

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* YANG DIMODERASI
DENGAN KEPERCAYAAN
(Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Di Bank Umum Kota Magelang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**



Disusun Oleh :

Nur Amalina Syahidah

13.0101.0047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2018**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* YANG DIMODERASI
DENGAN KEPERCAYAAN
(Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Di Bank Umum Kota Magelang)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh :
Nur Amalina Syahidah

13.0101.0047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2018**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Amalina Syahidah

NPM : 13.0101.0047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* YANG DIMODERASI
DENGAN KEPERCAYAAN
(Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Di Bank Umum Kota Magelang)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 07Maret 2018

Ditandatangani oleh:



Nur Amalina S
NPM 13.0101.0047

RIWAYAT HIDUP

Nama : Nur Amalina Syahidah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 25 November 1994
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat rumah : Jurang RT 7 RW 1, Kalisalak, Salaman, Magelang
Alamat Email : Amalinasyahidah45@gmail.com

Pendidikan Formal :
Sekolah Dasar (2001-2007) : SD Negeri 1 Salaman
SMP (2007-2010) : SMP Negeri 1 Kajoran
SMA (2010-2013) : SMA Negeri 1 Bandongan
Perguruan Tinggi (2013-2018) : S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 07 Maret 2018
Peneliti



Nur Amalina S
NPM. 13.0101.0047

MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik di hari tua

- Aristoteles -

Tugas kita bukanlah untuk berhasil, Tugas kita adalah untuk mencoba,

Karena di dalam mencoba itulah kita Menemukan dan Membangun

Kesempatan untuk Berhasil

- Mario Teguh -

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* YANG DI MODERASI DENGAN KEPERCAYAAN (Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Di Bank Umum Kota Magelang).**”

Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Eko Muh. Widodo, MT selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Dra. Marlina Kurnia, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang
3. Bapak Muhdiyanto, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang dan Dosen Pembimbing

4. Bayu Sindhu Raharja, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Magelang.
5. Ibu Luk Luk Atul Hidayati selaku wali studi Manajemen 13.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah memberikan bekal ilmu dan melayani dengan baik.
7. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah banyak memberikan bantuan penyediaan buku-buku referensi dan pustakawan pustakawati yang telah melayani peminjaman dengan baik.
8. Bapak Afif dan Ibu Titin Wistni tercinta, selaku kedua orang tuaku yang tak pernah putus memanjatkan doa dan memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam mendukungku menyelesaikan studi dan menggapai cita-cita untuk memenuhi harapan keluarga.
9. Kakak tersayang Febrian Bagus Firmansyah yang selalu memberi semangat sebagai dukungan terselesaikannya skripsi ini.
10. Teruntuk Hendrik Setiawan yang selalu memberi semangat padaku dalam proses penyelesaian skripsi
11. Sahabat-sahabatku tercinta, Alfializa, Siti Muarifah, Audia Khaqqi, Jennia dan Tri Ratih Puspita yang selalu memberikan semangat padaku dalam proses penyelesaian skripsi.

12. Seluruh teman-teman manajemen 13 dan Pejuang skripsi 2018 wisuda Maret yang telah memberi semangat dan berjuang bersama dalam penyusunan skripsi.

Hanya doa yang dapat peneliti panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Magelang, 07 Maret 2017



Nur Amalina S
13.0101.0047

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Halaman Riwayat Hidup	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan	6
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori.....	9
1. Pengertian Uang	9
2. Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia.....	14
3. Pengertian Uang Elektronik	17
4. Kelemahan dan Kelebihan <i>E-money</i>	18
5. Persepsi Kemudahan	21
6. Persepsi Manfaat	23
7. Kepercayaan.....	25
8. Minat Menggunakan <i>E-money</i>	27
B. Telaah Penelitian Sebelumnya.....	29
C. Perumusan Hipotesis.....	30
D. Model Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel.....	34
B. Data Penelitian	34

