informasi mengenai responden yang menjadi objek penelitian, sesuai dengan data yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang telah kembali. Data responden ini meliputi nama responden, jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir, pendapatan, dan pilihan apakah responden menggunakan *E-Money* Gopay atau tidak.

3.6.1.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian digunakan untuk memberikan gambaran mengenai tendensi sentral dan masing-masing variabel dalam penelitian ini, antara lain kegunaan, kemudahan, risiko, akuntabilitas dan transparansi sebagai variabel eksogen, serta minat menggunakan *e-money* sebagai variabel endogen. Dalam penelitian ini analisis deskriptif variabel menggunakan *mean* (nilai masing-masing variabel), nilai minimum (nilai terendah), nilai maksimum (nilai tertinggi masing-masing variabel), dan frekuensi jawaban responden.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan teknik analisis ini yaitu:

- 1) Membuat tabel distribusi jawaban angket variabel endogen dan eksogen

- 2) Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan
- 3) Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap responden
- 4) Memasukkan skor tersebut ke dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Skala} = \frac{\text{Nilai terbesar} - \text{Nilai terkecil}}{\text{Jumlah kelas}}$$

3.6.2. Metode Analisis Data

3.6.2.1. Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Metode analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel dalam penelitian ini adalah metode *Partial Least Square* (PLS) dengan paket *software* SmartPLS v3.0. PLS merupakan salah satu metode penyelesaian Model Persamaan Struktural (*Struktural Equation Modelling/ SEM*). Metode SEM dipilih dengan alasan variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah variabel laten (*unobserve*). Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dan memerlukan beberapa indikator sebagai proksi. Sedangkan penggunaan PLS dalam penelitian ini didasarkan pada alasan jumlah sampel dalam penelitian ini berukuran kecil, sehingga tidak bisa diselesaikan dengan metode *covariance based SEM* (AMOS, LISREL III, dan EQS). Karena penggunaan *covariance based SEM* hanya dapat dilakukan jika sampel penelitian berjumlah 200 sampai 800 (Ghozali, 2011).

SEM yang berbasis *component* atau *variance* merupakan alternatif *covariance* dengan pendekatan *component based SEM* dengan PLS yang bertujuan sebagai prediksi. Dikemukakan oleh Wold dalam Ghozali (2011), PLS merupakan

metode analisis yang *powerfull*, karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Selain itu, data penelitian juga tidak harus berdistribusi *normal multivariate* (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), dan sampel tidak harus berukuran besar.

Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar-variabel laten. PLS lebih menitikberatkan pada data dengan prosedur estimasi yang terbatas, sehingga misspesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter. Fornell dan Bookstein dalam Ghazali (2011) menyatakan bahwa dibandingkan dengan *Covariance Based SEM (CBSEM)*, *componen based SEM-PLS* menghindari dua masalah serius, yaitu solusi yang tidak dapat diterima (*inadmissible solution*) dan *factor indeterminacy*.

PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat menganalisa konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksi dan formatif, sehingga indikator bisa berbasis teori atau mengadaptasi indikator yang pernah dipakai oleh peneliti sebelumnya. Terdapat dua bagian analisis yang harus dilakukan dalam PLS, yaitu (1) penilaian *outer model* atau model pengukuran dan (2) penilaian *inner model* atau struktural model. *Outer model* mendefinisikan bagaimana hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measurement model*). Sedangkan *inner model* menggambarkan hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2011).

Terdapat lima tahap dalam melakukan analisis data menggunakan SEM-PLS, dimana setiap tahapan tersebut akan berpengaruh terhadap tahapan

selanjutnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Ghozali dan Latan (2012) dalam Novilia & Jayanto (Novilia dan Jayanto, 2018), tahapan SEM-PLS tersebut meliputi:

1) Konseptualisasi Model

Pada konseptualisasi model ini peneliti harus melakukan pengembangan dan pengukuran konstruk.

2) Menentukan Metode Analisis *Algorithm*

Metode analisis *algorithm* disediakan dengan tiga pilihan skema, yaitu *factorial*, *centroid* dan *path* atau *structural weighting*. Skema *algorithm* PLS yang disarankan oleh Wold adalah *path* atau *structural weighting*. Setelah peneliti menentukan metode analisis *algorithm* serta skema yang digunakan, langkah selanjutnya adalah menentukan berapa jumlah sampel yang harus dipenuhi. Minimal sampel yang direkomendasikan adalah antara 30-100 kasus.

3) Menentukan Metode *Resampling*

Terdapat dua metode yang digunakan oleh peneliti di bidang SEM untuk melakukan proses pemilihan sampel kembali (*resampling*) yaitu *bootstrapping* dan *jackknifing*. Metode yang lebih sering digunakan adalah *bootstrapping*. Metode *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli dalam melakukan *resampling* kembali. Model ini menyediakan tiga pilihan, yaitu *No Sign Changes*, *Individual Sign Changes*, dan *Construct Level Changes*. Metode standar *resampling* adalah *No Sign Changes*, yaitu statistika *resampling* yang dihitung tanpa mengkompensasi tanda apapun. Pilihan ini sangat konservatif karena menghasilkan standar *error* yang sangat tinggi namun konsekuensinya rasio *T- statistics* menjadi rendah.

4) Menggambar Digram Jalur

Dalam menggambar diagram jalur (*path diagram*), direkomendasikan untuk menggunakan prosedur nomogram *reticular action modeling* (RAM) dengan ketentuan:

- a. Konstruk teoritikal (*theoretical construct*) yang menunjukkan variabel laten harus digambar dengan bentuk lingkaran atau bulatan elips (*circle*).
- b. Variabel *observed* atau indikator harus digambar dengan bentuk kotak (*squares*)
- c. Hubungan-hubungan asimetri (*asymmetrical relationship*) digambarkan dengan arah panah tunggal (*single headed arrow*)
- d. Hubungan-hubungan simetris (*symmetrical relationship*) digambarkan dengan arah panah double (*double headed arrow*).

5) Evaluasi Model

Setelah menggambar diagram jalur, maka model siap untuk diestimasi dan dievaluasi hasilnya secara keseluruhan, dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model (*measurement model*) yaitu melalui analisis faktor konfirmatori *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan menguji validitas reliabilitas konstruk laten. Kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model struktural dan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh antar konstruk atau variabel.

Ghozali (2011) menyatakan bahwa terdapat dua bagian analisis yang harus dilakukan dalam PLS. Tahapan-tahapan terdiri dari penilaian terhadap *outer model* (*measurement model*) serta tahap penilaian *inner model* (*structural model*).

3.6.2.2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran adalah model yang menggambarkan hubungan yang terjadi di antara variabel laten dan indikatornya. Model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* menunjukkan bagaimana variabel manifest mempresentasikan variabel laten untuk diukur. Terdapat dua uji yang dilakukan dalam model pengukuran yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Menurut Ghozali (2011) terdapat beberapa kriteria dalam menguji *outer model*, yaitu:

1) *Convergen Validity*

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/componen score* yang dihitung dengan menggunakan PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi apabila memiliki korelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang diukur. Namun demikian, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0.50 sampai 0.60 dianggap sudah cukup menurut Chin dalam Ghozali dan Latan (2015)

2) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya,

maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya (Ghozali, 2014). *Average Variance Extracted* (AVE). Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *Root Of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dalam model. Fornell & Larcker (1981) dalam Kumara & Jayanto (Kumara dan Jayanto, 2018) mengatakan pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reliability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Ghozali dan Latan, 2015).

3) *Composite Reliability*

Composite reliability yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Uji realibilitas konstruk diukur dengan dua kriteria yaitu *composite realibility* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *croanbach alpha* di atas 0.70 (Ghozali dan Latan, 2015).

3.6.2.3. Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model yang kadang disebut juga dengan *inner relation*, *structural model*, dan *substantive theory* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory* (Ghozali, 2014). Menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh substantif. Nilai *R-square* sama dengan 0.75, 0.50,

dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015).

Model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q-square predictive relevance* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square predictive relevance* > 0 menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square predictive relevance* < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali dan Latan, 2015).

3.6.3. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini akan di uji dengan menggunakan alat analisis *smartPLS 3.0* dengan melihat nilai *inner weight* di dalam *path coefficient* yang dihasilkan dari model. Pengambilan keputusan atas penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Melihat nilai *outer weight* masing-masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai *weight* yang disarankan adalah di atas 0,50 (positif) dan nilai *t-statistik* di atas nilai *t-tabel* untuk $p < 0,05$. Indikator yang memiliki nilai di bawah ketentuan tersebut harus di drop dari model kemudian dilakukan pengujian ulang.
- b. Melihat nilai *inner weight* dari hubungan antar variabel laten. Nilai *weight* dari hubungan tersebut harus menunjukkan arah positif dengan nilai *t-statistik* di atas nilai *t-tabel*. Nilai *t-tabel* dalam penelitian ini adalah 1,96 untuk probabilitas 5%.

- c. Kemudian, nilai *t-tabel* tersebut dijadikan sebagai nilai *cut off* untuk penerimaan atau penolakan hipotesis yang telah diajukan.

Tabel 3.11. Kriteria Hipotesis Ditolak atau Diterima

| <i>Original Sample</i> | <i>T-Statistic</i> | <i>P-values</i> | Keputusan |
|------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|
| x (negatif) | $y < 1,96$ | $p\text{-values} > 0,05$ | Hipotesis ditolak |
| x (negatif) | $y > 1,96$ | $p\text{-values} < 0,05$ | Hipotesis diterima |
| x (positif) | $y < 1,96$ | $p\text{-values} > 0,05$ | Hipotesis ditolak |
| x (positif) | $y > 1,96$ | $p\text{-values} < 0,05$ | Hipotesis diterima |

Sumber: Output PLS, 2019

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan *E-Money* Gopay. Masyarakat yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah secara acak yang tersebar di 16 kecamatan di Kota Semarang. Jumlah kuesioner yang telah disebar pada tanggal 25 Oktober sampai 3 Desember 2019 adalah sebanyak 100 kuesioner di 16 kecamatan di Kota Semarang, berikut penulis sajikan table hasil pengumpulan data pada tabel 4.1:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

| Keterangan | Jumlah | Presentase |
|----------------------------------|--------|------------|
| Kuesioner yang disebar | 100 | 100% |
| Kuesioner yang tidak bisa diolah | 0 | 0% |
| Kuesioner yang bisa diolah | 100 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa dari semua kuesioner yang disebar yaitu sebanyak 100 kuesioner, seluruh kuesioner terisi dengan lengkap dan benar oleh responden sehingga 100 kuesioner (100%) dapat diolah.

4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian

Deskripsi profil responden terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Profil responden dimaksudkan untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Terdapat 100 responden yang

dapat mewakili dan menjadi responden dalam karakteristik responden. Data mengenai karakteristik responden ditampilkan pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2 Data Statistik Responden

| | Keterangan | Jumlah | Presentase |
|----|----------------------------------|--------|------------|
| 1. | Jenis Kelamin | | |
| | a. Laki-laki | 80 | 80% |
| | b. Wanita | 20 | 20% |
| 2. | Umur Responden | | |
| | a. 18-30 | 43 | 43% |
| | b. 31-40 | 35 | 35% |
| | c. 41-50 | 18 | 18% |
| | d. 51-70 | 4 | 4% |
| 3. | Tingkat Pendidikan | | |
| | a. SMA | 69 | 69% |
| | b. S1 | 19 | 19% |
| | c. S2 | 1 | 1% |
| | d. S3 | 0 | 0% |
| | e. Lainnya | 11 | 11% |
| 4. | Pendapatan | | |
| | a. Rp. 0 – Rp. 1.000.000 | 18 | 18% |
| | b. Rp. 1.000.001 – Rp. 5.000.000 | 68 | 68% |
| | c. > Rp. 5.000.000 | 14 | 14% |
| | | | |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 4.2 menjelaskan mengenai data responden secara keseluruhan bahwa 100 responden (100%) merupakan masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan *E-Money* Gopay. Berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa 80 responden (80%) adalah laki-laki dan 20 responden (20%) adalah wanita. Hal ini menggambarkan bahwa kondisi dimana responden yang terkumpul selama penelitian yang dilakukan oleh peneliti didominasi oleh laki-laki dibandingkan perempuan.

