

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI KEUANGAN**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



NADITYA LINGGASARI

111628946

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

2021

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI KEUANGAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

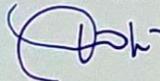
NADITYA LINGGASARI

No Induk Mahasiswa: 111628946

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 5 Maret 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Bidang Akuntansi.

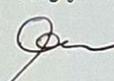
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I



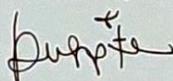
Dody Hapsoro, Dr., MBA., Ak., CA.

Penguji



Baldric Siregar, Prof., Dr., MBA., CMA., Ak., CA.

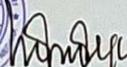
Pembimbing II



Ika Puspita Kristianti, SE., M.Acc., Ak., CA.

Yogyakarta, 5 Maret 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Haryono Sublyakto, Dr., M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dompet elektronik. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 113 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), dan analisis regresi linear berganda (uji koefisien determinasi, uji f dan uji t). Data dianalisis menggunakan software SPSS versi 15. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan, kemudahan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

Kata kunci: Kegunaan, kemudahan, kepercayaan, promosi, minat penggunaan, dompet elektronik

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the intention to use electronic wallet. The type of this study is associative research with quantitative approach. The population in this study is accounting students in Yogyakarta. The sampling technique in this study used purposive sampling method with a total sample of 113 respondents. The data collecting method is using questionnaire. The analysis carried out in this study is data quality test (validity test and reliability test), classic assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), and multiple linear regression analysis (coefficient of determination test (R^2), f test, and t test). Data were analyzed using SPSS software 15 version. The result of this study indicate that usefulness, ease of use, and promotion have a positive effect on the intention to use electronic wallet, while trust has no effect on the intention to use electronic wallet.

Keywords: Usefulness, ease of use, trust, promotion, intention to use, electronic wallet

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Ketika jaman sudah berubah menjadi serba canggih, teknologi beserta informasi mengalami perkembangan secara pesat. Salah satu perkembangan yang dirasakan oleh masyarakat, yaitu alat pembayaran dalam bertransaksi. Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu, seperti media *server* maupun *chip* (Bank Indonesia, 2020). Uang elektronik berbasis *server* lebih umum diketahui masyarakat sebagai *e-wallet* atau dompet elektronik.

Penggunaan dompet elektronik di Indonesia semakin meningkat dengan pesat setiap tahunnya. Keadaan tersebut menandakan bahwa masyarakat Indonesia mulai menerima uang elektronik sebagai alat pembayaran pada aktivitas setiap hari. Dalam beberapa bulan terakhir penggunaan dompet elektronik juga semakin meningkat dikarenakan berlangsungnya pandemi *covid-19* yang dialami oleh seluruh dunia, termasuk Indonesia. Masyarakat Indonesia dianjurkan untuk beraktivitas dari rumah dan melakukan *social distancing*, masyarakat pun menjadi lebih memilih melakukan kegiatan transaksi dari rumah daripada bertransaksi secara langsung. Oleh sebab itu, penggunaan dompet elektronik semakin populer di masa pandemi.

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), ada dua faktor penting yang dapat menjelaskan penerimaan dari pengguna mengenai teknologi, ialah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Aspek lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi adalah kepercayaan. Kepercayaan dapat diartikan sebagai kerelaan seseorang untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bergantung pada mitra bisnisnya, karena menganggap mereka memiliki kredibilitas dan integritas (Andriyano, 2016).

Untuk menyampaikan informasi penggunaan produk dompet elektronik yang bermunculan kepada masyarakat, perusahaan harus melakukan promosi produk. Menurut Sistaningrum (2002), promosi adalah suatu kegiatan perusahaan yang mencoba memberikan sebuah pengaruh terhadap para calon konsumen sehingga para calon konsumen tertarik dan mengambil produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya diketahui adanya hasil penelitian yang tidak konsisten atau *research gap* mengenai variabel kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan promosi sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali variabel tersebut. Sesuai dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Dompet Elektronik Dalam Transaksi Keuangan”.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Teori ini awal mulanya dikenalkan oleh Davis (1989). Menurut Davis (1989), TAM ialah suatu teori tentang sistem informasi yang dibuat untuk menjabarkan alasan pemakai dalam memahami dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam teori ini ada dua variabel yang menjadi faktor penting yang dapat menerangkan alasan pengguna dalam memutuskan untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan penggunaan menjelaskan tentang keyakinan individu bahwa dengan memanfaatkan sebuah sistem akan mempermudah mereka, lain halnya persepsi kegunaan menjelaskan mengenai keyakinan seseorang dengan menggunakan sistem dapat membantu kinerja mereka (Venkatesh & Davis, 2000).

