

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN TETAP MENGGUNAKAN UANG
ELEKTRONIK MASYARAKAT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



Disusun oleh:

Satrio Budi Utomo

NIM: 2116 29280

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
AGUSTUS 2020**

SKRIPSI

PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN TETAP MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK MASYARAKAT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SATRIO BUDI UTOMO

No. Mhs.: 211629280

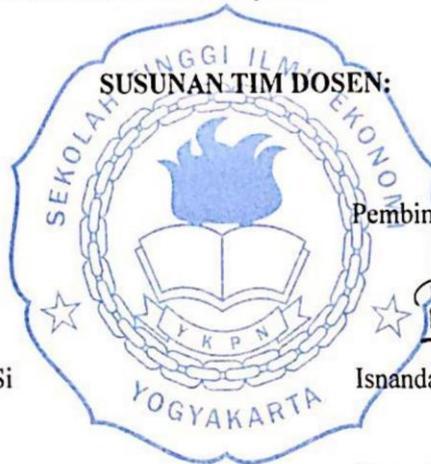
telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Selasa 1 September 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing I,



Siti Al Fajar, Dra., M.Si



Pembimbing II,



Isnanda Zainur Rohman, SE., MM

Ketua/Penguji,



Wisnu Prajogo, Dr., MBA.

Yogyakarta, 1 September 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan uang elektronik. Adapun variabelnya yaitu kemudahan, kemanfaatan, dan promosi. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah menggunakan uang elektronik sebelumnya. Berdasarkan seleksi yang telah dilakukan, diambil 100 responden yang digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa (1) kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan uang elektronik di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan (2) kemanfaatan, dan (3) promosi berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan uang elektronik di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: Kemudahan, Kemanfaatan, Promosi, Keputusan Tetap Menggunakan

ABSTRACT

This study aims to determine the variables that influence the decision to use electronic money. The variables are ease, usefulness, and promotion. The sample in this study was obtained using a purposive sampling method of the community in the Special Province of Yogyakarta, who had used electronic money before. Based on the selection that has been done, 100 respondents were taken to be used as samples in this study. The data analysis technique used is multiple regression analysis. Hypothesis testing results show that (1) ease does not affect the decision to use electronic money in the Special Region of Yogyakarta, while (2) usefulness, and (3) promotion influences the decision to keep using electronic money in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Ease, Usability, Promotion, Decision to keep using

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Setiap negara di dunia pastinya memiliki simbol negara yang patut dibanggakan, dihormati, dan diterapkan bagi semua masyarakatnya. Sebagai simbol negara, Indonesia memiliki rupiah sebagai mata uang. Dalam aktivitas perekonomian nasional dan demi mewujudkan sila kelima dari Pancasila maka Indonesia menggunakan rupiah sebagai alat pembayaran resmi.

Jenis dan harga mata uang diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 23B. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2011 perihal Mata Uang menjalankan Amanah Pasal 23B UUD tahun 1945.

Masyarakat adil dan makmur dapat ditempuh dengan menerapkan uang sebagai dasar perekonomian suatu negara. Seiring perkembangan zaman keperluan perekonomian negara akan menuntut pengelolaan uang yang baik apabila diamati secara khusus dari bidang moneter.

Uang elektronik menjadi salah satu alat transaksi yang sedang berkembang dalam memenuhi permintaan fasilitas pembayaran. Berdasarkan Aturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, *e-money* merupakan instrumen transaksi yang diedarkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dulu terhadap penerbit. Selain penerbit *e-money*, pedagang tersebut dapat menerapkan *e-money* sebagai alat pembayaran.

Sebagai alat pembayaran modern, kemudahan dalam perolehan dan penerapan uang elektronik menjadi faktor utama. Nilai uang elektronik akan bertambah hanya dengan menyerahkan beberapa uang pada pihak pengedar *e-money*, lalu secara komputerisasi akan dikonversi menjadi bentuk elektrik. Untuk *e-money* jenis *chip*, pengguna hanya bisa transaksi secara *off-line*, namun untuk jenis *server based*, pengguna dapat bertransaksi secara *on-line*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perumusan Masalah

1. Apakah kemudahan mempengaruhi keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY?
2. Apakah kemanfaatan mempengaruhi keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY?
3. Apakah promosi mempengaruhi keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kemudahan pada keputusan tetap menggunakan *e-money* di provinsi DIY.
2. Untuk menguji pengaruh kemanfaatan pada keputusan tetap menggunakan *e-money* di provinsi DIY.
3. Untuk menguji pengaruh promosi pada keputusan tetap menggunakan *e-money* di provinsi DIY.