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	35
D. Metode Analisis Data	39
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Distribusi Kuesioner	42
B. Gambaran Umum Responden	43
C. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	44
D. Uji Kualitas Data	46
E. Analisis Data	49
F. Hasil Pengujian Hipotesis	51
C. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	51
G. Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	62
C. Saran	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Uang Elektronik.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Nilai Kritis t untuk Persepsi Kemudahan.....	53
Gambar 4.2 Nilai Kritis t untuk Persepsi Manfaat	54
Gambar 4.3 Nilai Kritis t untuk Kepercayaan.....	55
Gambar 4.4 Nilai Kritis t untuk Persepsi Kemudahan Di Moderasi Kepercayaan.....	56
Gambar 4.5 Nilai Kritis t untuk Persepsi Manfaat Di Moderasi Kepercayaan.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel4.1 Sampel Penelitian dan Tingkat Pengembalian.....	43
Tabel4.2 Profil Responden.....	44
Tabel4.3 Statistik Deskriptif	45
Tabel4.4 Uji Validitas	48
Tabel4.5 Koefisien Regresi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER	67
Lampiran 2. DATA PENELITIAN.....	72
Lampiran 3.HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	82
Lampiran 4. HASIL UJI VALIDITAS	83
Lampiran 5. HASIL UJI RELIABILITAS	87
Lampiran 6. HASIL UJI REGRESI BERGANDA.....	91
Lampiran 7.HASIL UJI R^2 (KOEFSIEN DETERMINASI.....	92
Lampiran 8. R TABEL PRODUCT MOMENT	93
Lampiran 9. T TABEL PRODUCT MOMENT	94

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* YANG DIMODERASI DENGAN KEPERCAYAAN

**(Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Pengguna *E-Money* Di Kota
Magelang)**

Oleh:

Nur Amalina Syahidah

13.0101.0047

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat yang dimoderasi dengan kepercayaan pada nasabah bank umum pengguna *e-money* di Kota Magelang. Data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 100 responden nasabah bank umum pengguna *e-money* di Kota Magelang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* atau sampel peluang. Analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis menggunakan analisis linier berganda dengan program bantuan *SPSS for window versi 20.00*. Hasil uji menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat. Persepsi kemudahan yang dimoderasi persepsi kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat, sedangkan persepsi manfaat yang dimoderasi persepsi kepercayaan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Minat, Kepercayaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Inovasi yang begitu berkembang pesat untuk mengefisienkan sistem perbankan salah satunya yaitu inovasi pada sistem pembayaran. Sistem pembayaran merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan yang telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Dengan semakin berkembangnya komputer dan meluasnya akses jaringan internet, penciptaan sistem layanan pembayaran yang semakin efisien menjadi semakin mungkin untuk dilakukan. Pada dasarnya sistem pembayaran merupakan suatu jaringan layanan yang memfasilitasi transaksi pembayaran suatu barang, layanan, dan aset lainnya (Daniel, 2015).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berhasil merubah pola hidup dan sistem pembayaran transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Perkembangan sistem keuangan ini menghasilkan inovasi pada alat pembayaran itu sendiri, yaitu uang. Bahkan Jepang telah memulai menggunakan sistem pembayaran elektronik dengan menggunakan uang elektronik dan *mobile payments* pada tahun 1999 - 2004, dan berkembang pesat (Sarah Smith, 2014). Uang elektronik ini yang juga disebut *e-money* (*Electronic Money*) mulai digunakan di seluruh dunia, dengan kerjasama perbankan dengan Perusahaan

Switching, yaitu perusahaan yang menyediakan jasa *switching* atau *routing* atas transaksi elektronik yang menggunakan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) melalui terminal seperti ATM atau *Electronic Data Captured* (EDC).