Berdasarkan umur responden menunjukkan bahwa jumlah responden yang berumur 18-30 tahun sebanyak 43 responden (43%), umur 31-40 tahun sebanyak 35 responden (35%), umur 41-50 tahun sebanyak 18 responden (18%), dan umur 51-70 tahun sebanyak 4 responden (4%). Hal ini menunjukkan bahwa data responden yang terkumpul selama penelitian adalah berumur 18-30 tahun dan 31-40 tahun.

Berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa jumlah responden yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 69 responden (69%), S1 sebanyak 19 responden (19%), S2 sebanyak 1 responden (1%), dan lainnya sebanyak 11 responden (11%). Hal ini menunjukkan bahwa data responden yang terkumpul sebanyak 100 didominasi oleh masyarakat dengan tingkat pendidikan SMA. Berdasarkan pendapatan responden didominasi dengan pendapatan rentang Rp. 1.000.001 – Rp. 5.000.000,- yaitu sebanyak 68 responden (68%), dan responden dengan pendapatan rentang Rp. 0 – Rp. 1.000.000 sebanyak 18 responden (18%), sisanya responden dengan rentang pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 14 responden (14%).

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2014). Peneliti menggunakan analisis deskriptif berupa *mean*, maksimum, minimum, dan frekuensi untuk mempermudah dalam memahami pengukuran indikator-indikator dalam setiap variabel yang diungkapkan dalam penelitian.

1. Deskripsi Variabel Minat Menggunakan *E-Money*

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel minat menggunakan *E-Money* yang tersaji dalam Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *E-Money* memiliki rata-rata sebesar 26,27 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sebanyak 99 atau 99% responden memiliki tingkat minat menggunakan *E-Money* yang sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa 99% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan Gopay memiliki tingkat minat menggunakan *E-Money* yang sangat tinggi. Berikut merupakan kategori variabel minat menggunakan *E-Money* disajikan dalam Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan *E-Money*

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|---------------|------------|
| 8,00-13,99 | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| 14,00-19,99 | Rendah | 1 | 1% |
| 20,00-25,99 | Tinggi | 42 | 42% |
| 26,00-32,00 | Sangat Tinggi | 57 | 57% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 26,27 | |
| Kategori | | Sangat Tinggi | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

2. Deskripsi Variabel Manfaat

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel manfaat yang tersaji dalam Tabel 4.4 menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki rata-rata sebesar 26,17 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sebanyak 99 atau 99% responden setuju bahwa *E-Money* Gopay memiliki manfaat yang tinggi. Hal ini berarti bahwa 99% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan Gopay setuju bahwa *E-Money* Gopay memiliki manfaat yang tinggi, sedangkan sisanya 1 atau 1% responden menilai bahwa *E-Money* Gopay memiliki manfaat

yang masih rendah. Berikut merupakan kategori variabel manfaat disajikan dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Manfaat

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|---------------|------------|
| 8,00-13,99 | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| 14,00-19,99 | Rendah | 1 | 1% |
| 20,00-25,99 | Tinggi | 41 | 41% |
| 26,00-32,00 | Sangat Tinggi | 58 | 58% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 26,17 | |
| Kategori | | Sangat Tinggi | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

3. Deskripsi Variabel Kemudahan

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel kemudahan yang tersaji dalam Tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki rata-rata sebesar 19,26 dan termasuk dalam kategori tinggi. Sebanyak 99 atau 99% responden setuju dengan *E-Money Gopay* memiliki kemudahan yang tinggi. Hal ini berarti bahwa 99% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan *Gopay* setuju bahwa *E-Money Gopay* memiliki kemudahan yang tinggi, sedangkan sisanya 1 atau 1% responden berpendapat bahwa *E-Money Gopay* memiliki kemudahan masih rendah. Berikut merupakan kategori variabel kemudahan disajikan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|-----------|------------|
| 6,00-10,49 | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| 10,50-14,99 | Rendah | 1 | 1% |
| 15,00-19,49 | Tinggi | 61 | 61% |
| 19,50-24,00 | Sangat Tinggi | 38 | 38% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 19,26 | |
| Kategori | | Tinggi | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

4. Deskripsi Variabel Risiko

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel risiko yang tersaji dalam Tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki rata-rata sebesar 14,09 dan termasuk dalam kategori rendah. Sebanyak 100 atau 100% responden berpendapat bahwa *E-Money* Gopay memiliki tingkat risiko yang rendah. Hal ini berarti bahwa 100% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan Gopay berpendapat bahwa *E-Money* Gopay memiliki tingkat risiko yang rendah. Berikut merupakan kategori variabel risiko disajikan dalam Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Risiko

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|-----------|------------|
| 8,00-13,99 | Sangat Rendah | 37 | 37% |
| 14,00-19,99 | Rendah | 63 | 63% |
| 20,00-25,99 | Tinggi | 0 | 0% |
| 26,00-32,00 | Sangat Tinggi | 0 | 0% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 14,09 | |
| Kategori | | Rendah | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

5. Deskripsi Variabel Akuntabilitas

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel akuntabilitas yang tersaji dalam Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas memiliki rata-rata sebesar 19,06 dan termasuk dalam kategori tinggi. Sebanyak 99 atau 99% responden memiliki persepsi bahwa akuntabilitas pada *E-Money* Gopay memiliki tingkat yang tinggi. Hal ini berarti bahwa 99% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan Gopay memiliki persepsi bahwa akuntabilitas pada *E-Money* Gopay yang tinggi, sedangkan sisanya 1 atau 1% responden memiliki persepsi bahwa *E-Money* Gopay memiliki akuntabilitas rendah. Berikut merupakan kategori variabel akuntabilitas disajikan dalam Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Akuntabilitas

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|-----------|------------|
| 6,00-10,49 | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| 10,50-14,99 | Rendah | 1 | 1% |
| 15,00-19,49 | Tinggi | 65 | 65% |
| 19,50-24,00 | Sangat Tinggi | 34 | 34% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 19,06 | |
| Kategori | | Tinggi | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

6. Deskripsi Variabel Transparansi

Berdasarkan jawaban responden, ringkasan deskripsi variabel transparansi yang tersaji dalam Tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel transparansi memiliki rata-rata sebesar 19,32 dan termasuk dalam kategori tinggi. Sebanyak 100 atau 100% responden memiliki persepsi bahwa transparansi pada *E-Money* Gopay adalah tinggi. Hal ini berarti bahwa 100% masyarakat muslim di Kota Semarang yang menggunakan *E-Money* Gopay memiliki persepsi bahwa transparansi pada *E-*

Money Gopay yang tinggi. Berikut merupakan kategori variabel transparansi disajikan dalam Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Transparansi

| Interval | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|---------------|-----------|------------|
| 6,00-10,49 | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| 10,50-14,99 | Rendah | 0 | 0% |
| 15,00-19,49 | Tinggi | 64 | 64% |
| 19,50-24,00 | Sangat Tinggi | 36 | 36% |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Rata-rata | | 19,32 | |
| Kategori | | Tinggi | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

5.2 Analisis Statistik Inferensial

Teknik pengolahan data menggunakan metode SEM (*structural equation modeling*) berbasis *partial least squares* (PLS) dengan alat analisis data *SmartPLS* 3.0. SEM berbasis PLS meliputi uji *outer model* atau *measurement model* yang menunjukkan bagaimana variabel manifest merepresentasi variabel laten untuk diukur. Uji *outer model* atau *measurement model* didalamnya terdapat uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua uji *inner model* atau model struktural yang menguji pengaruh variabel laten dengan variabel konstraknya.

5.3 Uji Outer Model

Uji *outer model* digunakan untuk mengetahui validitas dari masing-masing indikator dan menguji reliabilitas dari konstruk tersebut. Kriteria yang digunakan untuk menilai *outer model* adalah validitas *convergent*, validitas *discriminant*, dan reliabilitas.

4.3.1 Uji Validitas *Convergent*

Uji validitas *convergent* dari *outer model* digunakan untuk menguji validitas indikator dengan melihat masing-masing konstruk. Validitas *convergent* dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Uji validitas *convergent* indikator reflektif dengan program *SmartPLS 3.0* dapat dilihat dari *loading factor*, *average variance extracted (AVE)*, dan *communality*.

1. Loading Factor

Nilai *loading factor* menjadi kriteria dalam menilai validitas *convergent*. Jika dilihat dari *loading factor* maka ukuran model reflektif dikatakan bagus apabila nilai *loading factor* lebih dari 0,70. Konstruk dengan nilai *loading factor* kurang dari 0,70 harus dihapus agar dapat menghasilkan model yang baik. Nilai *loading factor* dapat dilihat dari tabel *outer loading* pada Tabel 4.10.

Tabel 4.9 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Value)

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T-Statistics ((O/STERR))</i> | <i>P-Value</i> |
|-----------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|----------------|
| MA1 <- MA | 0,752 | 0,748 | 0,059 | 12,832 | 0,000 |
| MA2 <- MA | 0,812 | 0,812 | 0,049 | 16,653 | 0,000 |
| MA3 <- MA | 0,787 | 0,786 | 0,054 | 14,660 | 0,000 |
| MA4 <- MA | 0,702 | 0,701 | 0,067 | 10,438 | 0,000 |
| MU1 <- MU | 0,815 | 0,810 | 0,050 | 16,330 | 0,000 |
| MU2 <- MU | 0,790 | 0,790 | 0,053 | 14,940 | 0,000 |
| MU3 <- MU | 0,786 | 0,775 | 0,071 | 11,138 | 0,000 |
| RI1 <- RI | 0,826 | 0,823 | 0,048 | 17,127 | 0,000 |
| RI2 <- RI | 0,705 | 0,696 | 0,094 | 7,494 | 0,000 |
| RI3 <- RI | 0,706 | 0,692 | 0,101 | 6,973 | 0,000 |
| RI4 <- RI | 0,786 | 0,778 | 0,068 | 11,615 | 0,000 |
| AK2 <- AK | 0,730 | 0,718 | 0,096 | 7,566 | 0,000 |

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T-Statistics ((O/STERR))</i> | <i>P-Value</i> |
|-----------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|----------------|
| AK3 <- AK | 0,892 | 0,879 | 0,062 | 14,491 | 0,000 |
| AK4<- AK | 0,914 | 0,915 | 0,030 | 30,159 | 0,000 |
| TR1 <- TR | 0,752 | 0,758 | 0,064 | 11,818 | 0,000 |
| TR2 <- TR | 0,701 | 0,683 | 0,087 | 8,032 | 0,000 |
| TR3 <- TR | 0,703 | 0,689 | 0,096 | 7,364 | 0,000 |
| TR5 <- TR | 0,737 | 0,723 | 0,087 | 8,489 | 0,000 |
| MI1 <- MI | 0,760 | 0,759 | 0,053 | 14,348 | 0,000 |
| MI2 <- MI | 0,822 | 0,821 | 0,035 | 23,270 | 0,000 |
| MI3 <- MI | 0,785 | 0,780 | 0,050 | 15,684 | 0,000 |
| MI4 <- MI | 0,799 | 0,793 | 0,047 | 17,118 | 0,000 |