TINJAUAN TEORI

Uang Elektronik

Mengacu pada kebijakan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016, *e-money* ialah media transaksi yang memiliki kriteria sebagai berikut ini:

- 1) Hanya bisa diterbitkan apabila penyetor telah menyetor uang terlebih dahulu kepada pihak penerbit.
- 2) *Server* atau *chip* merupakan media penyimpanan *e-money* yang tersimpan secara elektronik.
- 3) Sebagai media transaksi kepada pedagang yang bukan penerbit *e-money* tersebut.
- 4) Jumlah *e-money* yang disetor pemegang dan dikelola penerbit bukanlah simpanan sebagaimana dijelaskan pada UU terkait perbankan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kemudahan

Kemudahan berasal dari kata dasar mudah. Mudah sendiri menurut KBBI adalah ketidakperluan banyak energi ataupun pikiran untuk melakukan sesuatu. Sedangkan kemudahan sendiri menurut KBBI berarti sesuatu yang bisa mempermudah dan mengefisienkan upaya.

Menurut Jogiyanto (2011), *ease of use* atau kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi akan membebaskan upaya seseorang.

Kemudahan berpengaruh bagi sikap, yakni semakin tinggi tingkat penggunaan terhadap teknologi informasi, semakin tinggi pula persepsi kemudahan sistem penggunaan (Amijaya, 2010).

Manfaat

Dalam pertemuannya dengan DPD RI Bank Indonesia menemukan masalah ekonomi modern, yakni *traffic* pertukaran jasa dan barang yang begitu deras hingga membutuhkan dukungan dari ketersediaan prosedur transaksi yang mampu menjalankan transaksi secara efektif, aman dan cepat. Fungsi uang sebagai media transaksi dirasa mulai memupuk masalah, terutama dalam segi biaya *cash handling* yang tinggi dan *velocity of money* yang rendahnya. Uang elektronik muncul sebagai solusi terhadap kebutuhan-kebutuhan tersebut untuk memproses transaksi secara cepat dengan biaya yang murah.

Promosi

Menurut Kurtz (2012) upaya pemasaran menawarkan beraneka cara mendalam guna mendorong calon konsumen dalam merasakan atau menggunakan sebuah produk disebut promosi. Tujuan utama promosi biasanya adalah untuk menginformasikan produk, membujuk dan mengingatkan calon pembeli.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Promosi adalah komunikasi terhadap pelanggan potensial tentang produk, yang bisa memberikan solusi pada keinginan dan kebutuhan pelanggan guna membujuknya membeli produk tersebut (Buchari Alma, 2011).

Promosi adalah rencana yang digunakan perusahaan untuk pelanggan dalam menggambarkan produk agar pelanggan menerima penjelasan secara rinci terkait produk ditawarkan oleh bank dan pelanggan bisa membeli produk yang mereka inginkan (Lupiyoadi, 2013).

Pengertian Keputusan

Sebuah tindakan yang diambil dari beberapa alternatif disebut keputusan. Seorang pembeli yang akan melaksanakan keputusan maka orang tersebut mesti punya pilihan alternatif. (Schiffman dan Kanuk, 2010).

Menurut Ghozali (2010) keputusan yakni suatu akhir dari proses kesimpulan mengenai suatu problema dalam menjawab pertanyaan apa yang mesti dilakukan agar mengatasi persoalan tersebut, dengan cara menentukan pilihan terhadap beberapa alternatif.

Menurut Sangadji (2013) Pengambilan keputusan ialah proses seseorang mengombinasi informasi dalam menilai dua opsi atau lebih, dan mengambil satu diantara opsi-opsi tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Tetap Menggunakan

Kemudahan akan mendorong seseorang dalam memanfaatkan teknologi karena dengan mudahnya melakukan suatu pekerjaan seseorang akan terbebas dari suatu upaya untuk melakukan tugas yang mereka kehendaki.

Penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen Barang) yang dilakukan oleh Yunita F dan Dyah Ayu W (2015) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada keputusan pembelian. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membuat perumusan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1): Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan.

