

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, LINGKUNGAN
SOSIAL, DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-
MONEY DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Suratriningsih Susilowati

NIM: 1119 30729

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2023**

TUGAS AKHIR

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY* DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SURATRININGSIH SUSILOWATI

Nomor Induk Mahasiswa: 111930729

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 4 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Deden Iwan Kusuma, Drs., M.Si., Ak., CA.

Penguji



Wing Wahyu Winarno, Dr., M.A.F.I.S., Ak., CA.

Yogyakarta, 4 Mei 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer berupa kuesioner yang di sebarakan melalui media WhatsApp dan Instagram. Alat analisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda yaitu mengetahui seberapa besar perngaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan untuk lingkungan sosial dan motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: Perngaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, motivasi hedonis, minat penggunaan e-money

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain how the influence of perceptions of convenience, trust, social environment and hedonic motivation on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta. This study uses primary data collection in the form of questionnaires which are distributed via WhatsApp and Instagram media. The data analysis tool for this research is to use multiple regression analysis, which is to find out how much influence perceptions of convenience, trust, social environment, and hedonic motivation have on the interest in using e-money in the Special Region of Yogyakarta. These results indicate that perceived convenience and trust have a negative effect on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta, while the social environment and hedonic motivation have a positive effect on the intention to use e-money in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Influence of perceived convenience, trust, social environment, hedonic motivation, interest in using e-money

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia memiliki rupiah sebagai mata uang. Undang-Undang No. 7 Tahun 2011 mewajibkan penggunaan rupiah dalam setiap transaksi harus memiliki tujuan pembayaran, penyelesaian kewajiban lainnya yang harus dipenuhi dengan uang yang dilakukan di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Sebagai alat tukar, uang sekarang ini telah bertransformasi membawa perubahan bagi setiap penggunanya, contoh perubahan tersebut adalah pengguna dapat lebih mudah melakukan transaksi apapun secara *online*.

Diera digital sekarang ini, terlebih lagi pembayaran non-tunai menjadi salah satu alat transaksi yang berkembang dalam memenuhi permintaan fasilitas pembayaran. Dikutip dari aturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, *e-money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang di setor terlebih dahulu kepada penerbit selain itu nilai uang di simpan secara elektronik, di Indonesia uang elektronik dibedakan berdasarkan identitas penggunannya. Menurut (Usman, 2017) pembayaran *e-money* tidak hanya dalam kartu debit saja namun bisa juga dalam alat canggih *smartphon/gadget*.

Beberapa alat pembayaran yang digunakan seperti *Brizzi, Dana, Flazz, Go-pay, Ovo, ShopeePay* dan masih banyak lagi. Berdasarkan informasi yang peneliti dapat dari web databoks, menurut laporan Bank Indonesia, nilai transaksi *e-money* tumbuh 35,25% ke Rp32 triliun pada Mei 2022 dibanding setahun sebelumnya.

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/01/transaksi-e-money-dan-perbankan-digital-tumbuh-pesat-pada-mei-2022>) dari informasi tersebut bisa dilihat bahwa uang elektronik (*e-money*) sangat memudahkan penggunanya sehingga membuat pengguna *e-money* semakin banyak.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jumlah Instrumen Uang Elektronik di Indonesia Periode 2017-2021

Periode (Tahun)	Jumlah Instrumen	Bulan
2017	90.003.848	
2018	167.205.578	
2019	292.299.320	
2020	432.281.380	
2020	432.281.380	Desember
2021	442.612.567	Januari
2021	456.736.475	Februari
2021	470.811.351	Maret
2021	483.354.024	April
2021	498.202.416	Mei
2021	511.254.525	Juni
2021	495.280.424	Juli
2021	513.968.693	Agustus
2021	530.664.510	September
2021	544.192.781	Oktober
2021	558.959.664	November
2021	575.323.419	Desember

Pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah instrumen yang beredar di Indonesia tahun 2017-2021 mengalami peningkatan, meskipun di tahun 2021 pada bulan Juli instrumen yang beredar mengalami penurunan sebanyak 495.280.424 yang kemudian meningkat kembali dibulan berikutnya.

