

**PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT
PENGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *CASHLESS***

(Studi kasus pada mahasiswa di Yogyakarta)

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan

Program Studi Akuntansi

Sarjana STIE YKPN



Desy Rahayu Silaen

111628920

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT PENGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *CASHLESS*

(Studi Kasus pada Mahasiswa di Yogyakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DESY RAHAYU SILAEN

No Induk Mahasiswa: 111628920

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 21 Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Bidang Akuntansi.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS.,AK.,CA.

Penguji



Julianto Agung Saputro, Dr.,S.Kom.,M.Si, Ak.

Yogyakarta, 21 Agustus 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Haryono Subhyakto, Dr., M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT PENGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *CASHLESS*

(Studi kasus pada mahasiswa di Yogyakarta)

ABSTRAK

Uang elektronik merupakan alat pembayaran elektronik non-tunai (cashless) yang saat ini sedang berkembang pesat penggunaannya di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan pembayaran cashless dan mengetahui variabel mana yang mempengaruhi minat menggunakan pembayaran cashless pada mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner dengan Google Form kepada mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Alat analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat penggunaan dan kepercayaan mempengaruhi minat mahasiswa di Yogyakarta menggunakan pembayaran cashless. Sementara pengaruh sosial, persepsi kemudahan dan persepsi risiko tidak menunjukkan adanya pengaruh pada minat mahasiswa di Yogyakarta menggunakan pembayaran cashless.

Kata kunci: Cashless, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. PENDAHULUAN

Dampak dari munculnya inovasi baru di dalam sistem pembayaran disebabkan oleh berkembangnya sistem pembayaran dengan berbasis elektronik. Masyarakat diharuskan untuk bijak dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kemudahan dan keamanan pembayaran transaksi menggunakan metode pembayaran *cashless* (non-tunai). Munculnya berbagai inovasi digital membuktikan bahwa masyarakat ikut berkontribusi dalam berkembangnya zaman menjadi semakin modern.

Berkembangnya bisnis *startup* membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk mengeluarkan produk finansial digital. Berdasarkan PBI 20/6/PBI/2018, uang elektronik di Indonesia dibagi menjadi dua yakni uang elektronik berbasis *chip* dan berbasis server. Uang elektronik berbasis *chip* berbentuk kartu seperti *e-money*, e-toll, flazz BCA dan lain sebagainya. Sedangkan uang elektronik berbasis server berbentuk aplikasi seperti GoPay, OVO, DANA, t-Cash, LinkAja, i-saku.

Berdasarkan data statistik di Bank Indonesia, transaksi menggunakan uang elektronik mengalami pertumbuhan yang semakin baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin meningkatnya volume transaksi dengan jumlah nominal transaksi yang dilakukan dengan menggunakan uang elektronik. Kecenderungan generasi milenial menggunakan pembayaran non tunai disebut dengan *cashless society*. *Cashless society* sendiri berarti bahwa masyarakat lebih memilih menggunakan cara pembayaran non tunai dalam bertransaksi dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Di Indonesia sendiri sudah ada 38 dompet digital yang telah terdata di Bank Indonesia, yang paling banyak penggunanya adalah GoPay dari Gojek (iPrice Group, 2019).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ma'ruf (2016) membahas mengenai mahasiswa menggunakan metode pembayaran non tunai dikarenakan dalam melakukan proses pembayaran dirasa lebih cepat, efisien dan mendapatkan keuntungan berupa diskon-diskon yang diberikan oleh *merchant* tertentu apabila melakukan pembayaran dengan uang non tunai. Menurut Davis (1989) ukuran kepercayaan seseorang terhadap teknologi yang dapat mudah dipahami merupakan definisi dari persepsi kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) sedangkan persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) adalah ukuran di mana penggunaan teknologi dapat membawa manfaat bagi mereka yang menggunakannya.