Pengaruh Kemanfaatan terhadap Keputusan Tetap Menggunakan

Kemanfaatan akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu alat karena dengan adanya manfaat maka seseorang merasa melakukan suatu hal yang produktif untuk kehidupannya sehari-hari.

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money oleh Arsita Ika Adiyanti (2015), membuktikan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Berbasis penjelasan terkait, peneliti membuat perumusan hipotesis:

Hipotesis 2 (H2): Kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Tetap Menggunakan

Promosi menjadi hal penting bagi seseorang dalam mengetahui apakah ada hal yang bisa dihindari dalam memenuhi kebutuhannya, dan membuat seseorang tertarik untuk mencoba produk terkait.

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money oleh Arsita Ika Adiyanti (2015) membuktikan variabel promosi mempengaruhi keputusan penggunaan uang elektronik. Meninjau penjabaran diatas, peneliti membuat perumusan hipotesis seperti ini:

Hipotesis 3 (H3): Promosi berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) populasi yakni wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang memiliki jumlah tertentu dan kriteria yang didefinisikan penulis guna dipelajari dan disimpulkan. Warga provinsi DIYogyakarta merupakan populasi dalam penelitian ini, meskipun sampel yang digunakan adalah warga Yogyakarta yang telah menggunakan uang elektronik.

Sampel Penelitian

Convenience sampling adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Peneliti menggunakan *Convenience sampling* untuk metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. Peneliti mengambil sampel yang akan diteliti sejumlah 100 penduduk di provinsi DIY yang menggunakan uang elektronik.

Sumber Data

Peneliti menggunakan data primer sebagai sumber data yang akan digunakan, data tersebut diperoleh melalui penyebaran angket kuesioner secara *online* kepada masyarakat DIYogyakarta yang menggunakan *e-money* dan dari data sekunder yang diperoleh melalui internet dan studi terdahulu. Penelitian ini memakai jenis data sebagai berikut :

Data Primer

Menurut Mufraini (2013) Informasi pokok yang didapatkan oleh peneliti ialah dengan cara menyebarkan kuesioner pada masyarakat di DIYogyakarta. Skala Likert digunakan pada penyusunan kuesioner ini. Skala Likert dipakai guna menilai persepsi dan sikap seorang individu.

Data Sekunder

Studi Pustaka

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kuesioner, peneliti juga menggunakan sastra dalam perolehan data untuk penelitian ini.

Mencari data dengan melakukan pengamatan lewat membaca jurnal, buku, artikel dan lainnya.

Pencarian Internet

Internet Research di sini bertujuan untuk mengisi data yang tak dapat diperoleh dari literatur melalui Internet. Tujuan penelitian ini akan cepat tercapai melalui banyaknya informasi di internet, karena internet merupakan wadah informasi yang berkembang dengan sangat cepat.

Metode dan Teknik Analisis

Uji Validitas

Uji validitas berfungsi menentukan apakah kuesioner valid atau tidak. Kuesioner dianggap sah apabila pertanyaan kuesioner bisa menerangkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Sugiyono, 2015).

Uji Reliabilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban atas pertanyaan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang, seseorang di sini akan disajikan dengan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan melihat apakah itu kompatibel dengan respon.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja, pengukuran satu kali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau untuk mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. SPSS menawarkan pengukuran reabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$, maka sebuah variabel bisa dikatakan handal (Sugiyono, 2015).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji normalitas berfungsi memeriksa apakah model regresi, residual atau variabel pengganggu berdistribusi normal. Uji ini tidak valid jika asumsi distribusi normal dilanggar. Untuk melakukan uji normalitas peneliti melakukan 2 metode, yakni analisa statistik serta analisis grafik.

Uji Multikolinearitas

Apabila skor koefisien korelasi antara setiap variabel bebas kurang dari 0,70, maka tak terjadi multikolinearitas. Syarat regresi yang tak mendapati multikolinearitas ialah skor VIF < 10. VIF bisa diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance Value}$$

Tolerance Value dan VIF menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dengan demikian, nilai-nilai toleransi yang rendah menetapkan nilai tinggi untuk VIF karena $VIF = 1 / Tolerance Value$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi memeriksa apakah terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain dalam model regresi. Uji tersebut dilaksanakan dengan melakukan uji *glejser* (Husein, 2013). Uji *glejser* meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen, dengan rumus:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Apabila tingkat signifikansinya <0,05, berarti terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi terkait, namun apabila signifikansinya > 0,05 maka penelitian bisa diteruskan.