Alasan mengambil judul persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis terhadap keinginan untuk menggunakan *e-money* adalah sebagai replikasi penulis Muhammad Sulaiman Mustaqim (2022), dengan menambahkan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan dari replikasi penulis Ratna Asri Saras Sati (2020). Alasan kenapa menambahkan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan karena persepsi kemudahan penting bagi pengguna, dengan adanya kemudahan penggunaan *e-money* akan meningkat serta dengan adanya kepercayaan pengguna tidak ragu untuk mengoperasikannya. Alasan lain kenapa mengambil judul tersebut adalah adanya persamaan pada pengaruh persepsi kemudahan yaitu sama-sama berpengaruh positif akan tetapi pada variabel kepercayaan dari hasil penelitian Ratna Asri Saras Sati (2020) kepercayaan tidak berpengaruh (negatif) terhadap minat penggunaan *e-money* tetapi pada penelitian Siti Rodiah & Inaya Sari Melati (2020)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keinginan untuk menggunakan uang elektronik dipengaruhi secara positif oleh variabel kepercayaan, karena hal tersebut penulis masih ingin membuktikan kebenarannya.

Menurut Jogiyanto (2009) kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah pengukuran yang mencerminkan seberapa mudah seseorang mempresepsikan penggunaan teknologi, teknologi harus mudah digunakan dan mudah dioperasikan. Dalam penelitian Siti Rodiah & Inaya Sari Melati (2020) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kepercayaan yang harus di yakinkan bahwa bertransaksi menggunakan *e-money* aman dan minim risiko. Menurut Kim et al, (2016) dalam sistem pembayaran secara elektronik kepercayaan menjadi salah satu penentuan pengguna melakukan transaksi pembayaran. Dari hasil penelitian Ratna Asri Saras Sati (2020) variabel kepercayaan berpengaruh negatif (tidak berpengaruh) terhadap minat menggunakan *e-money*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh, et al. (2000) menyimpulkan bahwa lingkungan sosial mempengaruhi perilaku dan menimbulkan rasa percaya kepada satu individu ke individu lainnya. Dibuktikan dalam penelitian Muhammad Sulaiman Mustaqim (2022), ketertarikan menggunakan *e-money* dipengaruhi (positif) oleh lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Khalilzadeh, et al, (2017), menyatakan motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi di Amerika Serikat

Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis melakukan penelitian dengan tujuan melihat pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial dan motivasi hedonis. Sehingga penulis mengambil judul penelitian dengan tema “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Lingkungan Sosial, dan Motivasi Hedonis Terhadap Penggunaan E-money di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