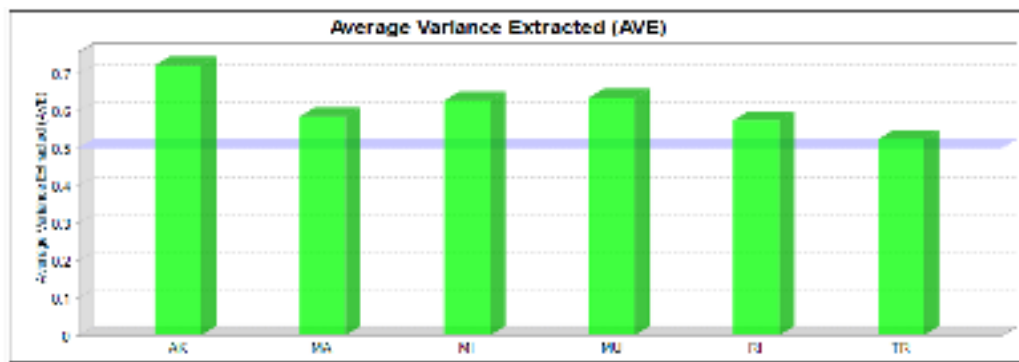
Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019* (keterangan variabel dan indikator dapat dilihat pada lampiran 9)

Berdasarkan Tabel 4.10 *outer loading* menunjukkan bahwa sebagian konstruk mempunyai nilai *loading factor* diatas 0,70 dan signifikan (*t-statistic* lebih besar daripada t-tabel). Manfaat, kemudahan dan risiko masing-masing mempunyai 5 konstruk yang memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,70 dan signifikan lebih dari 1,96 (*t-statistic* lebih besar daripada t-tabel). Untuk variabel akuntabilitas dan transparansi mempunyai 1 konstruk yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,70 sehingga kepatuhan terhadap prosedur (AK1) dan media aspirasi (TR4) dihapus.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE merupakan salah satu parameter untuk menilai validitas *convergent*. Variabel laten dikatakan valid jika nilai AVE harus lebih dari 0,5. Nilai AVE direkomendasikan harus lebih dari 0,5 mempunyai arti bahwa 50% atau lebih *variance* dari indikator dapat dijelaskan (Ghozali, 2014). Nilai AVE dapat dilihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4.1 *Average Variance Extracted (AVE)*



Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019*

Berdasarkan Gambar 4.1 *average variance extracted (AVE)* menunjukkan bahwa variabel laten endogen minat menggunakan *E-Money* Gopay memiliki nilai AVE 0,62 sehingga bisa dikatakan valid karena nilai AVE lebih dari 0,50. Variable laten eksogen yaitu manfaat (0,584), kemudahan (0,635), risiko (0,574), akuntabilitas (0,721), dan transparansi (0,523). Dilihat dari nilai AVE keseluruhan variabel laten maka dapat diketahui bahwa untuk semua variabel laten adalah valid karena memiliki nilai AVE diatas 0,50.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali, 2014). Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program *SmartPLS 3.0*, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* diatas 0,70. Berikut

hasil *output* nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan menggunakan *SmartPLS 3.0* dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.10 *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

| | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> |
|---|-------------------------|------------------------------|
| Manfaat | 0,762 | 0,849 |
| Kemudahan | 0,713 | 0,839 |
| Risiko | 0,753 | 0,843 |
| Akuntabilitas | 0,814 | 0,885 |
| Transparansi | 0,716 | 0,814 |
| Minat menggunakan <i>E-Money</i> Gopay | 0,802 | 0,870 |

Sumber: *Output SmartPLS 3.0*, 2019

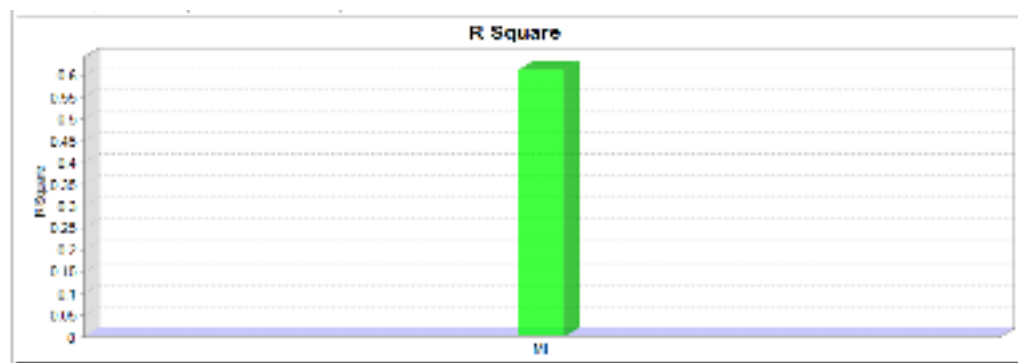
Dari hasil olah data Tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* seluruh konstruk diatas 0,70. Hal tersebut menunjukkan akuras, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk sangat tinggi, hal ini dapat diartikan bahwa konstruk atau variabel dalam penelitian ini sudah menjadi alat ukur yang *fit* dan semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk adalah reliabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

5.4 Uji *Inner Model* atau *Structural Model*

Pengujian *inner model* atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikan, dan *R-Square* dari model penelitian. Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geiser Q-Square* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikan dari koefisien parameter jalur structural. Dalam menilai model dengan PLS, dapat dimulai dengan melihat *R-Square* untuk variabel laten endogen

(dependen). Berikut adalah hasil pengujian *R-Square* menggunakan *SmartPLS 3.0* yang disajikan dalam Gambar 4.2.

Gambar 4.2 Diagram *R-Square*



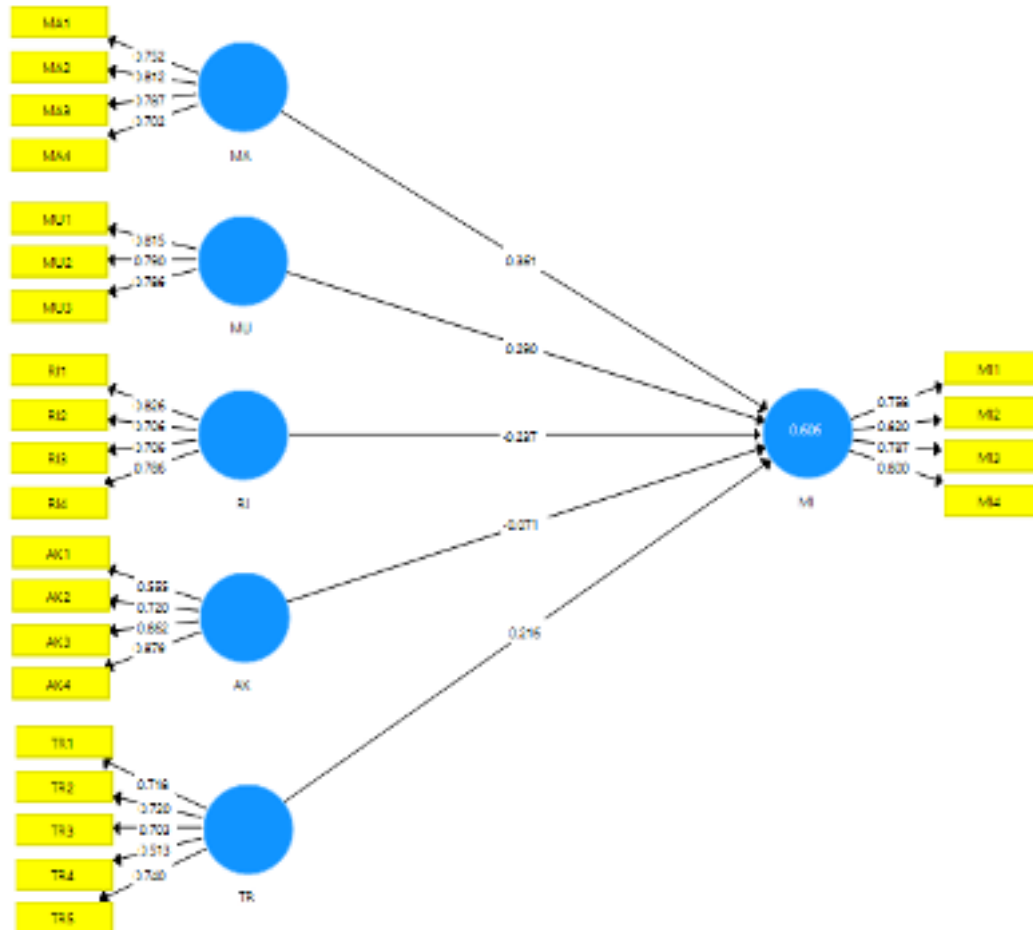
Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019*

Berdasarkan gambar diagram *R-Square* dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* variabel laten endogen (dependen) minat menggunakan *E-Money* Gopay adalah sebesar 0,612. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabilitas konstruk minat menggunakan *E-money* Gopay yang dapat dijelaskan oleh konstruk lainnya adalah sebesar 61% sementara 39% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa *R-Square* untuk variabel laten endogen adalah *moderate* karena memiliki nilai *R-Square* lebih dari 0,50.

5.5 Uji *Structural Equation Model* (SEM)

Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *variance* dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*. Gambar 4.2 merupakan hasil pengujian *Full Model SEM Algorithm*. Berdasarkan pengujian *Full Model SEM Algorithm* indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruk dengan indikator reflektif. Arah indikatornya yaitu dari konstruk ke indikator seperti gambar uji *Full Model Algorithm* berikut ini.

Gambar 4.3 Uji Full Model SEM PLS Algorithm



Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019*

5.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai *t-statistic*. Signifikan parameter yang diestimasi memberikan informasi mengenai hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian kemudian membandingkan nilai *t-statistic* dengan nilai t-tabel signifikansi 5% (nilai t-hitung > t-tabel 1,96). Tabel 4.12 berikut menyajikan hasil pengujian *path coefficient* dengan *SmartPLS 3.0*.

Tabel 4.11 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T-Statistics (O/STERR)</i> | <i>P-Value</i> |
|----------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|----------------|
| MA -> MI | 0,352 | 0,329 | 0,112 | 3,134 | 0,002 |
| MU -> MI | 0,294 | 0,285 | 0,109 | 2,687 | 0,007 |
| RI -> MI | -0,228 | -0,038 | 0,092 | 2,484 | 0,013 |
| AK -> MI | -0,069 | -0,052 | 0,076 | 0,912 | 0,362 |
| TR -> MI | 0,235 | 0,235 | 0,070 | 3,334 | 0,001 |

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019*

1. Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji *resampling bootstrapping* diperoleh nilai parameter koefisien untuk variabel manfaat terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* sebesar 0,352 dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,134. Hal tersebut menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* dikarenakan nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96. Selain itu, pengaruh dari variabel manfaat adalah positif karena nilai parameter koefisiennya bernilai positif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H1 diterima karena manfaat memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money Gopay*.

2. Uji Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan variabel kemudahan terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* sebesar 0,294 dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,687 atau lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,96 (signifikan pada 0,05). Hasil tersebut mengandung arti bahwa kemudahan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay*, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

3. Uji Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan variabel risiko terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay sebesar -0,228 dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,484 atau lebih besar dibandingkan *t*-tabel sebesar 1,96 (signifikan pada 0,05). Selain itu, pengaruh dari variabel risiko adalah negatif karena nilai parameter koefisiennya bernilai negatif. Hasil tersebut mengandung arti bahwa risiko mempunyai hubungan negatif namun berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

4. Uji Hipotesis 4

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan variabel akuntabilitas terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay sebesar -0,069 dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,912 atau lebih kecil dari 1,96 (signifikan pada 0,05). Hasil tersebut mengandung arti bahwa akuntabilitas mempunyai hubungan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay, maka dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak.

5. Uji Hipotesis 5

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hubungan variabel transparansi terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay sebesar 0,235 dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,334 atau lebih besar dibandingkan *t*-tabel sebesar 1,96 (signifikan pada 0,05). Hasil tersebut mengandung arti bahwa transparansi mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay, maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima.

Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Pernyataan | <i>Original Sample</i> | <i>T-Statistic</i> | <i>P-Value</i> | Hasil |
|-----------|---|------------------------|--------------------|----------------|--------------------|
| H1 | Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Money Gopay</i> | 0,352 | 3,134 | 0,002 | Hipotesis diterima |
| H2 | Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Money Gopay</i> | 0,294 | 2,687 | 0,007 | Hipotesis diterima |
| H3 | Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>E-Money Gopay</i> | -0,228 | 2,484 | 0,013 | Hipotesis diterima |
| H4 | Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Money Gopay</i> | -0,069 | 0,912 | 0,362 | Hipotesis ditolak |
| H5 | Transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Money Gopay</i> | 0,235 | 3,334 | 0,001 | Hipotesis diterima |

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2019*

5.7 Pembahasan

4.7.1 Manfaat Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-Money Gopay*

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* adalah diterima. Arah hubungan antara manfaat terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* adalah positif. Arah hubungan tersebut dapat

menunjukkan bahwa apabila persepsi masyarakat muslim di Kota Semarang mengenai *E-Money* Gopay dapat bermanfaat yang tinggi, maka mereka cenderung untuk berminat menggunakan *E-Money* Gopay.

Alasan diterimanya hipotesis pertama karena sesuai dengan teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa TPB memiliki faktor *Attitude toward the behavior*. Faktor *Attitude toward the behaviour* menjelaskan sikap individu mengadopsi sesuatu sistem yang dianggapnya positif maka hal tersebut akan dipilih untuk berperilaku dalam kehidupannya. Faktor tersebut dapat menjelaskan faktor perilaku pengguna yang menjelaskan mengenai persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi. Manfaat/kegunaan pada *E-Money* Gopay memberikan fasilitas pada saat bertransaksi pada pengguna, sehingga masyarakat/pengguna dapat menggunakan teknologi tersebut dengan cepat dan bermanfaat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat menggunakan *E-Money* Gopay berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money* Gopay karena memiliki manfaat yang tinggi. Persepsi manfaat memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini Gopay. Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa manfaat yang dimiliki oleh responden sebagian besar jawabannya berada di kategori sangat tinggi sebesar 58% dan kategori tinggi 41%, sedangkan kategori rendah hanya 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dapat dikatakan manfaat menggunakan *E-Money* Gopay oleh masyarakat muslim di Kota Semarang cenderung sangat tinggi.

Berdasarkan Lampiran 2 menunjukkan bahwa indikator variabel manfaat yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah R1 sebesar 6,7 dimana artinya masyarakat setuju pada pernyataan manfaat *E-Money* Gopay bersifat efektif, sedangkan pada Tabel 4.4 menunjukkan responden memiliki nilai rata-rata yang sangat tinggi terhadap manfaat. Hal tersebut dapat dijadikan indikasi bahwa mereka setuju dengan manfaat *E-Money*, sehingga memiliki kecenderungan bersikap minat menggunakan *E-money* Gopay yang sangat tinggi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmet Bulent Ozturk (2016). Manfaat/kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem pembayaran elektronik RFID (*Radio Frequency Identification*) pada industri rumah sakit.

4.7.2 Kemudahan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Gopay

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay adalah diterima. Arah hubungan antara kemudahan terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay adalah positif. Arah hubungan tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila masyarakat muslim berpersepsi bahwa *E-Money* Gopay memiliki kemudahan yang tinggi, maka mereka cenderung untuk menggunakan *E-Money* Gopay dikarenakan mereka menilai bahwa *E-Money* tersebut dapat memberi kemudahan dalam aktifitas.

Alasan diterimanya hipotesis pertama karena sesuai dengan teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa TPB memiliki faktor *Attitude*

toward the behavior. Faktor *Attitude toward the behaviour* menjelaskan sikap individu mengadopsi sesuatu sistem yang dianggapnya positif maka hal tersebut akan dipilih untuk berperilaku dalam kehidupannya. Faktor tersebut dapat menjelaskan faktor perilaku pengguna yang menjelaskan mengenai persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi. Kemudahan pada *E-Money* Gopay memberikan fasilitas pada saat bertransaksi pada pengguna, sehingga masyarakat/pengguna dapat menggunakan teknologi tersebut dengan mudah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan *E-Money* Gopay berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money* Gopay karena memiliki kemudahan yang tinggi. Persepsi kemudahan memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini Gopay. Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa kemudahan yang dimiliki oleh responden sebagian besar jawabannya berada di kategori sangat tinggi sebesar 38% dan kategori tinggi 61%, sedangkan kategori rendah hanya 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dapat dikatakan kemudahan menggunakan *E-Money* Gopay oleh masyarakat muslim di Kota Semarang cenderung sangat tinggi.

Berdasarkan Lampiran 3 menunjukkan bahwa indikator variable kemudahan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah MU2 sebesar 6,5 dimana artinya masyarakat setuju pada pernyataan kemudahan bersifat mudah dalam penggunaan teknologi *E-Money* Gopay, sedangkan pada Tabel 4.5 menunjukkan responden memiliki nilai rata-rata yang tinggi terhadap kemudahan. Hal tersebut dapat

dijadikan indikasi bahwa mereka setuju dengan kemudahan *E-Money*, sehingga memiliki kecenderungan bersikap minat menggunakan *E-money* Gopay yang sangat tinggi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusuma, 2017). kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *E-Money*, cenderung memilih untuk menggunakan *E-Money*.

4.7.3 Risiko Berpengaruh Negatif terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Gopay

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay adalah diterima. Arah hubungan antara risiko terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay adalah negatif. Arah hubungan tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila masyarakat muslim berpersepsi bahwa *E-Money* Gopay memiliki risiko yang rendah, maka mereka cenderung untuk menggunakan *E-Money* Gopay dikarenakan mereka menilai bahwa *E-Money* tersebut tidak memberikan risiko terhadap uang yang mereka gunakan untuk bertransaksi.

Alasan diterimanya hipotesis pertama karena sesuai dengan teori *Innovation Diffusion Theory* (IDT) berargumen bahwa individu yang berbeda mempunyai level yang berbeda-beda dalam keinginan mengadopsi produk atau layanan inovasi. Dia mengategorikan individu-individu (*adopters*) ini ke dalam 5 tingkatan berdasarkan orientasi nilai dan motif mereka dalam mengadopsi maupun menolak produk baru. Tingkatan tersebut dapat menjelaskan faktor perilaku pengguna yang menjelaskan

mengenai persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi baru. Risiko pada *E-Money* Gopay akan menentukan masyarakat untuk menggunakannya, sehingga masyarakat/pengguna dapat menyeleksi teknologi tersebut apakah akan berisiko dalam jangka pendek dan jangka panjang, sehingga *E-Money* Gopay didesain untuk mengurangi risiko yang terjadi.

Tabel 4.6 menunjukkan sebanyak 37 (37%) responden dari 100 menjawab pada kategori sangat rendah, sebanyak 63 (63%) responden menjawab pada kategori rendah, sehingga kecenderungan masyarakat beropini bahwa *E-Money* Gopay tidak memiliki risiko yang tinggi, sehingga mereka akan menggunakannya, sebaliknya jika *E-Money* Gopay memiliki risiko yang tinggi maka masyarakat tidak berminat menggunakannya.

Berdasarkan Lampiran 4 menunjukkan bahwa indikator variable risiko yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah RI1 dan RI3 sebesar 3,45 dimana artinya masyarakat tidak setuju pada pernyataan *E-Money* Gopay akan berisiko dan terdapat adanya ketidakpastian, sedangkan pada Tabel 4.6 menunjukkan responden memiliki nilai rata-rata yang rendah terhadap risiko. Hal tersebut dapat dijadikan indikasi bahwa mereka tidak setuju dengan risiko *E-Money* Gopay, sehingga mereka memiliki kecenderungan bersikap untuk menggunakan *E-money* Gopay.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmet Bulent Ozturk, 2016). Risiko berpengaruh negatif terhadap niat pasien menggunakan sistem *e-money* di rumah sakit, artinya sistem *e-money* disana memiliki tingkat risiko yang rendah. Masyarakat berpersepsi bahwa *E-money* yang mereka gunakan tidak akan berisiko dalam bertransaksi.

4.7.4 Akuntabilitas Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Gopay

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-money* Gopay adalah ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara akuntabilitas terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay. Akuntabilitas merupakan sistem pertanggung jawaban atas transaksi yang digunakan. Masyarakat akan menggunakan *E-Money* Gopay apabila akuntabilitas pada system pembayaran tersebut dapat berjalan dengan baik.

Tabel 4.7 menunjukkan sebanyak 34 (34%) responden dari 100 menjawab pada kategori sangat tinggi, sebanyak 65 (65%) responden menjawab pada kategori tinggi, dan sisanya 1 (1%) reponden menjawab pada kategori rendah, sehingga kecenderungan masyarakat beropini bahwa *E-Money* Gopay dinilai mempunyai akutabilitas yang baik, sebaliknya jika akuntabilitas rendah/buruk sebagai system transaksi maka minat menggunakan *E-Money* Gopay akan rendah.

Selain itu, adanya ketidak konsistenan dalam jawaban responden. Hal ini dapat dilihat dalam lampiran 5 terdapat beberapa hasil data yang tidak konsisten. Data tersebut menunjukkan responden nomor 32, akutabilitas memiliki kategori rendah dengan skor sebesar 13 (54%), sedangkan minat menggunakan *E-Money* Gopay memiliki skor sebesar 25 (78%) dengan kategori sangat tinggi.

4.7.5 Transparansi Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-Money Gopay*

Hasil *path coefficient* menunjukkan bahwa hipotesis kelima (H5) yang menyatakan transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* adalah diterima. Arah hubungan antara transparansi terhadap minat menggunakan *E-Money Gopay* adalah positif. Arah hubungan tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila transparansi pada *E-Money Gopay* yang tinggi terkait transaksi, maka mereka cenderung untuk berminat menggunakan *E-money Gopay*.

Alasan diterimanya hipotesis kelima karena sesuai dengan teori *Atribution Theory* (Teori Atribusi) yang menyatakan bahwa teori atribusi menyatakan bahwa ketika individu-individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal. Faktor tersebut berasal dari eksternal pengguna *E-Money Gopay*. Adanya transparansi pada transaksi *E-Money Gopay* akan meningkatkan minat pengguna untuk melakukan transaksi melalui *E-Money*, sehingga masyarakat/pengguna dapat menggunakan teknologi tersebut dengan aman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi menggunakan *E-Money Gopay* berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money Gopay* karena memiliki transparansi yang tinggi. Transparansi dalam bertransaksi memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini *Gopay*. Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa transparansi yang dimiliki oleh

responden sebagian besar jawabannya berada di kategori sangat tinggi sebesar 36% dan kategori tinggi 64%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dapat dikatakan transparansi pada *E-Money* Gopay oleh masyarakat muslim di Kota Semarang cenderung sangat tinggi.

Berdasarkan Lampiran 3 menunjukkan bahwa indikator variable transparansi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah TR5 sebesar 6,63 dimana artinya masyarakat setuju pada pernyataan transparansi *E-Money* Gopay bahwa adanya system pemberian informasi kepada public terkait transaksi, sedangkan pada Tabel 4.8 menunjukkan responden memiliki nilai rata-rata yang tinggi terhadap transparansi. Hal tersebut dapat dijadikan indikasi bahwa mereka setuju dengan transparansi *E-Money*, sehingga memiliki kecenderungan sikap berminat menggunakan *E-money* Gopay yang sangat tinggi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *E-Money* Gopay. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat muslim di Kota Semarang, khususnya pengguna Gopay. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel insidental. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah manfaat, kemudahan, risiko, akuntabilitas, dan transparansi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan serta analisis yang dilakukan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat menggunakan *E-Money* Gopay berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money* Gopay karena memiliki manfaat yang tinggi. Persepsi manfaat memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini Gopay.
2. Variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan *E-Money* Gopay berada pada kategori tinggi. Hal

tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money* Gopay karena memiliki kemudahan yang tinggi. Persepsi kemudahan memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini Gopay.