Uji Model

Uji Variasi Nilai Variabel Dependen (Uji Simultan)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Ghozali (2016), pada dasarnya uji F mengatakan apakah semua variabel independen dalam model terkait secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen. Uji F dinyatakan dalam rumus:

$$F = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) berfungsi menilai seberapa baik kemampuan model untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Nilai koefisien determinan yakni antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang mendekati nol (0) menandakan kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menandakan variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2016).

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Dalam mengeksekusi teknik Analisis Regresi Linier Berganda, peneliti memakai program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* untuk. Keputusan untuk tetap menggunakan *e-money* merupakan variabel terikat, sedangkan kemudahan, kemanfaatan, dan promosi merupakan variabel bebas. Analisis regresi linier berganda dinyatakan dalam rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Koefisien Regresi (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2016) uji parsial menunjukkan bagaimana pengaruh satu variabel bebas secara individual menjelaskan variasi variabel terikat. Dapat dijabarkan rumus uji t sebagai berikut :

$$t_{uji} = \frac{r\sqrt{n-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tes ini dirancang guna mengamati ada atau tidaknya variabel bebas yang berpengaruh terpisah atau parsial pada variabel terikat.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin (Gender)

Menunjukkan responden dengan jenis kelamin pria sebesar 50%, dan responden berjenis kelamin wanita sebesar 50% dengan total semua responden berjumlah 100 responden.

Usia

Menunjukkan responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 14%, responden berusia 21 hingga 30 tahun sebanyak 66%, responden berusia 31 hingga 40 tahun sebanyak 14%, responden berusia 41 hingga 50 tahun sebanyak 0% dan responden berusia diatas 50 tahun sebanyak 6%.

Pengeluaran

Menunjukkan responden dengan pengeluaran < Rp 1.000.000,- sebanyak 11%, jumlah responden dengan pengeluaran Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,- sebanyak 44%, jumlah responden dengan pengeluaran Rp 3.000.001,- s.d Rp 5.000.000,- sebanyak 23%, jumlah responden dengan pengeluaran Rp 5.000.001,- s.d Rp 7.000.000,- sebanyak 4% dan jumlah responden dengan pengeluaran > Rp 7.000.000,- sebanyak 18%.

Pekerjaan

Menunjukkan responden bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa senilai 53%, jumlah responden berprofesi sebagai PNS/TNI/Polri senilai 3%, jumlah responden berprofesi sebagai Karyawan/Pegawai Swasta senilai 21%, jumlah responden berprofesi sebagai Wiraswasta senilai 16%, jumlah responden berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga senilai 7%.

Daerah Tempat Tinggal

Menunjukkan responden yang bertempat tinggal di Kota Yogyakarta sebanyak 45%, responden yang bertempat tinggal di Kabupaten Sleman sebanyak 38%, responden yang bertempat tinggal

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

di Kabupaten Bantul sebanyak 11%, responden yang bertempat tinggal di Kabupaten Gunung Kidul sebanyak 4%, dan responden yang bertempat tinggal di Kabupaten Kulon Progo sebanyak 2%.

Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas Variabel Uang Elektronik

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan 1	0,582	0,361	Valid
Kemudahan 2	0,631	0,361	Valid
Kemudahan 3	0,632	0,361	Valid
Kemudahan 4	0,655	0,361	Valid
Kemudahan 5	0,607	0,361	Valid
Kemudahan 6	0,570	0,361	Valid
Kemudahan 7	0,712	0,361	Valid
Kemudahan 8	0,621	0,361	Valid

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemanfaatan 1	0,534	0,361	Valid
Kemanfaatan 2	0,566	0,361	Valid
Kemanfaatan 3	0,659	0,361	Valid
Kemanfaatan 4	0,602	0,361	Valid
Kemanfaatan 5	0,592	0,361	Valid
Kemanfaatan 6	0,784	0,361	Valid
Kemanfaatan 7	0,811	0,361	Valid
Kemanfaatan 8	0,784	0,361	Valid