2. TELAAH LITERATUR

2.1 Teori Utama

2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Gagasan *technology acceptance model* pertama kali disampaikan oleh Davis (1989) sebagai model penerimaan teknologi oleh para pengguna. TAM sendiri memiliki tujuan untuk meramalkan manfaat yang penggunaan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*). TAM menyatakan bahwa sebenarnya penggunaan sistem informasi atau teknologi informasi dipengaruhi secara langsung atau tidak langsung tetapi mempunyai potensi dengan beberapa variabel yaitu minat perilaku pengguna, sikap, manfaat yang dapat dirasakan dan kemudahan yang dirasakan dari penggunaan sistem informasi atau teknologi informasi. TAM menyajikan dasar teoritis untuk mencari tahu faktor mana saja yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori, penelitian yang relevan serta berbagai latar belakang dan teori yang mendasari penelitian ini maka peneliti mengajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

2.2.1 Pengaruh sosial terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*

Pengaruh sosial adalah pengaruh yang didapat dari orang-orang yang ada disekitar kita, pengaruh itu biasanya didapat dari teman, rekan kerja, lingkungan bermain, bahkan lingkungan tempat seseorang itu tinggal. Badarudin (2019) memperoleh hasil penelitian yaitu bahwa semakin tinggi pengaruh sosial yang didapat maka semakin banyak masyarakat yang berminat menggunakan uang elektronik. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti akan mengembangkan hipotesis yaitu:
H₁: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

2.2.2 Persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*

Persepsi kemudahan dalam hal menggunakan teknologi informasi sangat penting untuk menentukan keputusan pengguna untuk memakai teknologi informasi tersebut. Teknologi lebih disukai oleh pengguna apabila lebih mudah dioperasikan dan mudah dimengerti. Zulqurnain (2017) menyatakan bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti akan mengembangkan hipotesis yaitu:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H₂: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

2.2.3 Persepsi manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*

Persepsi manfaat penggunaan adalah level dimana pengguna yang menggunakan teknologi itu mampu untuk menaikkan kinerjanya sehingga dapat menaikkan pula prestasinya. (Davis, 1989). Penelitian lain yang dilakukan oleh Kusuma (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat penggunaan *e-money* dapat meningkatkan kinerja dalam bertransaksi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas dalam transaksi. Dengan adanya uraian di atas, maka peneliti akan mengembangkan hipotesis yaitu:

H₃: Persepsi manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

2.2.4 Kepercayaan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*

Kepercayaan merupakan keyakinan individu terhadap pihak lain dalam memberikan layanan pembayaran uang elektronik secara baik dan sesuai ekspektasi. Tjini & Baridwan (2012) menyatakan dalam penelitiannya yang mempengaruhi sikap penggunaan dari *internet banking* adalah kepercayaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti akan mengembangkan hipotesis yaitu:

H₄: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

2.2.5 Persepsi risiko terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi risiko berperan penting dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap pengguna uang elektronik. Makin rendahnya risiko yang terdeteksi maka semakin tinggi pengguna uang elektronik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) menghasilkan kesimpulan yaitu persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan elektronik di masyarakat kota Semarang. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti akan mengembangkan hipotesis yaitu:

H₅: Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa di Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian barang atau menggunakan jasa yang pembayarannya menggunakan uang elektronik atau metode pembayaran *cashless*. Jumlah mahasiswa yang akan diteliti tidak diketahui, karena jumlah dari pengguna uang elektronik semakin bertambah setiap saat

3.1.2 Sampel Penelitian

Bagian dari anggota obyek yang ingin diteliti merupakan definisi dari sampel (Algifari, 2010). . Pertimbangan yang dapat dipilih menjadi responden adalah yang pernah melakukan pembayaran barang dan penggunaan jasa menggunakan uang elektronik atau pembayaran dengan metode *cashless*, mahasiswa aktif baik kampus swasta maupun negeri, berdomisili di Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sampel sebanyak 100 mahasiswa. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu unsur atau objek yang akan diteliti, sering juga disebut sebagai faktor penting yang dipakai untuk meneliti suatu kasus, gejala atau fenomena tertentu.