3. Variabel risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay diterima. sebanyak 37 (37%) responden dari 100 menjawab pada kategori sangat rendah, sebanyak 63 (63%) responden menjawab pada kategori rendah, sehingga kecenderungan masyarakat beropini bahwa *E-Money* Gopay tidak memiliki risiko yang tinggi, sehingga mereka akan menggunakannya, sebaliknya jika *E-Money* Gopay memiliki risiko yang tinggi maka masyarakat tidak berminat menggunakannya.
4. Variabel akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay ditolak. Adanya ketidak konsistenan dalam jawaban responden. Hal ini dapat dilihat dalam lampiran 5 terdapat beberapa hasil data yang tidak konsisten. Data tersebut menunjukkan responden nomor 32, akuntabilitas memiliki kategori rendah dengan skor sebesar 13 (54%), sedangkan minat menggunakan *E-Money* Gopay memiliki skor sebesar 25 (78%) dengan kategori sangat tinggi.
5. Variabel transparansi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money* Gopay diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tranparansi menggunakan *E-Money* Gopay berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menggunakan *E-Money* Gopay karena memiliki tranparansi yang tinggi.

Tranparansi dalam bertransaksi memberikan dorongan untuk berperilaku cenderung menggunakan *E-Money* dalam hal ini Gopay.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti diberikan berdasarkan penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan penerbit Gopay diharapkan meningkatkan akuntabilitas pada sistem, karena menurut hasil distribusi frekuensi variabel akuntabilitas memiliki presentasi paling rendah dibanding variabel lain, hal ini berarti berarti akuntabilitas pada sistem Gopay masih belum cukup baik menurut masyarakat. Akuntabilitas yang baik pada sistem diharapkan masyarakat akan beralih ke uang elektronik
2. Perusahaan penerbit Gopay diharapkan juga meningkatkan kemudahan dan meminimalisir risiko pada fitur-fitur layanan lain, seperti GoFood, GoSend, dll.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sample lebih luas pada pengguna layanan Gopay, seperti GoFood, GoShop, GoMed, GoMassage, GoClean, GoPulsa, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Y. S., Ogunbado, A. F., & Saidi, M. A. (2018). Bitcoin and its Legality from Shariah Point of View. *SEISENSE Journal of Management*, 1(4), 13–21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1400535>
- Afifah, A. (2017). *Pengaruh Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu Terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia (Periode 2009-2016)*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I. (2002). Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior. *Research Policy*, 2011 (June), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.07.006>
- Alenezi, H., Tarhini, A., Kumar, S., & Sharma, S. K. (2016). *Transformasi Pemerintah : Orang , Proses dan Kebijakan*.
- Apriyanto, T. (2017). *Uang Dalam Pandangan Islam*. 1(1), 1188–1197. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2010.02280.x>
- Arvidsson, N. (2014). Consumer attitudes on mobile payment services - results from a proof of concept test. *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), 150–170. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2013-0048>
- Arvidsson, N. (2014). Consumer Attitudes on Mobile Payment Services - Results From A Proof of Concept Test. *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), 150–170. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2013-0048>
- Astututy, T. D. (2018). *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 15(2), 2017–2019. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Bayinah, A. N., & Bahri, E. S. (2018). *Original Research Article Pengaruh Akuntabilitas Publik dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur pada Yayasan PPPA Daarul Qur'an Nusantara*. 2(April), 54–74. <https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1496>
- Chairiri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chanchai Phonthanukitithaworn Carmine Sellitto Michelle W.L. Fong. (2016). *Asia-Pacific Journal of Business* (Vol. 5). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>
- Collins, S. E., Witkiewitz, K., & Larimer, M. E. (2011). The theory of planned behavior as a predictor of growth in risky college drinking. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 72(2), 322–332. <https://doi.org/10.15288/jsad.2011.72.322>
- Coombs, W. T., Holladay, S. J., Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2013). *The pseudo-panopticon : the illusion created by CSR-related transparency and the internet*. <https://doi.org/10.1108/13563281311319490>
- Csaki, C., O'Brien, L., Giller, K., McCarthy, J. B., Tan, K.-T., & Adam, F. (2013). The Use of E-Payment in The Distribution of Social Welfare in Ireland. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 7(1).
- Davis, F. D. (1989). Preparation of Rutile TiO₂ Films by RF Magnetron Sputtering Related content Role of He Gas Mixture on the Growth of Anatase and Rutile TiO₂ Films in RF Magnetron Sputtering Kunio Okimura and Akira Shibata

- Deposition of High-Quality TiO₂ Films by RF M. *Japanese Journal of Applied Physics Kunio Okimura et Al Jpn. J. Appl. Phys*, 34(September). <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, N, 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dillon, A. (2006). Human Acceptance of Information Technology. *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors, Second Edition - 3 Volume Set*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1201/9780849375477.ch230>
- Djamaluddin, S., Hidayanto, A. N., & Wardhani, S. (2016). Perception of beneficiaries towards adoption of e-money in the distribution of social assistance in Indonesia. *Economic Journal of Emerging Markets*, 8(1), 13–24. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol8.iss1.art2>
- Djamaluddin, S., Hidayanto, A. N., & Wardhani, S. (2016). Perception of Beneficiaries Towards Adoption of E-Money in The Distribution of Social Assistance in Indonesia. *Economic Journal of Emerging Markets*, 8(1), 13–24. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol8.iss1.art2>
- Efendi, M. K. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Penggunssn Pembayaran Non Tunai*.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Ferrell, O. C., & Gresham, L. G. (2014). *Framework for Contingency Ethical Decision Understanding Making in Marketing*. 49(3), 87–96.
- Fong, C. P. C. S. M. W. L. (2016). *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>
- Freeman, R. E. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management Darden Graduate School of Business Administration University of Virginia Working Paper No . 01-02 A Stakeholder Approach to Strategic Management*. (January). <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Goczek, L., & Witkowski, B. (2015). Determinants of Non-Cash Payments. *Economic Institute*, (196).
- Hasan, M. R. (2018). Regulasi Penggunaan Uang Digital Dagcoin Dalam Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif. *El-Buhuth*, 1(1), 1–24.
- Henriques, I., & Sadorsky, P. (1999). *The Relationship Between Environmental Commitment And Managerial Perceptions of Stakeholder Importance*. 42(1), 87–99.
- Hidayat, A. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Bank Indonesia*, 48.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Yuwana, D. I. (2006). Operasional E-Money. *Bank Indonesia*, 1–5.
- Hu, Y., Jackson, K., Yates, A., White, D., Phillips, P. J., & O’Toole, A. J. (2017). Person recognition: Qualitative differences in how forensic face examiners and untrained people rely on the face versus the body for identification. *Visual*

- Cognition*, 25(4–6), 492–506.
<https://doi.org/10.1080/13506285.2017.1297339>
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hussain, M. (2018). *adopsi M-pembayaran untuk bawah segmen piramida : sebuah investigasi empiris*.
- Hussain, M., Mollik, A. T., Johns, R., & Rahman, M. S. (2019). M-payment adoption for bottom of pyramid segment: an empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 362–381.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0013>
- Hussain, M., Mollik, A. T., Johns, R., & Rahman, M. S. (2018). M-payment Adoption For bottom of Pyramid Segment: An Empirical Investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 362–381.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0013>
- Ii, B. A. B., & Teori, K. (2012). *Bab II Kerangka Teori 2.1 Kualitas Pelayanan* (. 13–42).
- Indonesia, G. (2017). Apa Itu Gopay: Bayar Apa Aja Lebih Mudah Pakai Go-Pay! Retrieved from Gojek website: <https://www.go-jek.com/blog/bayar-lebih-mudah-pakai-go-pay/>
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi dan Komunikasi* (N. F. Atif, Ed.). Bandung: Refika Aditama.
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). *The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession*. 11(1), 59–69.
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). *The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession*. 11(1), 59–69.
- Kaihatu, T. S., Pengajar, S., Ekonomi, F., Kristen, U., & Surabaya, P. (2006). Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8, 1–9.
- Katadata, T. P. (2019). Go-Pay, Jawara Uang Elektronik.
- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. T. (2003). The Technology Acceptance Model : Past , Present , and Future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01250>
- Lok, C. K. (2015). Adoption of Smart Cardbased E-Payment System For Retailing in Hong Kong Using An Extended Technology Acceptance Model. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, 23B, 255–466.
<https://doi.org/10.1108/S1069-09642015000023B003>
- Mahmudi. (2013). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Maixe-altes, J. C., & Mourelle, E. (2016). Cash and non-cash payments in a long run perspective, Spain 1989-2014. *MPRA (Munich Personal RePEc Archive)*, (72590).
- Mangoting, Y., Charysta, V., Martina, D., & Fransiska, S. (2019). *Transparency as Anticipation of Tax Avoidance Behavior through Corporate Social Responsibility*. 11(1), 15–25.

- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2016). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e-money (studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang)*. 1–17.
- Mardiasmo. (2002). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: ANDI.
- Maulinda, D. G. (2015). *Analisis Trust dalam Penggunaan E-Money sebagai Teknologi Konsumsi : Studi Mengenai Pengguna E-Money Kelas Menengah-Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia*. 1–79.
- Mintarsih. (2013). Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Wawasan Hukum*, 29(2).
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–223.
- Muamar, A., & Alfarisi, A. S. (2017). Electronic Money (E-Money) dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal of Islamic Economic Lariba*, 3(2), 75–84.
- Nadlifah, M. U. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Syariah*.
- Nasim, A., & Romdhon, M. R. S. (2014). *Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki*. 2(3), 550–561.
- Nasim, A., & Syahri Romdhon, M. R. (2014). Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 550. <https://doi.org/10.17509/jrak.v2i3.6603>
- Nirmala, T., & Widodo, T. (2011). Effect of Increasing Use the Card Payment Equipment on the Indonesian Economy. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 18(1), 36–45.
- Nofianda, V. I. (2015). *Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Money Multiplier di Indonesia*.
- Nurhisam, L. (2017). Bitcoin: Islamic Law Perspective. *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 5(2). <https://doi.org/10.21043/qijis.v5i2.2413>
- OJK. (2018). *Fintech Report 2018 - Daily Social*. Jakarta.
- Ozturk, A. B. (2016). Customer Acceptance of Cashless Payment Systems in The Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(2), 327–345. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2014-0510>
- Pangestu, I., & Jayanto, P. Y. (2017). *Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City*. 6(1), 94–103.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1)(1), 75–82.

- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pramono, B., Yanuarti, T., Purusitawati, P. D., & Emmy, Y. T. (2006). *Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter*. Jakarta.
- Putri, A. R. (2019). GO-PAY Jadi Uang Elektronik Paling Banyak Dipakai di Indonesia.
- Qi, M., Valverde, S. C., & Fernández, F. R. (2016). The diffusion Pattern of Non-Cash Payments: Evidence From China. *International Journal of Technology Management*, 70(1), 44. <https://doi.org/10.1504/ijtm.2016.074652>
- Radiansyah, M. (2016). *Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan*.
- Rahardjo, B. (2017). *Keamanan informasi*. Bandung: PT Insan Infonesia.
- Ramadan, R., & Aita, J. (2018). A Model of Mobile Payment Usage Among Arab Consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1213–1234. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0080>
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. Retrieved from <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Risiko, D. A. N. P. (n.d.). *Abstract : ACCEPTANCE E-COMMERCE SYSTEM : EFFECT TRUST , PERCEIVED RISK AND PERCEIVED BENEFIT . This study*. 1–19.
- Robbins, S. P., & Judge. (2008). *Perilaku Organisasi* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovation, Fifth Edition*. (1995), 0–2.
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh tingkat pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di baitul mal kota banda aceh. 3(1), 54–66.
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh tingkat pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di baitul mal kota banda aceh. *Jimeka*, 3(1), 54–66.
- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2013). Penerimaan Sistem e-Commerce : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Risiko. *JIMFEB*, 1–19.
- Sastriyani, D. T. (2017). *Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Infrastruktur Terhadap Minat Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Uang Elektronik (E-Money)*.
- Schierz, G. P., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Electronic Commerce Research and Applications Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>