Dompot Elektronik

Dompot elektronik atau *e-wallet* adalah uang elektronik yang saldo atau nilai uangnya disimpan ke dalam sebuah media *server* atau berbasis aplikasi. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Proses Transaksi Pembayaran, dompet elektronik atau *e-wallet* ialah sebuah bentuk layanan atau jasa elektronik yang berkaitan untuk bertransaksi dengan memakai kartu atau dalam bentuk uang elektronik yang dapat menyimpan dana untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran.

Masyarakat Indonesia sudah mulai mengenal dan menggunakan dompet elektronik. Berbagai jenis produk dompet elektronik sudah banyak diterbitkan di Indonesia. Dari banyaknya produk dompet elektronik yang diterbitkan, terdapat beberapa dompet elektronik yang populer di kalangan masyarakat, yaitu seperti OVO, Go-pay, Dana, LinkAja, Shopeepay, dan sebagainya. Dana yang disimpan dalam dompet elektronik hanya bisa dipakai untuk tujuan pembayaran, seperti pembayaran transaksi belanja dan pembayaran tagihan. Batas dana yang dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

disimpan dalam dompet elektronik paling besar, yaitu sebesar Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah).

Bank Indonesia dan perusahaan penerbit yang menerbitkan dompet elektronik maupun uang elektronik bertujuan untuk mendukung program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) atau bisa disebut dengan *Cashless Society* yang dibuat oleh pemerintah, yaitu kegiatan bertransaksi yang diterapkan oleh masyarakat sudah mengalami perubahan, dari transaksi dengan menggunakan uang tunai, saat ini bertambah variasinya menjadi non tunai yang dapat dilakukan dengan menggunakan uang elektronik berbasis *server* maupun *chip*.

Minat Penggunaan

Menurut Kotler (2012), minat menjelaskan perasaan yang kita rasakan saat melihat suatu produk, dan menimbulkan rasa ingin mencoba sehingga muncul keinginan untuk membeli produk tersebut (Ramadhan et al., 2016). Minat adalah rasa ketertarikan pada sesuatu dengan diiringi dengan perasaan senang untuk memperoleh sebuah tingkat kepuasan yang dibutuhkan dalam terhadap pemakaian atau pemanfaatan suatu produk (Safitri & Diana, 2020).

Kegunaan

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menurut Davis et al. (1989) ialah sebuah keyakinan oleh pengguna bahwa pemakaian atau penggunaan teknologi akan berguna dan menaikkan kinerja dalam bekerja (Utami dan Kusumawati, 2017). Penggunaan dompet elektronik memberikan banyak manfaat kepada penggunanya. Transaksi pembayaran yang menggunakan dompet elektronik akan menjadi lebih efektif dan efisien, karena pembayaran dapat berjalan hanya dengan menekan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tombol bayar/transfer dana pada aplikasi dompet elektronik atau dengan menggunakan *Quick Response (QR) Code* di *merchant-merchant* yang bekerjasama dengan dompet elektronik.

Kemudahan

Berlandaskan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kemudahan berasal dari kata mudah, yakni tidak membutuhkan banyak tenaga atau pikiran untuk mengerjakan sesuatu. Persepsi kemudahan penggunaan adalah sebuah bentuk akan kepercayaan seseorang bahwa sebuah teknologi itu sederhana dan mudah untuk dimengerti dan dipakai, oleh karena itu pemakaian atau pemanfaatan sebuah teknologi tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk dapat menggunakannya (Andriyano, 2016). Dengan menggunakan dompet elektronik pengguna tidak harus membawa uang tunai ke segala tempat untuk melakukan transaksi pembayaran, memudahkan dalam bertransaksi pada nominal yang kecil dan dompet elektronik relatif lebih aman untuk dibawa.