3.2.1 Variabel Independen

Pengaruh sosial (X1) pada penelitian didefinisikan sebagai pengaruh lingkungan yang ada disekitar kita. Pengaruh lingkungan dapat ditemukan dari rekan kerja, rekan di kampus bahkan keluarga mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi karena mendapat pengaruh dari lingkungan sosial yang menggunakan teknologi atau sistem informasi.

Persepsi Kemudahan (X2) didefinisikan sebagai persepsi kemudahan sebuah teknologi informasi atau sistem informasi untuk digunakan, semakin mudah sebuah teknologi informasi atau sistem informasi dipahami semakin banyak pulang individu yang menggunakan.

Persepsi Manfaat Penggunaan (X3) dalam penelitian ini yaitu sebuah teknologi informasi atau sistem informasi ketika digunakan dapat meningkatkan prestasi kinerja, produktivitas dapat meningkat, efektivitas kerja dan tentunya bermanfaat bagi orang yang menggunakan teknologi informasi.

Kepercayaan (X4) pada penelitian ini yaitu tingkat keyakinan rasa aman individu ketika menggunakan teknologi informasi atau sistem informasi dalam melakukan pembayaran barang maupun jasa secara *cashless*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Risiko (X5) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai rasa khawatir mahasiswa menggunakan suatu barang atau jasa tidak berfungsi secara baik dan benar.

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu minat menggunakan metode pembayaran *cashless*. Minat menggunakan metode pembayaran *cashless* pada penelitian ini yaitu minat mahasiswa melakukan pembayaran secara non tunai menggunakan uang elektronik berbasis chip atau server.

3.3 Pengujian Variabel

3.3.1 Uji Validitas

Suatu ukuran untuk melihat valid tidaknya suatu instrumen merupakan definisi validitas oleh Arikunto (2006) yaitu suatu ukuran yang memperlihatkan tingkat kevalidan dan kebenaran instrumen. Apabila tingkat validitas itu tinggi maka uji tersebut mempunyai instrumen yang valid dan benar, sedangkan apabila tingkat validitas itu rendah maka uji tersebut mempunyai instrumen yang kurang valid. Agar dapat menentukan apakah instrumen itu valid atau tidak pertanyaan dalam kuesioner menggunakan cara yaitu membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan alpha 5%, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan kuesioner valid.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai ukuran apakah instrumen pengukuran dapat diandalkan untuk mengukur objek penelitian. Sugiyono (2014) mendefinisikan uji reliabilitas yaitu uji yang dilakukan apabila hasil dari data itu sama atau konsisten

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jika instrumen diuji beberapa kali menggunakan alat pengukuran yang sama. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dilihat pada cronbach alpha, jika hasil cronbach's alpha lebih dari 0,6 maka dapat diasumsikan bahwa pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat diandalkan, dan jika nilai cronbach's alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan pada kuesioner dapat dikatakan tidak andal.

3.3.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisa data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan tanpa merubah suatu apapun tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum merupakan pengertian Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2014).

3.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data yang digunakan memiliki distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2011). Apabila asumsi data berdistribusi normal, maka harus dilakukan pengujian apakah sebaran data berdistribusi normal atau tidak. Jika data tidak berdistribusi normal mengakibatkan statistik parametrik tidak bisa digunakan, sehingga diganti dengan menggunakan statistik nonparametrik.

3.3.5 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Uji ini sebagai syarat untuk menilai ada tidaknya multikolinearitas satu variabel dengan variabel lain. Model regresi yang kuat menurut Ghozali (2011) yaitu tidak terdapat gejala kolerasi antar variabel independen. Menurut Ghozali (2011) nilai VIF (Variance Inflation Factor) dapat digunakan untuk melihat ada atau

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tidaknya gejala multikolinearitas. Apabila VIF itu tidak melebihi angka 10 dan nilai toleransi tidak melebihi angka 0,1 maka tidak ada multikolinearitas.