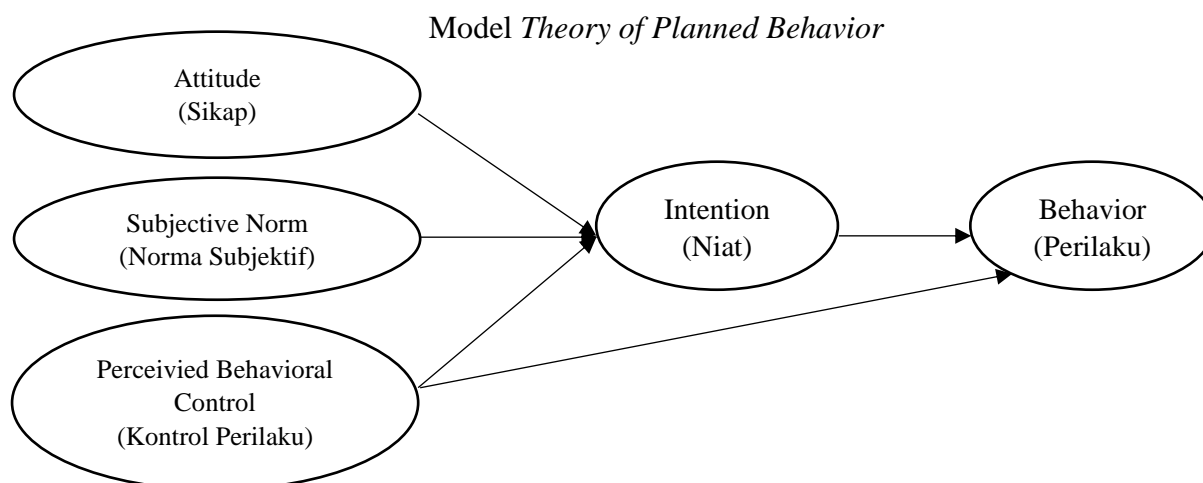
Tinjauan Teori

Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Teori yang mendukung penggunaan e-money adalah Teori perilaku yang di rencanakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned of Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991) dengan menggabungkan karakteristik, seperti kontrol perilaku, yang tidak ada dalam TRA. Tujuan persepsi kontrol perilaku sebagai variabel adalah sebagai tujuan tambahan. Hal ini menjelaskan baik tidaknya suatu perilaku tidak ditentukan oleh sikap dan norma subjektif tetapi juga oleh persepsi individu atas kontrol yang dapat dilakukan yang berasal dari keyakinannya terhadap kontrol keyakinan individu.

Teori TPB memiliki variabel Sikap terhadap Perilaku (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan Kontrol Perilaku Persepsi (*Perceived Behavioral Control*) Menurut Fishbein & Icek Ajzen (1997), sikap adalah karakter yang menggambarkan sejauh mana seseorang mengevaluasi atau menilai suka atau tidak suka. Norma subjektif adalah persepsi seseorang tentang bagaimana lingkungan mempengaruhi apakah mereka akan terlibat atau tidak dalam perilaku tertentu, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah persepsi seseorang tentang seberapa besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku mereka tergantung pada sumber dan kemungkinan yang di tawakan kepada pelanggan yang akan memanfaatkannya (Icek Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1991), yang mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku individu dilakukan karena adanya tujuan dari individu sehingga individu melakukan tindakan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Kemudahan

E.A. Wibowo, 2016 Kemudahan menjadi salah satu hal penting sebagai alasan penggunaan suatu alat, terlebih lagi di era sekarang ini banyak individu yang melakukan aktivitas mereka dengan berbagai teknologi. Seorang pengguna menyadari bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan sederhana maka pemakaian menjadi aspek penting untuk dipertimbangkan.

Kepercayaan

Kim et al,(2016) pembayaran elektronik didefinisikan sebagai informasi yang mengingatkan konsumen akan potensi risiko yang terkait dengan penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Lingkungan Sosial

Menurut Sartani dalam buku Dalyono, lingkungan sosial adalah semua individu yang mempengaruhi kita, pengaruh secara langsung dalam lingkungan sekitar.

Motivasi Hedonis

Perasaan senang dapat menimbulkan minat individu, sehingga akan terjadi peningkatan penggunaan alat. (Khalilzadeh, et al, 2017) menyatakan insentif hedonis secara signifikan mempengaruhi keinginan orang Amerika dalam menggunakan teknologi.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan E-money

Jogiyanto (2009) persepsi kemudahan didefinisikan sebagai seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha apapun.

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan E-money

Liatiani, (2018) menyatakan ketertarikan penggunaan e-money dipengaruhi oleh variabel kepercayaan. Bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajarratri, (2010) keyakinan pelanggan terhadap bisnis atas keuntungan atau kerugian dimana kedua belah pihak inilah yang memotivasi kepercayaan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H₂: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan E-money

Hidayat & Riyadi, (2013) menemukan bahwa penggunaan *e-money* memiliki dampak yang positif sebagai dari pengaruh sosial. Namun menurut Alfanzi & Daulay (2021) konteks sosial tidak ada hubungan dengan keinginan untuk menggunakan *e-money*.