Kepercayaan

Gefen (2000) menjelaskan kepercayaan sebagai keyakinan seseorang kepada pihak lain untuk bertanggung jawab dan memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan (Latif, 2017). Menurut Andriyano (2016), kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap pihak layanan, karena dianggap memiliki kredibilitas dan integritas. Membuat konsumen percaya kepada pihak layanan uang elektronik dengan kemampuannya dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan data pribadi konsumen merupakan konsep kepercayaan (Yogananda, 2017).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Promosi

Kegiatan promosi adalah sebuah kegiatan memasarkan produk dengan jangka waktu yang pendek untuk memotivasi konsumen untuk memakai atau melakukan pembelian sebuah produk atau jasa (Genady, 2018). Adapun promosi yang banyak dilakukan oleh para penerbit dompet elektronik adalah seperti memberikan kode promo, *cashback*, diskon, *voucher*, dan sebagainya.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Persepsi ini terkait dengan manfaat yang didapatkan oleh pengguna (Wardhana, 2016). Apabila seseorang percaya suatu sistem dapat berguna dan memberikan kemanfaatan, maka sistem tersebut akan digunakan dan sebaliknya (Safitri dan Diana, 2020). Menurut pemaparan tersebut, hipotesis yang diambil adalah:

H1: Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Konsep persepsi kemudahan menunjukkan bahwa seseorang memiliki keyakinan dalam pemakaian atau pemanfaatan sebuah sistem informasi itu tidak membutuhkan banyak upaya untuk dapat memakainya (Setyowati dan Respati, 2017). Suatu teknologi yang mudah dioperasikan akan lebih banyak digunakan seseorang daripada teknologi yang susah, sehingga teknologi yang mudah digunakan akan meningkatkan minat penggunaan. Menurut pemaparan tersebut, hipotesis yang diambil ialah:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H2: Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Jika masyarakat memiliki rasa percaya pada suatu produk atau jasa yang dipasarkan maka masyarakat akan memiliki minat untuk menggunakannya (Pamungkas, 2018). Jika masyarakat tidak percaya pada suatu produk atau jasa tersebut, maka masyarakat tidak akan berminat untuk menggunakannya. Menurut pemaparan tersebut, hipotesis yang diambil ialah:

H3: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Promosi merupakan media komunikasi bagi penyedia jasa/barang untuk memotivasi calon konsumen untuk membeli produk (Latief dan Dirwan, 2020). Dengan adanya promosi, masyarakat dapat mengetahui adanya produk dompet elektronik tersebut dan kemudian menjadi tertarik atau berminat untuk membeli produk tersebut. Jika tidak ada promosi, masyarakat tidak akan mengetahui dan tidak berminat untuk membeli produk tersebut. Menurut pemaparan tersebut, maka bisa ditulis hipotesis seperti berikut ini:

H4: Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Riset ini mengaplikasikan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian yaitu di beberapa universitas di Yogyakarta. Waktu dilaksanakannya penelitian yaitu pada bulan November 2020 hingga Februari 2021.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan ialah mahasiswa Program Studi Akuntansi di Yogyakarta. Teknik dalam menentukan sampel yang dipakai adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yakni suatu metode dalam perolehan sampel dengan melakukan atau menggunakan sebuah pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang dipakai adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi di Yogyakarta dan pernah atau sudah menggunakan dompet elektronik.

Sumber Data Penelitian

Peneliti mengaplikasikan sumber data primer sebagai sumber data penelitian. Data mengenai riset ini didapatkan melalui kuesioner yang diedarkan secara *online* kepada responden menggunakan *google form*.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan oleh peneliti dengan cara membagikan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form* kepada responden. Skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan responden.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen yang dipakai ialah kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan promosi.
2. Variabel Dependen yang dipakai ialah minat penggunaan dompet elektronik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Data yang terkumpul didapatkan dengan menggunakan kuesioner *online* melalui *google form* yang mulai disebarakan pada tanggal 22 Januari 2021 hingga 2 Februari 2021. Total sampel penelitian yang digunakan adalah sejumlah 113 kuesioner. Responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, asal universitas dan jenis dompet elektronik yang digunakan.

Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung (Pearson Correlation)	R Tabel	Keterangan
Kegunaan (X1)	X1.1	0,646	0,1848	Valid
	X1.2	0,812	0,1848	Valid
	X1.3	0,736	0,1848	Valid
	X1.4	0,810	0,1848	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,678	0,1848	Valid
	X2.2	0,789	0,1848	Valid
	X2.3	0,817	0,1848	Valid
	X2.4	0,746	0,1848	Valid
	X2.5	0,659	0,1848	Valid
	X2.6	0,678	0,1848	Valid
	X2.7	0,842	0,1848	Valid
	X2.8	0,747	0,1848	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,847	0,1848	Valid
	X3.2	0,841	0,1848	Valid
	X3.3	0,890	0,1848	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0,852	0,1848	Valid
	X4.2	0,792	0,1848	Valid
	X4.3	0,875	0,1848	Valid
	X4.4	0,885	0,1848	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y.1	0,785	0,1848	Valid
	Y.2	0,823	0,1848	Valid
	Y.3	0,839	0,1848	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2021

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut tabel hasil uji validitas didapatkan bahwa semua unit pertanyaan untuk setiap variabel adalah valid. Hal ini dikarenakan r Hitung $>$ r Tabel dengan nilai signifikansi 0,05 atau 5%.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kegunaan	0,742	Reliabel
Kemudahan	0,879	Reliabel
Kepercayaan	0,820	Reliabel
Promosi	0,873	Reliabel
Minat Penggunaan	0,743	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2021

Perolehan dalam pengujian reliabilitas memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga setiap pertanyaan pada seluruh variabel yang termuat di dalam kuesioner dapat diberikan pernyataan bahwa kuisisioner tersebut reliabel.

Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
Kolmogorov-Smirnov	1,230
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,097

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dapat dilihat pada tabel bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,097 $>$ nilai signifikansi 0,05. Hal tersebut menandakan bahwasanya data pada variabel kegunaan, kemudahan, kepercayaan, promosi, dan minat penggunaan berdistribusi normal.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kegunaan	0,528	1,895	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kemudahan	0,384	2,603	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan	0,684	1,463	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promosi	0,584	1,712	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data yang diolah, 2021

Hasil uji multikolinearitas pada tabel memberikan sebuah gambaran bahwa *tolerance value* pada semua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kegunaan	0,310	Tidak Terdapat Heteroskedasitas
Kemudahan	0,787	Tidak Terdapat Heteroskedasitas
Kepercayaan	0,201	Tidak Terdapat Heteroskedasitas
Promosi	0,118	Tidak Terdapat Heteroskedasitas

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas tersebut, ditemukan bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel lebih besar dari 0,05. Maka bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa semua variabel tidak terdapat heteroskedasitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi: $Y = 0,258 + 0,202 \text{ KG} + 0,171 \text{ KM} + 0,102 \text{ KP} + 0,115 \text{ P}$

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model	Adjusted R Square
1	0,505

Sumber: Data yang diolah, 2021

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,505. Hasil tersebut menandakan bahwasanya variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan promosi mampu menjelaskan sebesar 50,5% perubahan atas variabel dependen yaitu minat penggunaan dompet elektronik, sedangkan sisanya sebesar 49,5% dipaparkan oleh variabel lain yang tidak disertakan pada model ini.

Uji F

Model	F Hitung	F Tabel	Sig.
1	29,554	2,45	0,000a

Sumber: Data yang diolah, 2021

Hasil uji F memperoleh nilai F hitung $29,554 > F$ tabel 2,45 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian ini memberikan sebuah gambaran bahwa kegunaan, kemudahan, kepercayaan, serta promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet elektronik.

Uji t

Hipotesis	Beta	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keputusan
H1: Kegunaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat penggunaan Dompet elektronik	0,202	2,393	1,98217	0,018	H1 terdukung
H2: Kemudahan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat	0,171	3,328	1,98217	0,001	H2 terdukung

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penggunaan Dompot Elektronik					
H3: Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik	0,102	1,394	1,98217	0,166	H3 tidak terdukung
H4: Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik	0,115	2,034	1,98217	0,044	H4 terdukung

Sumber: Data yang diolah, 2021

Pembahasan

Pengaruh Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik

Variabel kegunaan mempunyai nilai t hitung 2,393 > t tabel 1,98217, nilai signifikansi 0,018 < 0,05 serta koefisien regresi senilai 0,202. Menurut perolehan hasil pengujian tersebut bisa ditarik sebuah kesimpulan bahwa hipotesis 1 terdukung, bahwasanya kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hal ini terjadi karena mahasiswa merasakan manfaat yang didapat dari penggunaan dompet elektronik seperti proses bertransaksi yang lebih cepat dan praktis.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik

Variabel kemudahan mempunyai nilai t hitung 3,328 > t tabel 1,98217, nilai signifikansi 0,001 < 0,05 serta koefisien regresi senilai 0,171. Menurut perolehan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa hipotesis 2 terdukung, bahwasanya kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa merasakan kemudahan dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menggunakan dompet elektronik seperti mudah digunakan, mudah dimengerti, mudah dibawa dan mudah dijangkau yaitu hanya dengan mengunduh aplikasi dompet elektronik yang terdapat di dalam ponsel.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Variabel kepercayaan mempunyai nilai t hitung $1,394 < t$ tabel $1,98217$, nilai signifikansi $0,166 > 0,05$ serta koefisien regresi senilai $0,102$. Hal ini menandakan bahwasanya variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Bisa disimpulkan bahwa hipotesis 3 tidak terdukung, karena kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa cenderung suka untuk mengikuti hal-hal yang sedang menjadi tren, salah satunya yaitu penggunaan dompet elektronik yang sedang populer akhir-akhir ini sehingga kepercayaan bukanlah hal yang penting bagi mereka.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Penggunaan Dompet Elektronik

Pada variabel promosi nilai t hitung $2,034 > t$ tabel $1,98217$, nilai signifikansi $0,044 < 0,05$ serta koefisien regresi senilai $0,115$. Menurut hasil penelitian tersebut dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa hipotesis 4 terdukung, bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Hal ini terjadi karena mahasiswa banyak memanfaatkan promosi yang ditawarkan penerbit dompet elektronik, seperti promosi diskon, voucher, dan *cashback* agar pengeluaran keuangannya menjadi lebih hemat dan lebih menguntungkan karena bisa menggunakan promosi yang ditawarkan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENUTUP

Kesimpulan

1. Variabel kegunaan, kemudahan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik.
2. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan dompet elektronik.

Keterbatasan Masalah

1. Sampel penelitian hanya mencakup mahasiswa akuntansi di beberapa universitas di Yogyakarta sehingga belum bisa mewakili minat penggunaan dompet elektronik secara umum.
2. Sampel yang digunakan hanya sejumlah 113 responden, sehingga belum bisa mempresentasikan seluruh pengguna dompet elektronik.
3. Penelitian dilaksanakan saat terjadinya pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan pembelajaran kuliah dilaksanakan secara online, sehingga penulis kesulitan untuk mendapatkan responden. Pengumpulan data menggunakan *google form* memakan waktu lebih panjang untuk mendapatkan respon dari responden.

Saran

1. Riset yang dilakukan di kemudian hari sebaiknya dapat menambahkan variabel lain, misalnya variabel keamanan, risiko, pengaruh sosial, dan sebagainya.
2. Menambahkan jumlah responden dengan menyebarluaskan kuisioner lebih banyak kepada pengguna dompet elektronik agar bisa mendapatkan hasil yang lebih optimal dari riset ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Memperluas sampel penelitian atau menggunakan sampel yang berbeda dari sampel yang dipakai pada penelitian ini sehingga dapat memberikan sebuah gambaran mengenai konsistensi terhadap hasil dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinagari, A.H. 2018. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Persepsi Penggunaan Electronic Money. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. Jurnal. STIE AUB Surakarta.
- Andriyano, Y. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel. Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Diana, N. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly. 319-340
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Unviersitas Diponegoro.
- Genady, D.I. 2018. Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hinati, H. 2019. Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Irmadhani. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jasfar, F. 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kamil, L. I. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Latief, F., & Dirwan, D. 2020. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Makassar.
- Latif, C.S. 2017. Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal. Universitas Brawijaya.
- Pamungkas, G.T. 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Safitri, D.D., & Diana, N. 2020. Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. Jurnal. Malang: Universitas Islam Malang.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Dompot elektronik. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126-134.
- Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan Dompot elektronik OVO Pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68-79.
- Setia, D.W. (2016). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Pengolahan Data Statistik Rutin (SISR) Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Studi Kasus: BKKBN Provinsi Riau). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Setiawan, I. W., Musmin, L. S., & Julianto, I. P. (2019). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Bumdes Di Kecamatan Kubutambahan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 10(3), 320-331.
- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 63-75.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Dompot elektronik Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Beli Ulang Saldo Dompot elektronik OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 155-163.

Sistaningrum, W. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.

Wardhana, O.H.P. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal*. Malang: Universitas Brawijaya.

www.bi.go.id