3.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya ketidakseimbangan varian antara residual dalam model regresi. Model regresi yang berhasil menurut Ghozali (2011) ialah yang memenuhi kriteria homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ketika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.3.7 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah tes hipotesis yang akan dipakai pada penelitian ini. Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk mencari tahu dan mengumpulkan informasi mengenai variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis linier berganda diuji dengan menggunakan variabel bebas. Pada penelitian ini akan menggunakan program aplikasi SPSS.

3.3.8 Uji F (Uji Model)

Dilakukannya uji F untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen dapat menjelaskan model yang digunakan (Ghozali, 2016, p. 96). Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel maka model ini dapat digunakan untuk uji selanjutnya, sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel maka model ini tidak dapat digunakan pada uji selanjutnya.

3.3.9 Uji Determinasi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji ini digunakan untuk melihat sejauh mana kualitas model dapat menerangkan variasi pada variabel bebas merupakan arti dari uji determinasi. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mengarah ke angka 1 maka variabel independen hampir memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel terikat, sebaliknya jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil mengarah ke angka 0 maka variabel independen akan mengalami keterbatasan untuk menjelaskan variabel terikat.

3.3.10 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen dengan dependen dapat menggunakan uji t. Pada analisis ini perbandingan dilihat antara t hitung dengan t kritis. Apabila t hitung lebih besar dari t kritis dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. ANALISIS HASIL

4.1 Karakteristik Responden

Data yang diperoleh oleh peneliti berasal dari 100 responden yaitu mahasiswa yang pernah melakukan pembayaran menggunakan metode cashless. Karakteristik responden terdiri dari universitas, jenis kelamin dan usia.

a. Responden berdasarkan universitas

Universitas	Jumlah	Presentase (%)
STIE YKPN	58	58%
UGM	17	17%
UNY	6	6%
Poltekkes Yogyakarta	3	3%
Atma Jaya Yogyakarta	3	3%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

UIN Sunan Kalijaga	2	2%
STP AMPTA	1	1%
UST	1	1%
AMIKOM	1	1%
UTY	1	1%
USD	1	1%
UII	1	1%
UPN	1	1%
AA YKPN	1	1%
STikes Panti Rapih	1	1%
STEI Yogyakarta	1	1%
Universitas Aisyiyah Yogyakarta	1	1%

b. Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	9	9%
Perempuan	91	91%

c. Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
18-22 tahun	85	85%
23-27 tahun	15	15%
>27 tahun	0	0%

4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Hasil Uji Validitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Pertanyaan	r hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
Pengaruh sosial	X1.1	0,830	0,000	0,1654	Valid
	X1.2	0,822	0,000	0,1654	Valid
	X1.3	0,744	0,000	0,1654	Valid
	X1.4	0,655	0,000	0,1654	Valid
Persepsi kemudahan	X2.1	0,790	0,000	0,1654	Valid
	X2.2	0,733	0,000	0,1654	Valid
	X2.3	0,830	0,000	0,1654	Valid
	X2.4	0,765	0,000	0,1654	Valid
Persepsi manfaat penggunaan	X3.1	0,798	0,000	0,1654	Valid
	X3.2	0,853	0,000	0,1654	Valid
	X3.3	0,698	0,000	0,1654	Valid
	X3.4	0,733	0,000	0,1654	Valid
Kepercayaan	X4.1	0,795	0,000	0,1654	Valid
	X4.2	0,779	0,000	0,1654	Valid
	X4.3	0,800	0,000	0,1654	Valid
	X4.4	0,771	0,000	0,1654	Valid
Persepsi risiko	X5.1	0,751	0,000	0,1654	Valid
	X5.2	0,831	0,000	0,1654	Valid
	X5.3	0,709	0,000	0,1654	Valid
	X5.4	0,773	0,000	0,1654	Valid
	X5.5	0,806	0,000	0,1654	Valid
	X5.6	0,740	0,000	0,1654	Valid
Minat menggunakan pembayaran <i>cashless</i>	Y.1	0,576	0,000	0,1654	Valid
	Y.2	0,818	0,000	0,1654	Valid
	Y.3	0,809	0,000	0,1654	Valid
	Y.4	0,813	0,000	0,1654	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil uji validitas yaitu valid yaitu dengan r tabel sebesar 0,1654 yang lebih kecil dari r hitung. Berdasarkan hasil tersebut seluruh pertanyaan dari seluruh variabel dapat dipakai sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	r kritis	Keterangan
Pengaruh sosial	0,755	0,6	Reliable
Persepsi kemudahan	0,797	0,6	Reliable
Persepsi manfaat penggunaan	0,774	0,6	Reliable
Kepercayaan	0,791	0,6	Reliable
Persepsi risiko	0,860	0,6	Reliable
Minat menggunakan pembayaran <i>cashless</i>	0,754	0,6	Reliable