H₃: Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan E-money

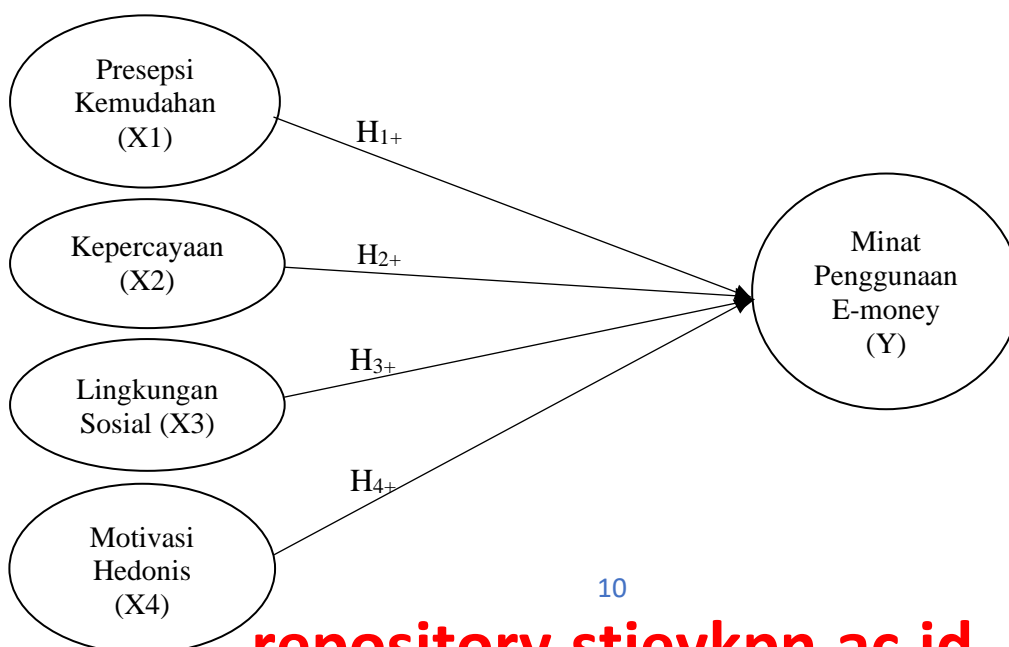
Moeliono, (1998) hedonis mengacu pada kesenangan, berasal dari Bahasa Yunani. Hedonisme adalah filosofi gaya hidup yang menekankan bahwa menikmati hidup semaksimal mungkin adalah tujuan akhir. Heijen, (2004) menemukan bahwa pengguna teknologi akan dipengaruhi oleh kenyamanan yang di rasakan saat menggunakan aplikasi.

H₄: Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*

Metode Penelitian

3.1 Administrasi Survei

Dengan menggunakan data kuantitatif kemudian diperoleh data dari hasil pengumpulan kuesioner melalui media whatssAp dan Instagram dalam bentuk link Google Form, yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS. Variabel yang digunakan tergambar dalam bagan berikut:



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna uang elektronik (*e-money*) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti dikarenakan tidak terdapat data pasti dan relevan yang memberikan informasi jumlah pengguna *e-money* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel

Peneliti menarik sampel menggunakan *non-probability* sampling, dimana tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap anggota populasi dengan teknik pemilihan sampel dengan teknik *purposive sampling* menurut (Sugiono, 2018:82). Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah menggunakan *e-money* dengan sasaran sebanyak 145 orang sebagai populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, berikut hasil perhitungan menurut rumus Sugiyono, 2011, sebagai berikut:

$$\frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{145}{1+145(0,05)^2} = \frac{145}{1+0,3625} = \frac{145}{1,3625} = 106,46 \text{ menjadi } 106$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Presentase kelonggaran 5%

Hasil yang di dapatkan dengan menggunakan rumus *slovin*, sampel yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 106 orang.

Metode dan Teknik Analisis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Uji Statistic Descriptive

Menurut Hariono Subiyakto & Algifari, (2011) informasi tentang ukuran yang diperlukan untuk memahami fitur data, seperti maksimum, minimum, mean, pengukuran variabilitas data dan ukuran untuk menentukan distribusi data, dapat ditemukan dalam statistik deskriptif.