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Promosi 1	0,722	0,361	Valid
Promosi 2	0,781	0,361	Valid
Promosi 3	0,813	0,361	Valid
Promosi 4	0,676	0,361	Valid
Promosi 5	0,799	0,361	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Promosi 6	0,698	0,361	Valid
Promosi 7	0,819	0,361	Valid
Promosi 8	0,791	0,361	Valid

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KP 1	0,669	0,361	Valid
KP 2	0,828	0,361	Valid
KP 3	0,811	0,361	Valid
KP 4	0,745	0,361	Valid
KP 5	0,845	0,361	Valid
KP 6	0,802	0,361	Valid
KP 7	0,849	0,361	Valid
KP 8	0,835	0,361	Valid
KP 9	0,820	0,361	Valid
KP 10	0,787	0,361	Valid

menampilkan setiap variabel memiliki keterangan valid bagi setiap pernyataan berdasarkan indikator $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah instrumen yang berfungsi menilai kuesioner yang menjadi indikator dari variabel. Apabila tanggapan pada pertanyaan stabil atau konsisten dari waktu ke waktu maka sebuah kuesioner dapat dinyatakan andal atau reliabel. Dengan menggunakan indikator uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,70$, reabilitas dapat diukur melalui SPSS (Ghozali, 2016).

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kemudahan	0,784	$\geq 0,7$	Reliabel
Kemanfaatan	0,781	$\geq 0,7$	Reliabel
Promosi	0,893	$\geq 0,7$	Reliabel
keputusan tetap menggunakan	0,954	$\geq 0,7$	Reliabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7. Variabel kemudahan, kemanfaatan, promosi, dan keputusan tetap menggunakan dinyatakan reliabel dan menunjukkan bahwa jawaban responden dalam menjawab pernyataan dalam kuesioner bersifat konsisten atau stabil.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian disimpulkan poin *unstandardized* residual mempunyai skor *asympt. Sig. (2-tailed)* 0,080 yang menunjukkan $> 0,05$, hasil tersebut menyimpulkan pendistribusian data yang normal terjadi dalam penelitian terkait.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pengujian setiap variabel bebas memiliki $VIF < 10$, yakni variabel kemudahan senilai 2,258, variabel kemanfaatan uang senilai 2,812 serta variabel promosi senilai 2,161, dengan demikian bisa ditarik kesimpulan tidak adanya multikolinearitas. Poin *Tolerance* $> 0,10$ bagi variabel kemudahan senilai 0,443, variabel kemanfaatan senilai 0,356 serta variabel promosi senilai 0,463, dengan demikian regresi linier berganda bisa dipakai di penelitian ini karena didapati adanya multikolinieritas antar variabel terikat dengan variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas berfungsi menganalisa apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke yang berikutnya didalam suatu regresi. Dalam heteroskedastisitas kesalahan dijelaskan dengan hubungan sistematis dalam jumlah satu atau lebih variabel. Pengujian heteroskedastisitas bisa dijalankan dalam dua metode, yakni statistik dan grafis:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Heteroskedastisitas Grafik (*Scatterplot*)

Pendeteksian heteroskedastisitas bisa dilaksanakan lewat mengamati grafik *scatterplot* antara SREID dan ZPREID yang telah di *studentized* dimana sumbu Y ialah yang diprediksi, sedangkan sumbu X ialah residual (Ghozali, 2016).

Dari grafik *scatterplot* yang terdapat pada gambar diatas bisa diamati bulatan memencar *random*, tanpa kejelasan pola dan juga memencar dibawah dan diatas titik nol di sumbu Y. Sehingga kesimpulannya tidak terdeteksi adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas Statistik

Dari hasil pengolahan data bisa diamati bahwa skor signifikansi pada variabel kemudahan (X1) senilai 0,767, variabel kemanfaatan (X2) senilai 0,422 dan variabel promosi (X3) senilai 0,250. Dengan nilai signifikansi $> 0,05$, bisa diartikan pada model regresi tak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Model

Uji Variasi Nilai Variabel Dependen (Uji Simultan)

Uji simultan berfungsi untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat, hasil pengujian disajikan sebagai berikut:

Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa model diatas bisa digunakan untuk variabel keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY karena poin F_{hitung} senilai 86,762 dan poin F_{tabel} senilai 2,70, maka bisa diputuskan $F_{hitung} (86,762) > F_{tabel} (2,70)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara garis besar menjelaskan bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan dan promosi *e-money* mampu menjelaskan variabel keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) berfungsi menilai seberapa baik kemampuan model untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Nilai koefisien determinan yakni antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang mendekati nol (0) menandakan kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menandakan variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2016).