Dengan melihat hasil uji reliabilitas menunjukkan setiap pertanyaan yang ada di dalam kuesioner dapat dikatakan reliable atau dapat dipercaya. Terlihat dari hasil cronbach alpha yang lebih dari 0,6 maka 26 pertanyaan yang ada di kuesioner layak digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Pengaruh sosial	100	2,0	5,0	3,997	0,5692
Persepsi kemudahan	100	2,8	5,0	4,380	0,4653
Persepsi manfaat penggunaan	100	3,0	5,0	4,233	0,4744
Kepercayaan	100	3,0	5,0	4,045	0,4929
Persepsi risiko	100	1,0	5,0	3,072	0,8221

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Minat menggunakan pembayaran <i>cashless</i>	100	3,0	5,0	3,975	0,5300
--	-----	-----	-----	-------	--------

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel pengaruh sosial dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai setuju terhadap variabel pengaruh sosial.
2. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel persepsi kemudahan dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai setuju terhadap variabel persepsi kemudahan.
3. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel persepsi manfaat penggunaan dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai setuju terhadap variabel persepsi manfaat penggunaan.
4. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel kepercayaan dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai setuju terhadap variabel kepercayaan.
5. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel persepsi risiko dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai kurang setuju terhadap variabel persepsi risiko.
6. Hasil analisis data deskriptif terhadap variabel persepsi minat menggunakan pembayaran *cashless* dengan melihat nilai rata-ratanya dapat disimpulkan bahwa responden menilai setuju terhadap variabel minat menggunakan pembayaran *cashless*.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dasar Pengujian	Hasil	Signifikansi	Keterangan
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,999	0,05	Data Berdistribusi Normal

Pada penelitian yang dilakukan ini dapat diperoleh signifikansi sebesar 0,999. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai Sig 0,999 > 0,05.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengaruh sosial	0,899	1,113	Tidak terdapat multikolinearitas
Persepsi kemudahan	0,619	1,615	Tidak terdapat multikolinearitas
Persepsi manfaat penggunaan	0,625	1,600	Tidak terdapat multikolinearitas
Kepercayaan	0,870	1,150	Tidak terdapat multikolinearitas
Persepsi risiko	0,906	1,104	Tidak terdapat multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Pengaruh sosial	0,485	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi kemudahan	0,190	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi manfaat penggunaan	0,070	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,132	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi risiko	0,267	Tidak terjadi heteroskedastisitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan melihat nilai Sig > 0,05.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji F

Dasar pengujian	Hasil	F tabel / Sig	Keterangan
Nilai F	15,739	2,31	Model dapat digunakan
Sig.	0,000	0,05	Model dapat digunakan

Pada penelitian ini dihasilkan nilai F hitung sebesar 15,739 dan nilai F tabel sebesar 2,31. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka model penelitian ini dapat digunakan pada uji yang selanjutnya. Begitu pula dengan nilai Sig sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai Sig lebih kecil dari nilai alpha sebesar 0,05 ini menunjukkan model ini dapat digunakan ke uji selanjutnya.