2. Uji Instrumen

• Validitas

Menurut Algifari (2015) evaluasi validitas untuk mengetahui apakah angket sesuai dengan ukuran yang akan diukur. Ghozali (2006), uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa sah atau validnya suatu kuesioner. Validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung. Menurut Husein Umar, kriteria pengujian validitas antara lain jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan valid sebaliknya r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tidak valid

• Uji Reliabilitas

Tes ini bertujuan untuk mengetahui akurasinya konsistensi variabel dalam penelitian ini. Parameter ini cronbach's alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas. Menurut Algifari (2015) suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai cronch alpha $>$ 0,6. Apabila chronbach's alpha $>$ 0,6 maka instrumen penelitian reliabel sebaliknya jika Apabila chronbach's alpha $<$ 0,6 maka instrumen penelitian tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

• Uji Normalitas

Tes ini menguji normalitas residual untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi pada variabel residual yang digunakan. Tes yang umumnya digunakan adalah uji statistik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Jika percobaan memberikan nilai signifikansi $<$ 0,05 berarti

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

data residual berdistribusi normal. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

- **Uji Multikolinearitas**

Menurut Wing Wahyu Winarno (2009), uji multikolinearitas adalah persyaratan bagi variabel independen memiliki hubungan linear dengan tujuan untuk menguji apakah telah ditemukannya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dengan dilihat nilai dari variance inflation (VIF) dan tolerance (TOL). Jika nilai VIF paling banyak 10 dan nilai TOL paling sedikit 0,1 maka dapat dikatakan model bebas multikolinearitas (Ghozali, 2011:160).

- **Uji Heterosdatisitas**

Menurut Algifari (2010:85) kehadiran heterosdatisitas dalam model regresi memiliki efek membuat pikiran yang dihasilkan tidak efektif baik dalam sampel kecil maupun besar, meskipun menggambarkan populasi tidak bias dan akan mendekati nilai sebenarnya dari populasi ketika nilai sebenarnya dari populasi ketika ukuran sampel konsisten.

Heterokedesitas diuji dengan menggunakan *uji Glejser* dengan pengambilan keputusan jika signifikansi variabel bebas $< 5\%$ dikatakan terjadi indikasi heterosdestisitas sedangkan jika signifikansi variabel bebas $> 5\%$ dikatakan tidak terdapat masalah heterokedestisitas.

4. Uji Regresi Berganda

Menurut Algifari (2000) persamaan regresi untuk regresi berganda memiliki beberapa variabel bebas. Regresi yang akan digunakan untuk memperkirakan variabel yang melibatkan lebih dari dua variabel independen dikenal sebagai regresi berganda (Algifari, 2003).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Uji Hipotesis

- **Uji F**

Menurut Algifari (2015:78) uji F untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menentukan apakah model penelitian tertentu layak digunakan atau tidak. Suatu model dapat kehilangan kecocokannya meskipun p-value signifikan (0,05) dengan kriteria pengujian: Apabila $F_{hitung} > \text{atau } sig < 0,05$ maka hipotesis diterima sebaliknya Apabila $F_{hitung} < \text{atau } sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak

- **Uji T**

Uji T dilakukan untuk memahami beberapa nuansa yang berada dari variabel independen tertentu sambil menghadirkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Setiap variabel independen dapat diasumsikan memiliki perbedaan yang signifikan dari variabel dependen jika p-value (dalam kolom sig) positif (0,05). Rumus uji t menurut Algifari (2008:23),

$$t_h = \frac{b_i}{SE_{b_i}}$$

Keterangan:

T_h = Nilai hitung uji signifikansi

b_1 = Koefisien regresi parsial

SE_{b_1} = Deviasi standar koefisiensi regresi

- **Koefisien Determinansi**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk memahami bahwa beberapa kekuatan variabel independen yang signifikan dapat menjelaskan hubungannya dengan kelemahan variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dependen. Semakin besar angka R square, semakin akurat model regresi linear yang digunakan sebagai alat prediksi.