Dapat disimpulkan koefisien determinasi (R^2) senilai 0,722. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel bebas bisa menerangkan variabel terikat senilai 72%, serta 28% sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tak tercantum dalam model ini.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Uji analisis klasik dasar sudah terlaksana dan menyimpulkan bahwa variabel-variabel terkait telah mencukupi persyaratan dari asumsi klasik tersebut. Selanjutnya penelitian akan diteruskan dengan menguji signifikansi model dan interpretasi model regresi. Pengujian tersebut membuahkan hasil sebagai berikut. Berdasarkan pengolahan data, bisa disimpulkan persamaan regresi:

$$Y = -2,617 + 0,021 X_1 + 0,845 X_2 + 0,462 X_3$$

Uji Parsial (Uji t)

Fungsi uji parsial ialah untuk menganalisis apakah pada variabel independen secara parsial berpengaruh bagi variabel dependen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 3
Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.617	3.259		-.803	.424
1					
Kemudahan	.021	.133	.012	.154	.878
Kemanfaatan	.845	.140	.534	6.016	.000
Promosi	.462	.096	.376	4.827	.000

a. Dependent Variable: Keputusan tetap menggunakan

Pembahasan

1) Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Tetap Menggunakan E-money di Masyarakat DIY

Hasil uji t menunjukkan, nilai t_{hitung} variabel kemudahan (X1) senilai 0,154 dan t_{tabel} senilai 1,984. Maka bisa disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai signifikan sebesar 0,878 $> 0,05$. Maka bisa dikatakan kemudahan *e-money* tidak berpengaruh bagi keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY.

Hasil penelitian ini terjadi disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah sampel penelitian yang memiliki rentang usia cukup tua yang kurang beradaptasi dengan penggunaan teknologi gadget terbaru sehingga belum merasakan betul faktor kemudahan dari menggunakan *e-money*.

Faktor lain yang menyebabkan kemudahan tidak berpengaruh pada keputusan tetap menggunakan uang elektronik ialah karena bagi semua orang uang elektronik itu sama-sama mudah, jadi kemudahan tidak lagi menjadi faktor penentu apakah seseorang akan memutuskan untuk tetap menggunakan uang elektronik atau tidak.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2) Pengaruh Kemanfaatan E-money Terhadap Keputusan Tetap Menggunakan E-money di Masyarakat DIY

Hasil uji t menunjukkan, nilai t_{hitung} variabel kemanfaatan (X2) senilai 6,016 dan t_{tabel} senilai 1,984. Maka bisa disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka bisa dikatakan kemanfaatan *e-money* berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY. Dengan demikian dapat disimpulkan, semakin banyak manfaat yang dialami oleh masyarakat pengguna *e-money*, semakin tinggi pula motivasi masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai media transaksi sehari-hari.

3) Pengaruh Promosi E-money Terhadap Keputusan Tetap Menggunakan E-money di Masyarakat DIY

Hasil uji t menunjukkan, nilai t_{hitung} variabel kemanfaatan (X3) senilai 4,827 dan t_{tabel} senilai 1,984. Maka bisa disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka bisa dikatakan promosi *e-money* berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY. Dengan demikian bisa disimpulkan, semakin intens promosi perusahaan, akan semakin membuat masyarakat terdorong untuk menggunakan *e-money*.

4) Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Promosi E-money Terhadap Keputusan Tetap Menggunakan E-money di Masyarakat

Hasil uji F menunjukkan, poin F_{hitung} senilai 86,762 dan F_{tabel} senilai 2,70, dapat diartikan $F_{hitung} (86,762) > F_{tabel} (2,70)$ dengan signifikansi 0,000 dikarenakan tingkat signifikan $< 0,05$, keputusan tetap menggunakan *e-money* bisa digunakan sebagai variabel terikat dalam model regresi ini. Secara garis besar bisa dinyatakan variabel kemudahan, kemanfaatan dan promosi *e-money* secara simultan mampu menjelaskan variasi variabel keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari data diperoleh dan uji yang sudah dilaksanakan terhadap permasalahan, peneliti bisa menyimpulkan:

- 1) Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat Provinsi DIY.
- 2) Kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat Provinsi DIY.
- 3) Promosi berpengaruh terhadap keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat Provinsi DIY.