4.5.2 Uji Determinasi

R	R Square	Adj. R Square	Std. Error
0,675	0,456	0,427	1,605

Berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,427 yang berarti hubungan antar variabel independen yaitu pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan pembayaran *cashless* mempunyai kontribusi sebesar 42,7%. Sedangkan 57,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variabel penelitian ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.5.3 Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Variabel	T hitung	Signifikansi	Keterangan
Pengaruh sosial	0,900	0,370	H1 ditolak
Persepsi kemudahan	1,171	0,245	H2 ditolak
Persepsi manfaat penggunaan	2,470	0,015	H3 didukung
Kepercayaan	5,849	0,000	H4 didukung
Persepsi risiko	-0,254	0,800	H5 ditolak

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

Pengaruh sosial memiliki koefisien regresi sebesar 0,064 dan nilai dari t-hitung sebesar $0,900 < 1,98552$ dengan signifikansi sebesar $0,370 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran *cashless*. Hal tersebut dapat disebabkan karena mahasiswa menggunakan pembayaran secara non tunai karena keinginannya sendiri, bukan dari keluarga, teman atau lingkungan sosialnya. Sebagian mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* dikarenakan adanya discount atau *cashback* yang ditawarkan oleh mercant-mercant apabila membayar menggunakan uang non tunai.

4.6.2 Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi kemudahan memiliki koefisien regresi sebesar 0,129 dan nilai dari t-hitung sebesar $1,171 < 1,98552$ dengan signifikansi sebesar $0,245 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran *cashless*. Hal ini terjadi karena penyedia jasa uang elektronik telah merancang sistem yang mudah dipahami. Kemudahan bukan suatu alasan penting bagi mahasiswa ketika ingin melakukan transaksi, tetapi jika mahasiswa telah senang dengan aplikasi yang ditawarkan oleh penyedia uang elektronik maka secara otomatis mahasiswa akan merasa mudah menggunakannya. Mahasiswa juga terbiasa menggunakan internet, ketika dihadapkan dengan aplikasi pembayaran secara non tunai yang pembayarannya bisa dilakukan melalui internet maka bukan masalah yang besar bagi mahasiswa karena sudah terbiasa menggunakan internet

4.6.3 Persepsi manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

Koefisien regresi pada persepsi manfaat yaitu 0,266 dan nilai dari t-hitung sebesar $2,470 > 1,98552$. Hal ini terbukti ketika seseorang yang merasa menggunakan suatu teknologi yaitu pembayaran secara non tunai dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan efisiensi maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Makin tinggi tingkat manfaat suatu produk, makin tinggi juga minat konsumen untuk menggunakannya.

4.6.4 Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Koefisien regresi pada variabel kepercayaan yaitu 0,513 dan nilai dari t-hitung sebesar $5,849 > 1,98552$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran *cashless*. Mahasiswa cenderung termotivasi apabila layanan yang digunakan dapat dipercaya. Informasi saldo, transaksi yang baru saja terjadi merupakan salah satu informasi yang diberikan oleh penyedia layanan pembayaran non tunai. Hal ini terbukti ketika mahasiswa percaya terhadap layanan pembayaran non tunai maka loyalitas terhadap layanan pembayaran non tunai tersebut semakin tinggi.

4.6.5 Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.

Koefisien regresi pada variabel persepsi risiko yaitu -0,009 dan nilai dari t-hitung sebesar $-0,254 < -1,98552$ dengan nilai signifikansi $0,800 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran *cashless*, dikarenakan adanya peningkatan keamanan yang ada pada layanan penyedia uang elektronik. Risiko yang dihadapi oleh mahasiswa pun tidak terlalu besar pada beberapa tahun yang lalu, karena perkembangan pembayaran uang elektronik yang semakin besar maka penyedia layanan uang elektronik pun semakin meningkatkan sistem keamanannya. Bank Indonesia sebagai regulator keuangan di Indonesia melakukan pembatasan saldo yang bisa disimpan pada uang elektronik.