Analisis Data dan Pembahasan

Uji Statistic Descriptive

Variabel persepsi kemudahan secara menyeluruh menggunakan 4 pertanyaan dengan $n = 106$ responden sebagai sampel memiliki nilai minimum 1,00 (1), nilai maximum 5,00 (5), mean 4,6132, dan standar deviasi sebesar 0,77547. Berdasarkan nilai standar deviasi $0,77547 < 4,6132$, yang berarti persepsi kemudahan cukup stabil/datanya seragam.

Variabel kepercayaan secara menyeluruh menggunakan 4 pertanyaan dengan $n = 160$ responden sebagai sampel memiliki nilai minimum 1,00, nilai maximum 5,00, mean 4,3868, dan standar deviasi sebesar 0,75050. Berdasarkan nilai standar deviasi $0,75050 < 4,3868$, yang berarti kepercayaan cukup stabil/datanya seragam.

Variabel lingkungan sosial secara menyeluruh menggunakan 4 pertanyaan dengan $n = 160$ responden sebagai sampel memiliki nilai minimum 1,00, nilai maximum 5,00, mean 4,1698, dan standar deviasi sebesar 0,86709. Berdasarkan nilai standar deviasi $0,86709 < 4,1698$, yang berarti kepercayaan cukup stabil/datanya seragam.

Variabel motivasi hedonis secara menyeluruh menggunakan 4 pertanyaan dengan $n = 160$ responden sebagai sampel memiliki nilai minimum 1,00, nilai maximum 5,00, mean 3,9623, dan standar deviasi sebesar 0,91469. Berdasarkan nilai standar deviasi $0,91469 < 3,9623$, yang berarti kepercayaan cukup stabil/datanya seragam.

Variabel Minat menggunakan secara menyeluruh menggunakan 4 pertanyaan dengan $n = 160$ responden sebagai sampel memiliki nilai minimum 1,00, nilai maximum 5,00, mean 4,1038, dan standar deviasi sebesar 0,86111. Berdasarkan nilai standar deviasi $0,86111 < 4,1038$, yang berarti kepercayaan cukup stabil/datanya seragam.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Instrumen

Uji Validitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai hitung r dan r tabel. Menurut Husein Umar, jika r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan dinyatakan valid tetapi jika sebaliknya dimana r hitung $< r$ tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid, nilai r tabel diperoleh dari rumus $df = n - 2$ dimana n = banyaknya responden (106) maka $df = 106 - 2 = 104$ dengan tingkat signifikansi 0,05, maka nilai r tabel sebesar 0,190 Hasil uji yang diperoleh masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji validitas bahwa keempat pertanyaan pada variabel persepsi kemudahan memiliki nilai hitung PK1 (0,940), PK2 (0,917), PK3 (0,992), PK4 (0,886) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel 0,190 sehingga r hitung $> r$ tabel, maka dapat disimpulkan bahwa keempat pertanyaan variabel persepsi kemudahan memiliki kualitas valid.
2. Berdasarkan tabel hasil uji validitas kepercayaan bahwa keempat pertanyaan memiliki nilai r hitung K1 (0,888), K2 (0,908), K3 (0,879), K4 (0,846) yang lebih besar daripada r tabel 0,190 (r hitung $> r$ tabel) sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat pertanyaan dari variabel kepercayaan adalah valid.
3. Berdasarkan hasil uji validitas lingkungan sosial dapat dilihat r hitung LS1 (0,793), LS2 (0,856), LS3 (0,878), LS4 (0,621) menghasilkan hasil yang lebih besar daripada r tabel 0,190 yang berarti (r hitung $> r$ tabel) yang berarti bahwa keempat pertanyaan pada variabel kepercayaan valid.
4. Berdasarkan hasil uji validitas variabel motivasi hedonis dapat dilihat bahwa keempat pertanyaan pada variabel motivasi hedonis memiliki r hitung MH1 (0,595), MH2 (0,812), MH3 (0,827), MH4 (0,902) $> r$ tabel 0,190 yang berarti bahwa keempat pertanyaan pada variabel valid.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Berdasarkan hasil uji validitas variabel minat dapat dilihat bahwa keempat pertanyaan pada variabel minat memiliki r hitung M1 (0,778), M2 (0,831), M3 (0,764), M4 (0,875) > 0,190 r tabel maka dapat disimpulkan bahwa keempat pertanyaan variabel minat valid.