- Segara, T. (2014). Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai.
- Segara, T. (2014). Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Non Tunai. Retrieved from Bank Indonesia website: https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx
- Semarang, B. P. S. K. (2019). *Kota Semarang dalam Angka 2019 (Semarang Municipality in Figures)*. Semarang: BPS Kota Semarang/BPS-Statistics of Semarang Municipality.
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2018). Mobile Payments In India: The Privacy Factor. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 192–209. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0099>
- Sivathanu, B. (2018). Adoption of Digital payment Systems in The Era of Demonetization in India: An Empirical Study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Smith, I. G. (2006). *Article information :*
- Solikin, & Suseno. (2002). *Uang (Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian)*. <https://doi.org/10.1038/cddis.2011.1>
- Subari, S. M. T., & Ascarya. (2003). *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. (8).
- Sudarsono. (1995). *Kenakalan Remaja*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Takiddin. (2015). Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar'i*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v1i2.1539>
- Teare, R. (1990). *International Journal of Contemporary Hospitality Management. Marketing Intelligence & Planning*, 8(5), 12–14. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000001079>
- Tehranchian, A. M., Samimi, A. J., & Yazdandoust, A. (2012). The Impact of Modern Technology on Demand for Money in Iran. *International Journal of Business and Development Studies*, 16(32), 39–60.
- Teoh, W. M.-Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors Affecting Consumers' Perception of Electronic Payment: An Empirical Analysis. *The International Journal of Logistics Management*, 20(1), 97–123. <https://doi.org/10.1108/09574090910954864>
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Balance*, XIV(2).
- Venkatesh, V. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending The Unified Theory. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, Fred D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View*. 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (Gender Age Experience). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/6256/0e2001480fd1f22558ce4d34ac93776a>

- f3e6.pdf%0Ahttps://pdfs.semanticscholar.org/6256/0e2001480fd1f22558ce4d34ac93776af3e6.pdf?_ga=2.124539978.1994179764.1540339706-2125081534.1540339706
- Vhistika, N. I. (2017). *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)*.
- Vorlicek M. (1971). Fundamentals of the statistical theory of strength. *Acta Technica CSAV (Ceskoslovensk Akademie Ved)*, 16(2), 239–268.
- Waas, R. (2012). *Pencegahan dan Penanganan Kejahatan pada Layanan Perbankan Elektronik*. Jakarta.
- Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2017). Consumer acceptance of mobile payment across time Antecedents and moderating role of diffusion stages. *Industrial Management and Data Systems*, 117(8), 1761–1776. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0312>
- Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2017). Consumer Acceptance of Mobile Payment Across Time: Antecedents And Moderating Role of Diffusion Stages. *Industrial Management & Data Systems*, 117(8), 1761–1776. <https://doi.org/10.1108/imds-08-2016-0312>
- YouGov. (2019). Penggunaan Gopay Tertinggi Kalahkan Pembayaran Elektronik Lainnya. Diambil 25 Juli 2019, dari Kontan.co.id website: <https://keuangan.kontan.co.id/news/riset-yougov-penggunaan-gopay-tertinggi-kalahkan-pembayaran-elektronik-lainnya>
- Yudhistira, A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Dan Aksesibilitas Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2). Retrieved from <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1331>
- Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat). *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 205–218. <https://doi.org/10.32678/ije.v7i2.41>
- Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). *Pengaruh Kepuasan Muzakki, transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki*. 7(2), 205–218.
- Zahid, N., Mujtaba, A., & Riaz, A. (2010). Consumer acceptance of online banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, (27), 44–52.
- Zahid, N., Mujtaba, A., & Riaz, A. (2010). *Consumer Acceptance of Online Banking*. (December 2010).
- Zhao, H., Anong, S. T., & Zhang, L. (2019). Understanding The Impact of Financial Incentives on NFC Mobile Payment Adoption: An Experimental Analysis. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0229>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Jawaban Responden Variabel Manfaat

| No | Kode Resp | Manfaat | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|---------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | MA1 | MA2 | MA3 | MA4 | | |
| 1 | R-1 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 2 | R-2 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 3 | R-3 | 6 | 7 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 4 | R-4 | 7 | 7 | 6 | 8 | 28 | Sangat Tinggi |
| 5 | R-5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 6 | R-6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 7 | R-7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 8 | R-8 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 9 | R-9 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 10 | R-10 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 11 | R-11 | 4 | 6 | 6 | 6 | 22 | Tinggi |
| 12 | R-12 | 7 | 6 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 13 | R-13 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 14 | R-14 | 4 | 4 | 6 | 6 | 20 | Tinggi |
| 15 | R-15 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 16 | R-16 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 17 | R-17 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 18 | R-18 | 8 | 6 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 19 | R-19 | 8 | 6 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 20 | R-20 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 21 | R-21 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 22 | R-22 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 23 | R-23 | 8 | 6 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 24 | R-24 | 6 | 6 | 5 | 6 | 23 | Tinggi |
| 25 | R-25 | 8 | 7 | 6 | 6 | 27 | Sangat Tinggi |
| 26 | R-26 | 7 | 6 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 27 | R-27 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 28 | R-28 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 29 | R-29 | 5 | 5 | 5 | 6 | 21 | Tinggi |
| 30 | R-30 | 7 | 7 | 7 | 6 | 27 | Sangat Tinggi |
| 31 | R-31 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 32 | R-32 | 6 | 8 | 4 | 6 | 24 | Tinggi |
| 33 | R-33 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 34 | R-34 | 7 | 6 | 6 | 8 | 27 | Sangat Tinggi |
| 35 | R-35 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 36 | R-36 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 37 | R-37 | 8 | 7 | 8 | 6 | 29 | Sangat Tinggi |
| 38 | R-38 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |

| No | Kode Resp | Manfaat | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|---------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | MA1 | MA2 | MA3 | MA4 | | |
| 39 | R-39 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 40 | R-40 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 41 | R-41 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 42 | R-42 | 6 | 6 | 8 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 43 | R-43 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 44 | R-44 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 45 | R-45 | 7 | 8 | 7 | 8 | 30 | Sangat Tinggi |
| 46 | R-46 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 47 | R-47 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 48 | R-48 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 49 | R-49 | 8 | 8 | 6 | 7 | 29 | Sangat Tinggi |
| 50 | R-50 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 51 | R-51 | 7 | 6 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 52 | R-52 | 8 | 8 | 8 | 6 | 30 | Sangat Tinggi |
| 53 | R-53 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 54 | R-54 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 55 | R-55 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 56 | R-56 | 8 | 8 | 8 | 7 | 31 | Sangat Tinggi |
| 57 | R-57 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 58 | R-58 | 7 | 8 | 7 | 8 | 30 | Sangat Tinggi |
| 59 | R-59 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 60 | R-60 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 61 | R-61 | 8 | 7 | 7 | 8 | 30 | Sangat Tinggi |
| 62 | R-62 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 63 | R-63 | 7 | 7 | 7 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 64 | R-64 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 65 | R-65 | 7 | 7 | 7 | 6 | 27 | Sangat Tinggi |
| 66 | R-66 | 7 | 8 | 7 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 67 | R-67 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 68 | R-68 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 69 | R-69 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 70 | R-70 | 7 | 6 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 71 | R-71 | 7 | 6 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 72 | R-72 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 73 | R-73 | 7 | 7 | 6 | 8 | 28 | Sangat Tinggi |
| 74 | R-74 | 6 | 6 | 6 | 4 | 22 | Tinggi |
| 75 | R-75 | 7 | 7 | 6 | 8 | 28 | Sangat Tinggi |
| 76 | R-76 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 77 | R-77 | 7 | 7 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Manfaat | | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|---------------|------|------|------|--------|---------------|
| | | MA1 | MA2 | MA3 | MA4 | | |
| 78 | R-78 | 8 | 5 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 79 | R-79 | 5 | 5 | 4 | 6 | 20 | Tinggi |
| 80 | R-80 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | Rendah |
| 81 | R-81 | 7 | 7 | 6 | 8 | 28 | Sangat Tinggi |
| 82 | R-82 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 83 | R-83 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 84 | R-84 | 8 | 6 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 85 | R-85 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 86 | R-86 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 87 | R-87 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 88 | R-88 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 89 | R-89 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 90 | R-90 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 91 | R-91 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 92 | R-92 | 7 | 8 | 7 | 7 | 29 | Sangat Tinggi |
| 93 | R-93 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 94 | R-94 | 6 | 7 | 6 | 8 | 27 | Sangat Tinggi |
| 95 | R-95 | 7 | 8 | 8 | 7 | 30 | Sangat Tinggi |
| 96 | R-96 | 8 | 8 | 6 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 97 | R-97 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 98 | R-98 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 99 | R-99 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 100 | R-100 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| Rata-rata Indikator | | 6,7 | 6,64 | 6,28 | 6,55 | 26,17 | Sangat Tinggi |
| Skor Empiris | | 2617 | | | | | |
| Skor Ideal | | 3200 | | | | | |
| Presentase Skor | | 82% | | | | | |
| Kategori | | Sangat Tinggi | | | | | |

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden Variabel Kemudahan

| No | Kode Resp | Kemudahan | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|-----------|-----|-----|--------|---------------|
| | | MU1 | MU2 | MU3 | | |
| 1 | R-1 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 2 | R-2 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 3 | R-3 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 4 | R-4 | 6 | 8 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 5 | R-5 | 5 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 6 | R-6 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 7 | R-7 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 8 | R-8 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 9 | R-9 | 8 | 6 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 10 | R-10 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 11 | R-11 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 12 | R-12 | 6 | 8 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 13 | R-13 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 14 | R-14 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 15 | R-15 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 16 | R-16 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 17 | R-17 | 7 | 5 | 7 | 19 | Tinggi |
| 18 | R-18 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 19 | R-19 | 6 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 20 | R-20 | 8 | 8 | 6 | 22 | Sangat Tinggi |
| 21 | R-21 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 22 | R-22 | 6 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 23 | R-23 | 5 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 24 | R-24 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 25 | R-25 | 8 | 8 | 6 | 22 | Sangat Tinggi |
| 26 | R-26 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 27 | R-27 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 28 | R-28 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 29 | R-29 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 30 | R-30 | 6 | 8 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 31 | R-31 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 32 | R-32 | 6 | 6 | 5 | 17 | Tinggi |
| 33 | R-33 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 34 | R-34 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 35 | R-35 | 8 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 36 | R-36 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 37 | R-37 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |

| No | Kode Resp | Kemudahan | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|-----------|-----|-----|--------|---------------|
| | | MU1 | MU2 | MU3 | | |
| 38 | R-38 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 39 | R-39 | 6 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 40 | R-40 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 41 | R-41 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 42 | R-42 | 6 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 43 | R-43 | 7 | 7 | 8 | 22 | Sangat Tinggi |
| 44 | R-44 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 45 | R-45 | 6 | 8 | 8 | 22 | Sangat Tinggi |
| 46 | R-46 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 47 | R-47 | 6 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 48 | R-48 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 49 | R-49 | 8 | 7 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 50 | R-50 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 51 | R-51 | 7 | 6 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 52 | R-52 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 53 | R-53 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 54 | R-54 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 55 | R-55 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 56 | R-56 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 57 | R-57 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 58 | R-58 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 59 | R-59 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 60 | R-60 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 61 | R-61 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 62 | R-62 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 63 | R-63 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 64 | R-64 | 6 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 65 | R-65 | 8 | 7 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 66 | R-66 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 67 | R-67 | 6 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 68 | R-68 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 69 | R-69 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 70 | R-70 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 71 | R-71 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 72 | R-72 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 73 | R-73 | 8 | 7 | 6 | 21 | Sangat Tinggi |
| 74 | R-74 | 6 | 8 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 75 | R-75 | 6 | 6 | 8 | 20 | Sangat Tinggi |
| 76 | R-76 | 7 | 8 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Kemudahan | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|-----------|-----|------|--------|---------------|
| | | MU1 | MU2 | MU3 | | |
| 77 | R-77 | 8 | 7 | 6 | 21 | Sangat Tinggi |
| 78 | R-78 | 6 | 6 | 5 | 17 | Tinggi |
| 79 | R-79 | 6 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 80 | R-80 | 4 | 5 | 4 | 13 | Rendah |
| 81 | R-81 | 6 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 82 | R-82 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 83 | R-83 | 5 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 84 | R-84 | 7 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 85 | R-85 | 7 | 6 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 86 | R-86 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 87 | R-87 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 88 | R-88 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 89 | R-89 | 6 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 90 | R-90 | 7 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 91 | R-91 | 8 | 6 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 92 | R-92 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 93 | R-93 | 5 | 6 | 5 | 16 | Tinggi |
| 94 | R-94 | 5 | 7 | 7 | 19 | Tinggi |
| 95 | R-95 | 7 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 96 | R-96 | 8 | 8 | 7 | 23 | Sangat Tinggi |
| 97 | R-97 | 8 | 7 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 98 | R-98 | 7 | 8 | 7 | 22 | Sangat Tinggi |
| 99 | R-99 | 8 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 100 | R-100 | 6 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| Rata-rata Indikator | | 6,41 | 6,5 | 6,35 | 19,26 | Tinggi |
| Skor Empiris | | 1926 | | | | |
| Skor Ideal | | 2400 | | | | |
| Presentase Skor | | 80% | | | | |
| Kategori | | Tinggi | | | | |