5. PENUTUP

1.1 Kesimpulan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan pertama pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan metode *cashless*. Maka kesimpulannya minat mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* bukan disebabkan karena orang lain, teman atau keluarga. Minat mahasiswa menggunakan pembayaran *cashless* bisa terjadi karena keinginan sendiri, sehingga pengaruh sosial bukan menjadi faktor penentu mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless*.

Kesimpulan kedua persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan metode *cashless*. Maka kesimpulannya minat mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* bukan disebabkan karena kemudahan, karena pada dasarnya penggunaan aplikasi pembayaran non tunai sudah dirancang untuk mudah digunakan. Minat mahasiswa menggunakan pembayaran *cashless* bisa terjadi karena suka atau nyaman dengan layanan dari uang elektronik tertentu.

Kesimpulan ketiga persepsi manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan metode *cashless*. Maka kesimpulannya minat mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* disebabkan karena manfaat penggunaannya. Ketika suatu layanan pembayaran non tunai memberikan manfaat maka mahasiswa akan tetap menggunakan produk pembayaran non tunai tersebut.

Kesimpulan keempat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan metode *cashless*. Maka kesimpulannya minat mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* disebabkan karena kepercayaan. Ketika mahasiswa percaya dengan layanan uang elektronik maka

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

loyalitas mahasiswa menggunakan pembayaran secara *cashless* akan semakin tinggi.

Kesimpulan terakhir persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan metode *cashless*. Hal ini dapat terjadi karena telah meningkatnya sistem keamanan dari layanan uang elektronik. Bank Indonesia juga mencegah penipuan dengan membatasi jumlah saldo yang ada pada produk layanan uang elektronik, sehingga persepsi risiko bukan faktor penentu yang dapat mempengaruhi mahasiswa menggunakan uang elektronik.

5.2 Saran

Bagi peneliti lain disarankan untuk menggunakan pengumpulan dengan metode lain karena pada penelitian ini menggunakan kuesioner, sehingga mendapatkan hasil yang lebih objektif dan tepat sasaran sesuai dengan topik yang akan diteliti. Untuk peneliti yang berencana melakukan penelitian yang sama disarankan untuk menyempurnakan model, menambahkan variabel independen dan menambahkan jumlah sampel.

Bagi pihak penerbit uang elektronik diharapkan untuk mempertahankan kualitas dan menambahkan fitur-fitur untuk mempermudah penggunaan *electronic money* sehingga mampu untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik. Manfaat penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang baik untuk mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan pembayaran non tunai, sehingga para penerbit uang elektronik dapat melihat peluang sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pengguna uang elektronik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2010. *Statistika Deskriptif Plus*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Arikunto, S., 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badarudin, A. N. R., 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan uang elektronik (e-money). *Skripsi*.
- Davis, F. D., 1989. "Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, Volume 13, pp. 319-339.
- Firdauzi, I., 2017. Pengaruh kemampuan finansial, kemudahan dan perilaku konsumen terhadap minat penggunaan yang elektronik di kota Yogyakarta. *Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 6.
- Ghozali, I., 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- iPrice Group, 2019. *Databoks*. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompot-digital-terbesar-di-indonesia> [Diakses 15 Maret 2020].
- Kusuma, M. D. D., 2019. Technology Acceptance Model Analysis Toward Electronic Money Service Usage. *Thesis*.
- Ma'ruf, A., 2016. Minat Penggunaan Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta. *Skripsi. Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga*.
- Priambodo, S. & Prabawani, B., 2016. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Universitas Diponegoro*.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjini, S. S. A. & Baridwan, Z., 2012. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Universitas Brawijaya*, Volume I.
- Widianto, 2015. *Analisa Tingkat Keberhasilan mahasiswa dalam mempelajari software zahir pada perguruan tinggi*. s.l., s.n.