Maka dari itu, dari hasil uji validitas secara keseluruhan pertanyaan pada setiap variabel memiliki tingkat validitas yang tinggi sehingga bisa dikatakan jawaban yang diberikan oleh responden secara konsisten dan bisa diukur.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel persepsi kemudahan (0,936), kepercayaan (0,902), lingkungan sosial (0,798), motivasi hedonis (0,778) dan minat menggunakan (0,811) lebih besar (Cronbach Alpha > 0,6) sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut memiliki pertanyaan yang reliabel atau bisa dikatakan bahwa pertanyaan yang diberikan kepada responden benar dan bisa dipahami oleh responden.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. adalah sebesar 0,003 yang berarti < alpha 0,05, sehingga dapat disimpulkan dari hasil pengujian data pada penelitian ini berdistribusi normal tidak terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas, dapat dihasilkan hipotesis sebagai berikut, dimana variabel X1 (persepsi kemudahan) sebesar 0,357 dengan VIF 2,803 sehingga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, X2 (kepercayaan) sebesar 0,187 dengan VIF 5,362 sehingga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money, X3 (lingkungan sosial) sebesar 0,255 dengan VIF 2,818 sehingga berpengaruh positif terhadap penggunaan e-

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

money, X3 (motivasi hedonis) sebesar 0,315 dengan VIF 2,172 sehingga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen saling berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Heterokedatisitas

Berdasarkan pada tabel hasil uji diatas, nilai sig variabel persepsi kemudahan 0,082, kepercayaan 0,284, lingkungan sosial 0,971 lebih tinggi daripada alpha 0,05, yang artinya keputusan dari pengujian ini menerima H0 sedangkan untuk variabel motivasi hedonis nilai sig sebesar 0,001 lebih kecil daripada alpha 0,05, yang artinya keputusan dari pengujian untuk variabel motivasi hedonis menolak H0.

Regresi Berganda

Persamaan Regresi

$$Y = 2,917 - 0,201X_1 + 0,197X_2 + 0,404X_3 + 0,450X_4$$

Dari persamaan di atas menunjuk tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Paparan dari Unstandardized Coefficient sebagai berikut:

1. Constant sebesar 2,917 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 2,917.
2. Persepsi kemudian -0,201 bersimbol negative dengan makna, apabila persepsi kemudahan mengalami naik 1 maka minat penggunaan akan turun sebesar -0,201 dengan menjaga variabel independen lainnya tetap atau konstan.
3. Kepercayaan 0,197 bersimbol positif dengan makna, apabila kepercayaan naik 1 maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,094 dengan menjaga variabel independen lainnya tetap atau konstan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Lingkungan sosial 0,404 bersimbol positif dengan makna, apabila lingkungan sosial naik 1 maka minat menggunakan akan naik sebesar 0,404 dengan menjaga variabel independen lainnya tetap atau konstan.
5. Motivasi hedonis 0,450 bersimbol negatif dengan makna, apabila motivasi hedonis naik 1 maka minat menggunakan akan naik sebesar 0,450 dengan menjaga variabel independen lainnya tetap atau konstan.

Uji Hipotesis Penelitian

Uji t

Berdasarkan pada tabel hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini diprediksi bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t menunjukkan pengaruh variabel memiliki nilai t sebesar $0,046 < \text{sig } 0,05$ tetapi pada nilai B dan nilai standardzied Coefficientnya bersimbol negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diprediksi bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t menunjukkan pengaruh variabel kepercayaan memiliki nilai t sebesar $0,160 > \text{sig } 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diprediksi bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t menunjukkan pengaruh variabel lingkungan sosial memiliki nilai t sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
4. Hipotesisi keempat dalam penelitian ini diprediksi bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil uji t menunjukkan pengaruh variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

motivasi hedonis memiliki nilai t sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Uji f

Berdasarkan hasil uji f nilai P.value variabel persepsi kemudahan 0,000, kepercayaan 0,000, lingkungan sosial 0,000, dan motivasi hedonis 0,000 berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-money jika di tarik dari kesimpulan P.Value $0,000 > \alpha 0,05$ yang berarti variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel minat penggunaan e-money sebagai dependen.