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Risiko

| No | Kode Resp | Risiko | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|--------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | RI1 | RI2 | RI3 | RI4 | | |
| 1 | R-1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | Rendah |
| 2 | R-2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 3 | R-3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 4 | R-4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 5 | R-5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 6 | R-6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 7 | R-7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 8 | R-8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 9 | R-9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 10 | R-10 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | Rendah |
| 11 | R-11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 12 | R-12 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | Sangat Rendah |
| 13 | R-13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 14 | R-14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | Rendah |
| 15 | R-15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | Rendah |
| 16 | R-16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | Rendah |
| 17 | R-17 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 18 | R-18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 19 | R-19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | Rendah |
| 20 | R-20 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | Sangat Rendah |
| 21 | R-21 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | Rendah |
| 22 | R-22 | 2 | 3 | 3 | 2 | 10 | Sangat Rendah |
| 23 | R-23 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | Rendah |
| 24 | R-24 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 25 | R-25 | 4 | 5 | 3 | 5 | 17 | Rendah |
| 26 | R-26 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | Rendah |
| 27 | R-27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 28 | R-28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | Rendah |
| 29 | R-29 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 30 | R-30 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 31 | R-31 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | Rendah |
| 32 | R-32 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | Rendah |
| 33 | R-33 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 34 | R-34 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | Sangat Rendah |
| 35 | R-35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 36 | R-36 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | Rendah |
| 37 | R-37 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | Sangat Rendah |

| No | Kode Resp | Risiko | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|--------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | RI1 | RI2 | RI3 | RI4 | | |
| 38 | R-38 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 39 | R-39 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | Rendah |
| 40 | R-40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 41 | R-41 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | Rendah |
| 42 | R-42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 43 | R-43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 44 | R-44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 45 | R-45 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 | Sangat Rendah |
| 46 | R-46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 47 | R-47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 48 | R-48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 49 | R-49 | 2 | 4 | 2 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 50 | R-50 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 51 | R-51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 52 | R-52 | 3 | 4 | 3 | 2 | 12 | Sangat Rendah |
| 53 | R-53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 54 | R-54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 55 | R-55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 56 | R-56 | 3 | 2 | 3 | 4 | 12 | Sangat Rendah |
| 57 | R-57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 58 | R-58 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 59 | R-59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 60 | R-60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 61 | R-61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | Rendah |
| 62 | R-62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 63 | R-63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 64 | R-64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 65 | R-65 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | Sangat Rendah |
| 66 | R-66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | Sangat Rendah |
| 67 | R-67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 68 | R-68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 69 | R-69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 70 | R-70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 71 | R-71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | Sangat Rendah |
| 72 | R-72 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | Rendah |
| 73 | R-73 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 74 | R-74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 75 | R-75 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | Rendah |
| 76 | R-76 | 2 | 4 | 4 | 3 | 13 | Sangat Rendah |

| No | Kode Resp | Risiko | | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|--------|------|------|------|--------|---------------|
| | | RI1 | RI2 | RI3 | RI4 | | |
| 77 | R-77 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | Rendah |
| 78 | R-78 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 79 | R-79 | 3 | 2 | 4 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 80 | R-80 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | Sangat Rendah |
| 81 | R-81 | 4 | 5 | 2 | 4 | 15 | Rendah |
| 82 | R-82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 83 | R-83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 84 | R-84 | 3 | 4 | 2 | 4 | 13 | Sangat Rendah |
| 85 | R-85 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 86 | R-86 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | Sangat Rendah |
| 87 | R-87 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | Sangat Rendah |
| 88 | R-88 | 4 | 4 | 2 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 89 | R-89 | 4 | 4 | 2 | 3 | 13 | Sangat Rendah |
| 90 | R-90 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | Rendah |
| 91 | R-91 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | Sangat Rendah |
| 92 | R-92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 93 | R-93 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 | Rendah |
| 94 | R-94 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | Rendah |
| 95 | R-95 | 3 | 4 | 3 | 2 | 12 | Sangat Rendah |
| 96 | R-96 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | Rendah |
| 97 | R-97 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | Rendah |
| 98 | R-98 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | Sangat Rendah |
| 99 | R-99 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | Sangat Rendah |
| 100 | R-100 | 2 | 4 | 2 | 2 | 10 | Sangat Rendah |
| Rata-rata Indikator | | 3,45 | 3,56 | 3,45 | 3,63 | 14,09 | Rendah |
| Skor Empiris | | 1409 | | | | | |
| Skor Ideal | | 3200 | | | | | |
| Presentase Skor | | 44% | | | | | |
| Kategori | | Rendah | | | | | |

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Akuntabilitas

| No | Kode Resp | Akuntabilitas | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|---------------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | AK1 | AK2 | AK3 | AK4 | | |
| 1 | R-1 | 2 | 2 | 7 | 6 | 17 | Tinggi |
| 2 | R-2 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 3 | R-3 | 3 | 3 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 4 | R-4 | 2 | 2 | 5 | 6 | 15 | Tinggi |
| 5 | R-5 | 4 | 3 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 6 | R-6 | 3 | 2 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 7 | R-7 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 8 | R-8 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 9 | R-9 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 10 | R-10 | 2 | 2 | 6 | 6 | 16 | Tinggi |
| 11 | R-11 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 12 | R-12 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 13 | R-13 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 14 | R-14 | 2 | 2 | 6 | 6 | 16 | Tinggi |
| 15 | R-15 | 3 | 3 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 16 | R-16 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 17 | R-17 | 3 | 2 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 18 | R-18 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 19 | R-19 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 20 | R-20 | 4 | 3 | 6 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 21 | R-21 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 22 | R-22 | 4 | 3 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 23 | R-23 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 24 | R-24 | 3 | 3 | 6 | 5 | 17 | Tinggi |
| 25 | R-25 | 4 | 4 | 8 | 7 | 23 | Sangat Tinggi |
| 26 | R-26 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 27 | R-27 | 2 | 3 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 28 | R-28 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 29 | R-29 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 30 | R-30 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 31 | R-31 | 2 | 3 | 7 | 6 | 18 | Tinggi |
| 32 | R-32 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | Rendah |
| 33 | R-33 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 34 | R-34 | 4 | 3 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 35 | R-35 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 36 | R-36 | 3 | 2 | 5 | 5 | 15 | Tinggi |
| 37 | R-37 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |

| No | Kode Resp | Akuntabilitas | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|---------------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | AK1 | AK2 | AK3 | AK4 | | |
| 38 | R-38 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 39 | R-39 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 40 | R-40 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 41 | R-41 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 42 | R-42 | 4 | 4 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 43 | R-43 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 44 | R-44 | 2 | 3 | 6 | 7 | 18 | Tinggi |
| 45 | R-45 | 4 | 3 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 46 | R-46 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 47 | R-47 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 48 | R-48 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 49 | R-49 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 50 | R-50 | 4 | 3 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 51 | R-51 | 2 | 3 | 7 | 7 | 19 | Tinggi |
| 52 | R-52 | 3 | 4 | 8 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 53 | R-53 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 54 | R-54 | 4 | 4 | 6 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 55 | R-55 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 56 | R-56 | 4 | 4 | 7 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 57 | R-57 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 58 | R-58 | 4 | 3 | 6 | 6 | 19 | Tinggi |
| 59 | R-59 | 3 | 4 | 8 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 60 | R-60 | 3 | 3 | 7 | 8 | 21 | Sangat Tinggi |
| 61 | R-61 | 3 | 4 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 62 | R-62 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 63 | R-63 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 64 | R-64 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 65 | R-65 | 3 | 4 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 66 | R-66 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 67 | R-67 | 2 | 3 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 68 | R-68 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 69 | R-69 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 70 | R-70 | 2 | 4 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 71 | R-71 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 72 | R-72 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 73 | R-73 | 4 | 3 | 7 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 74 | R-74 | 3 | 3 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 75 | R-75 | 2 | 3 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 76 | R-76 | 3 | 3 | 8 | 8 | 22 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Akuntabilitas | | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|---------------|------|------|------|--------|---------------|
| | | AK1 | AK2 | AK3 | AK4 | | |
| 77 | R-77 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 78 | R-78 | 4 | 3 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 79 | R-79 | 3 | 3 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 80 | R-80 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 81 | R-81 | 4 | 4 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 82 | R-82 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 83 | R-83 | 3 | 3 | 6 | 8 | 20 | Sangat Tinggi |
| 84 | R-84 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 85 | R-85 | 2 | 3 | 6 | 6 | 17 | Tinggi |
| 86 | R-86 | 3 | 4 | 8 | 7 | 22 | Sangat Tinggi |
| 87 | R-87 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 88 | R-88 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 89 | R-89 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 90 | R-90 | 3 | 4 | 8 | 7 | 22 | Sangat Tinggi |
| 91 | R-91 | 4 | 4 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 92 | R-92 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| 93 | R-93 | 4 | 2 | 5 | 6 | 17 | Tinggi |
| 94 | R-94 | 3 | 3 | 7 | 6 | 19 | Tinggi |
| 95 | R-95 | 3 | 3 | 6 | 7 | 19 | Tinggi |
| 96 | R-96 | 3 | 3 | 7 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 97 | R-97 | 3 | 4 | 7 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 98 | R-98 | 4 | 4 | 8 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 99 | R-99 | 4 | 3 | 8 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 100 | R-100 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | Tinggi |
| Rata-rata Indikator | | 3,05 | 3,13 | 6,42 | 6,46 | 19,06 | Tinggi |
| Skor Empiris | | 1906 | | | | | |
| Skor Ideal | | 3200 | | | | | |
| Presentase Skor | | 60% | | | | | |
| Kategori | | Tinggi | | | | | |

Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Transparansi

| No | Kode Resp | Transparansi | | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|--------------|-----|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | TR1 | TR2 | TR3 | TR4 | TR5 | | |
| 1 | R-1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 2 | R-2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 3 | R-3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 4 | R-4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 5 | R-5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 8 | 21 | Sangat Tinggi |
| 6 | R-6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 7 | R-7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 8 | R-8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 9 | R-9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 10 | R-10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 22 | Sangat Tinggi |
| 11 | R-11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 12 | R-12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 13 | R-13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 14 | R-14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 15 | R-15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 16 | R-16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 8 | 20 | Sangat Tinggi |
| 17 | R-17 | 3 | 2 | 3 | 4 | 6 | 18 | Tinggi |
| 18 | R-18 | 3 | 4 | 3 | 3 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 19 | R-19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 20 | R-20 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 21 | R-21 | 3 | 2 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 22 | R-22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 23 | R-23 | 3 | 3 | 3 | 4 | 6 | 19 | Tinggi |
| 24 | R-24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 25 | R-25 | 4 | 4 | 3 | 3 | 8 | 22 | Sangat Tinggi |
| 26 | R-26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 27 | R-27 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 28 | R-28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 29 | R-29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 30 | R-30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 31 | R-31 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 32 | R-32 | 3 | 2 | 2 | 2 | 6 | 15 | Tinggi |
| 33 | R-33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 34 | R-34 | 4 | 4 | 3 | 3 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 35 | R-35 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 36 | R-36 | 4 | 3 | 3 | 2 | 6 | 18 | Tinggi |
| 37 | R-37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Transparansi | | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|--------------|-----|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | TR1 | TR2 | TR3 | TR4 | TR5 | | |
| 38 | R-38 | 3 | 3 | 4 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 39 | R-39 | 3 | 4 | 3 | 3 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 40 | R-40 | 2 | 3 | 3 | 3 | 7 | 18 | Tinggi |
| 41 | R-41 | 3 | 3 | 4 | 3 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 42 | R-42 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 43 | R-43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 44 | R-44 | 2 | 3 | 4 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 45 | R-45 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 46 | R-46 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 47 | R-47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 48 | R-48 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 49 | R-49 | 4 | 3 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 50 | R-50 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 51 | R-51 | 3 | 4 | 3 | 4 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 52 | R-52 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 53 | R-53 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 54 | R-54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 55 | R-55 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 56 | R-56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 57 | R-57 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 58 | R-58 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 59 | R-59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 60 | R-60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 61 | R-61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 62 | R-62 | 3 | 3 | 3 | 4 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 63 | R-63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 64 | R-64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 65 | R-65 | 4 | 3 | 4 | 3 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 66 | R-66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 8 | 22 | Sangat Tinggi |
| 67 | R-67 | 3 | 4 | 3 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 68 | R-68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 69 | R-69 | 3 | 3 | 4 | 3 | 8 | 21 | Sangat Tinggi |
| 70 | R-70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 71 | R-71 | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 19 | Tinggi |
| 72 | R-72 | 3 | 3 | 4 | 3 | 7 | 20 | Sangat Tinggi |
| 73 | R-73 | 4 | 3 | 3 | 3 | 8 | 21 | Sangat Tinggi |
| 74 | R-74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 75 | R-75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 76 | R-76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Transparansi | | | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|--------------|------|------|-----|------|--------|---------------|
| | | TR1 | TR2 | TR3 | TR4 | TR5 | | |
| 77 | R-77 | 3 | 3 | 3 | 3 | 8 | 20 | Sangat Tinggi |
| 78 | R-78 | 2 | 3 | 3 | 4 | 7 | 19 | Tinggi |
| 79 | R-79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 80 | R-80 | 2 | 3 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| 81 | R-81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8 | 24 | Sangat Tinggi |
| 82 | R-82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 83 | R-83 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 84 | R-84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 85 | R-85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 86 | R-86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 87 | R-87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 88 | R-88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 89 | R-89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 90 | R-90 | 3 | 3 | 3 | 3 | 7 | 19 | Tinggi |
| 91 | R-91 | 4 | 3 | 4 | 4 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 92 | R-92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 93 | R-93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 6 | 18 | Tinggi |
| 94 | R-94 | 3 | 3 | 3 | 4 | 8 | 21 | Sangat Tinggi |
| 95 | R-95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 8 | 20 | Sangat Tinggi |
| 96 | R-96 | 3 | 4 | 4 | 3 | 6 | 20 | Sangat Tinggi |
| 97 | R-97 | 3 | 3 | 3 | 4 | 6 | 19 | Tinggi |
| 98 | R-98 | 3 | 4 | 4 | 4 | 8 | 23 | Sangat Tinggi |
| 99 | R-99 | 3 | 3 | 4 | 4 | 7 | 21 | Sangat Tinggi |
| 100 | R-100 | 3 | 2 | 3 | 3 | 6 | 17 | Tinggi |
| Rata-rata Indikator | | 3,14 | 3,16 | 3,19 | 3,2 | 6,63 | 19,3 | Tinggi |
| Skor Empiris | | 1932 | | | | | | |
| Skor Ideal | | 2400 | | | | | | |
| Presentase Skor | | 81% | | | | | | |
| Kategori | | Tinggi | | | | | | |

Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat

| No | Kode Resp | Minat | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|-------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | MI1 | MI2 | MI3 | MI4 | | |
| 1 | R-1 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 2 | R-2 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 3 | R-3 | 7 | 7 | 7 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 4 | R-4 | 6 | 8 | 7 | 8 | 29 | Sangat Tinggi |
| 5 | R-5 | 5 | 7 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 6 | R-6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 7 | R-7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 8 | R-8 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 9 | R-9 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 10 | R-10 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 11 | R-11 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 12 | R-12 | 8 | 8 | 7 | 7 | 30 | Sangat Tinggi |
| 13 | R-13 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 14 | R-14 | 5 | 6 | 6 | 5 | 22 | Tinggi |
| 15 | R-15 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 16 | R-16 | 6 | 6 | 6 | 8 | 26 | Sangat Tinggi |
| 17 | R-17 | 7 | 7 | 5 | 6 | 25 | Tinggi |
| 18 | R-18 | 6 | 6 | 5 | 6 | 23 | Tinggi |
| 19 | R-19 | 7 | 6 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 20 | R-20 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 21 | R-21 | 5 | 4 | 6 | 5 | 20 | Tinggi |
| 22 | R-22 | 8 | 8 | 6 | 7 | 29 | Sangat Tinggi |
| 23 | R-23 | 6 | 6 | 4 | 6 | 22 | Tinggi |
| 24 | R-24 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 25 | R-25 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 26 | R-26 | 6 | 6 | 7 | 6 | 25 | Tinggi |
| 27 | R-27 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 28 | R-28 | 7 | 7 | 7 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 29 | R-29 | 8 | 7 | 6 | 6 | 27 | Sangat Tinggi |
| 30 | R-30 | 7 | 6 | 7 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 31 | R-31 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 32 | R-32 | 6 | 7 | 5 | 7 | 25 | Tinggi |
| 33 | R-33 | 7 | 8 | 7 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 34 | R-34 | 8 | 8 | 7 | 6 | 29 | Sangat Tinggi |
| 35 | R-35 | 7 | 7 | 8 | 8 | 30 | Sangat Tinggi |
| 36 | R-36 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 37 | R-37 | 6 | 8 | 7 | 8 | 29 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Minat | | | | Jumlah | Kategori |
|----|-----------|-------|-----|-----|-----|--------|---------------|
| | | MI1 | MI2 | MI3 | MI4 | | |
| 38 | R-38 | 6 | 7 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 39 | R-39 | 7 | 7 | 7 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 40 | R-40 | 6 | 6 | 7 | 6 | 25 | Tinggi |
| 41 | R-41 | 6 | 7 | 7 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 42 | R-42 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 43 | R-43 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 44 | R-44 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 45 | R-45 | 8 | 7 | 7 | 8 | 30 | Sangat Tinggi |
| 46 | R-46 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 47 | R-47 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 48 | R-48 | 6 | 7 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 49 | R-49 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 50 | R-50 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 51 | R-51 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 52 | R-52 | 8 | 8 | 8 | 7 | 31 | Sangat Tinggi |
| 53 | R-53 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 54 | R-54 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 55 | R-55 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 56 | R-56 | 7 | 8 | 7 | 7 | 29 | Sangat Tinggi |
| 57 | R-57 | 6 | 6 | 7 | 6 | 25 | Tinggi |
| 58 | R-58 | 8 | 8 | 7 | 8 | 31 | Sangat Tinggi |
| 59 | R-59 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 60 | R-60 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 61 | R-61 | 7 | 7 | 7 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 62 | R-62 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 63 | R-63 | 7 | 6 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 64 | R-64 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 65 | R-65 | 6 | 7 | 7 | 8 | 28 | Sangat Tinggi |
| 66 | R-66 | 6 | 6 | 7 | 8 | 27 | Sangat Tinggi |
| 67 | R-67 | 6 | 6 | 7 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 68 | R-68 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 69 | R-69 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 70 | R-70 | 6 | 6 | 7 | 6 | 25 | Tinggi |
| 71 | R-71 | 6 | 7 | 7 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 72 | R-72 | 7 | 8 | 6 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 73 | R-73 | 8 | 8 | 7 | 7 | 30 | Sangat Tinggi |
| 74 | R-74 | 8 | 8 | 5 | 7 | 28 | Sangat Tinggi |
| 75 | R-75 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 76 | R-76 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |

| No | Kode Resp | Minat | | | | Jumlah | Kategori |
|---------------------|-----------|---------------|-----|------|------|--------|---------------|
| | | MI1 | MI2 | MI3 | MI4 | | |
| 77 | R-77 | 8 | 8 | 6 | 7 | 29 | Sangat Tinggi |
| 78 | R-78 | 5 | 6 | 6 | 6 | 23 | Tinggi |
| 79 | R-79 | 6 | 6 | 5 | 6 | 23 | Tinggi |
| 80 | R-80 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | Rendah |
| 81 | R-81 | 6 | 8 | 6 | 7 | 27 | Sangat Tinggi |
| 82 | R-82 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| 83 | R-83 | 6 | 7 | 6 | 7 | 26 | Sangat Tinggi |
| 84 | R-84 | 8 | 7 | 7 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 85 | R-85 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 86 | R-86 | 7 | 6 | 6 | 6 | 25 | Tinggi |
| 87 | R-87 | 7 | 8 | 7 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 88 | R-88 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 89 | R-89 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 90 | R-90 | 7 | 7 | 6 | 6 | 26 | Sangat Tinggi |
| 91 | R-91 | 8 | 8 | 7 | 6 | 29 | Sangat Tinggi |
| 92 | R-92 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 93 | R-93 | 6 | 6 | 5 | 6 | 23 | Tinggi |
| 94 | R-94 | 6 | 7 | 5 | 7 | 25 | Tinggi |
| 95 | R-95 | 8 | 7 | 7 | 6 | 28 | Sangat Tinggi |
| 96 | R-96 | 6 | 6 | 6 | 7 | 25 | Tinggi |
| 97 | R-97 | 6 | 6 | 5 | 6 | 23 | Tinggi |
| 98 | R-98 | 8 | 8 | 8 | 8 | 32 | Sangat Tinggi |
| 99 | R-99 | 8 | 7 | 8 | 8 | 31 | Sangat Tinggi |
| 100 | R-100 | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | Tinggi |
| Rata-rata Indikator | | 6,54 | 6,7 | 6,42 | 6,61 | 26,27 | Sangat Tinggi |
| Skor Empiris | | 2627 | | | | | |
| Skor Ideal | | 3200 | | | | | |
| Presentase Skor | | 82% | | | | | |
| Kategori | | Sangat Tinggi | | | | | |

Lampiran 7 Perhitungan Penyebaran Sample

| Jumlah Penduduk Muslim di Kota Semarang | | Persentase Per Wilayah | Jumlah Sampel/Kecamatan |
|---|-----------|------------------------|-------------------------|
| Kecamatan | Jumlah | | |
| Mijen | 70.469 | 4,67% | 5 |
| Gunungpati | 112.391 | 7,44% | 7 |
| Banyumanik | 132.790 | 8,80% | 9 |
| Gajah Mungkur | 51.824 | 3,43% | 3 |
| Semarang Selatan | 55.789 | 3,70% | 4 |
| Candisari | 61.811 | 4,09% | 4 |
| Tembalang | 178.302 | 11,81% | 12 |
| Pedurungan | 174.750 | 11,58% | 12 |
| Genuk | 110.766 | 7,34% | 7 |
| Gayamsari | 73.119 | 4,84% | 5 |
| Semarang Timur | 51.036 | 3,38% | 3 |
| Semarang Utara | 95.222 | 6,31% | 6 |
| Semarang Tengah | 36.585 | 2,42% | 2 |
| Semarang Barat | 127.797 | 8,47% | 8 |
| Tugu | 32.460 | 2,15% | 2 |
| Ngaliyan | 144.509 | 9,57% | 10 |
| Jumlah | 1.509.620 | 100,00% | 100 |