Saran

Bagi Penerbit Uang Elektronik

Pada segi kemudahan, penerbit disarankan membuat perjanjian atau komitmen dengan penerbit *e-money* lainnya, agar setiap produk *e-money* yang beredar bisa dipakai di berbagai macam tempat, dengan kata lain tidak hanya di agen penerbit uang elektronik ini saja, tetapi juga di penerbit lain. Sebagai contoh, seperti model ATM Bersama/*link* yang bisa melayani beraneka macam penerbit ATM.

Pada segi kemanfaatan, diharapkan penerbit *e-money* memperbanyak akses *e-money* di berbagai sektor publik dan bekerja sama dengan banyak pihak lain agar *e-money* dapat di manfaatkan dimana saja. Dengan demikian, pengguna akan mendapatkan manfaat lebih dan keuntungan lebih dalam menggunakan uang elektronik.

Pada segi promosi, selain promosi yang lebih gencar, penerbit diharapkan juga memberikan pemahaman dan edukasi dari *e-money* itu sendiri, agar masyarakat memahami

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengapa mereka harus menggunakan *e-money* dan lebih menyadari kemudahan serta kemanfaatan dari uang *e-money*.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini mampu berguna bagi peneliti lainnya dimasa mendatang. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dan mengambil elemen lain di masyarakat untuk menganalisa faktor lain yang berpengaruh pada keputusan tetap menggunakan *e-money*, karena masih terdapat 28% elemen lain yang dapat berpengaruh proses pengambilan keputusan tetap menggunakan *e-money* di masyarakat DIY.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I., dan Shine, J. *Extending The New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank Treasury*. Technology Analysis & Strategic Management. Vol.15. 2003
- Alastair M, Morisson. *Hospitality & Travel Marketing*. Delmar Cengage Learning. 2010
- Amijaya, Gilang Rizky. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Universitas Diponegoro, Semarang. 2010
- Astuti, Tri, Rr. Indah Mustikawati. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. Jurnal Nominal. 2013.
- Buchari, Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV Alfabeta. Bandung. 2011
- Cecchetti, Stephen G dan Scoenholtz, Kermit L. *Money, Banking, and Financial Markets*. McGraw Hill Education. Singapore, 2015.
- Mishkin, Frederic S. *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*. Pearson Prentice Hall. Boston, 2010
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016
- Hidayati, Siti, dkk. Operasional *E-Money*. Jakarta. Bank Indonesia. 2006
- Jogiyanto, H.M. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta. 2007

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall. New Jersey, 2011
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gerry. *Prinsiples of Marketing*. Pearson Prentice Hall. New Jersey. 2011
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Management. 14th Edition*. Prentice Hall New Jersey, 2012
- Kotler, Philip. *Marketing Management Millenium Edition*. Prentice Hall Boston. 2012
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta. 2013
- Mufraini, M. Arief. *Akuntansi dan Manajemen Zakat*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2013
- Rahmatsyah, Deny. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru*. Thesis. Universitas Indonesia, Depok. 2011
- Rendragaha, Aditia. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Commerce Dengan Metode TAM*. STIE Perbanas, Surabaya. 2011
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. *Metodologi Penelitian*. ANDI. Yogyakarta. 2010
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan 13. Alfabeta. Bandung. 2011
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen ; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor. 2011
- Suzanti, Amalia, Rachma Hidayati dan Erlinda Muslim. *Perancangan Roadmap Produk dan Teknologi pada Uang Elektronik Chip-Based di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 14, No.1. Universitas Indonesia, Depok. 2015
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali. Jakarta. 2013
- Waspada, Ikaputera. *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol 16, No 1 Januari 2012. Diakses pada 10 Januari 2018.
- Wibowo. *Manajemen Kinerja*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta. 2008
- Wiliarni, Diah. *Pengaruh Faktor-Faktor Technology Acceptance Terhadap Pemanfaatan Jasa Online Banking*. Universitas Negeri Yogyakarta. 2009
- Yuliadi. *Ekonomi Moneter*. PT Indeks, Jakarta. 2004