Koefisien Determinan

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan Adjusted R-square menunjukkan 73,2%, dengan artian semua variabel mampu menjelaskan variabel minat penggunaan sebesar 73,2% (bisa dikatakan cukup kuat). Sedangkan persentase sisa sebesar 26,8% menjelaskan variabel diluar model.

Kesimpulan

1. Persepsi kemudahan berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga berpengaruh positif terhadap penggunaan **ditolak**.
2. Kepercayaan berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga positif terhadap penggunaan **ditolak**.
3. Lingkungan sosial berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga berpengaruh positif terhadap penggunaan **diterima**.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Motivasi hedonis berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sehingga hipotesis yang diduga positif berpengaruh terhadap penggunaan **diterima.**

Saran

Rekomendasi yang diberikan oleh peneliti di masa depan antara lain:

1. Untuk tujuan memastikan dari hasil pengaruh keempat elemen persepsi kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial, dan motivasi hedonis yang mengarah mempengaruhi minat penggunaan pengguna di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka direkomendasikan adanya penambahan variabel yang belum dimasukkan dalam penelitian ini contohnya seperti variabel persepsi resiko, manfaat, layanan, keamanan dan variabel lain yang sekiranya berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money.
2. Untuk penelitian sama yang akan datang, direkomendasikan agar menjadikan populasi dan sampel yang berbeda dari penelitian ini. Sebagai contoh, kota yang berbeda, target reponden yang berbeda, teori yang berbeda dalam penelitian ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Transaksi e-money dan Perbankan Digital Tumbuh Pesat pada 2022

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/01/transaksi-e-money-dan-perbankan-digital-tumbuh-pesat-pada-mei-2022>)

Sulaiman Mustaqim, M. (2022). Determinan Minat Penggunaan Electronic Money Pada Mahasiswa Di Yogyakarta Skripsi

Arent, Y., Aritonang, L., Arisman, A., Akuntansi, J., Multi, S., & Palembang, D. (n.d.). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). In *Julyxxxx: Vols. x, No.x*.

Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). (n.d.).

Laila, N., Nyoman, D., Herawati, T., Ekonomi, J., Akuntansi, D., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money (Studi pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 12).

Lestari, M., Dwi Purnomo, H., Sembiring, I., Informasi, M. S., Informasi, T., Satya, K., Salatiga, W., & Korespondensi, P. (2021). *Pengaruh E-Payment Trust Terhadap Minat Transaksi Pada E-Marketplace Menggunakan Framework Technology Acceptance Model (Tam) 3 Effect Of E-Payment Trust On Transaction Interest On E-Marketplace Using The Framework Technology Acceptance Model (Tam) 3*. 8(5), 977–986. <https://doi.org/10.25126/Jtiik.202185212>

Manfaat, P. P., Penggunaan, K., Dan, K., Risiko, P., Kasus, S., Konsumen, P., Menggunakan, Y., Asri, R., Sati, S., & Ramaditya, M. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card).

Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (n.d.). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam-Tpb Dengan Perceived Risk.*

Rifkha, O. :, Nirmala, A., Fikri, A., & Baridwan, Z. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Pengguna E-Commerce Tokopedia Untuk Melakukan Pembelian Online.*

Risma Dwindi Putri, N. K., & Sadha Suardikha, I. M. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. Made Bayu. 2017. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik". *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 6(4).

Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, x, 1-17.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Astuti, A. M. P. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) pada Generasi Milenial (Studi pada Masyarakat Kota Serang-Banten)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan *mobile banking*: model kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689-1699.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card).
- Diana, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. (2017). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).