E-money hadir di Indonesia sejak tahun 2009 yang di sahkan dalam Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) (<http://goukm.id>, 2016).*E-money* merupakan inovasi baru dalam system pembayaran di Indonesia. Bank Indonesia telah menerbitkan peraturan yang mengatur tentang *e-money* yaitu peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 yang kemudian disempurnakan kembali dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia nomor 16/8/PBI/2014. Pada tahun 2016, Bank Indonesia kembali melakukan perubahan yang kedua dari yang sebelumnya dengan diterbitkannya peraturan Bank Indonesia nomor 18/17/PBI/2016 yang terbit pada tanggal 29 Agustus 2016. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* tidak memerlukan proses keterkaitan langsung dengan rekening nasabah di bank. Hal ini dapat terjadi karena *e-money* merupakan produk *store value* dimana sejumlah nilai data tertentu telah terekam (tersimpan) dalam alat pembayaran yang digunakan tersebut (Bank Indonesia, 2016:1). Produk *e-money* yang telah dikeluarkan oleh penerbit yang disahkan oleh Bank Indonesia. Diantaranya adalah Flazz dari BCA, *e-money* dari Bank Mandiri, *e-money* Bank Mega, Brizzi dari BRI. Selain itu ada juga *e-money* yang berwujud aplikasi seperti T-cash dari telkomsel, XL Tunai dari XL Axiata dan Dometku dari Indosat. *E-*

moneysekarang ini semakin banyak digunakan untuk bertransaksi tokoonline maupun offline. Bahkan, fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan e-money sebagai pembayaran tol, commuterline, transjakarta, parkir, dan masih banyak lagi.

Perkembangan yang ditandai dengan keluarnya Peraturan Bank Indonesia (PBI) secara tidak langsung mengakibatkan melonjaknya jumlah transaksi uang elektronik. Jumlah tersebut mencapai 17 juta transaksi dengan nilai transaksi mencapai 500 milyar pada tahun 2009. Di tahun-tahun berikutnya jumlah instrumen selalu meningkat dan di akhir tahun 2011, jumlah transaksi sudah mencapai 41 juta transaksi. Hal ini menunjukkan perkembangan uang elektronik begitu cepat dan secara rinci ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Sumber: Publikasi Tahunan Bank Indonesia

Gambar 1.1 Perkembangan Uang Elektronik (E-money) Menurut Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

E-money bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro. Keuntungan-keuntungan yang ditawarkan *e-money* menjadi suatu hal positif yang berdampak pada minat untuk menggunakan fasilitas *e-money* tersebut. Minat adalah keinginan untuk melakukan sesuatu (Jogiyanto, 2007). Minat masyarakat untuk melakukan transaksi dengan menggunakan *e-money* terbukti semakin meningkat dari hari ke hari pada Gambar 1.1. Minat tersebut dikarenakan penggunaan *e-money* yang lebih praktis, seperti bisa digunakan untuk pembayaran kartu tol, parkir, bahkan menonton di bioskop tanpa repot membawa uang tunai. *E-money* merupakan jenis kartu offline, sehingga setiap pemakaiannya tidak perlu takut uangnya hangus ketika *e-money* tidak digunakan untuk pembayaran apapun. Sehingga hal tersebut menambah minat masyarakat dalam penggunaan *e-money*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* yaitu persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan dapat dilihat dengan menggunakan indikator yaitu mudah dipelajari, mudah untuk digunakan, jelas dan mudah dipahami, menjadi terampil. *E-money* memberikan kemudahan bagi penggunaannya, dikarenakan cara penggunaannya yang praktis dan mudah dipelajari oleh semua kalangan masyarakat. Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan penggunaan adalah ketika seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. *E-money* memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Hanya tinggal membawa kartu, menggesek maka transaksi selesai.

Tidak perlu ada kembalian, karena jumlah pembelian langsung dipotong dari saldo yang ada di kartu.

Selain persepsi kemudahan, minat penggunaan *e-money* juga dipengaruhi oleh persepsi manfaat. Persepsi manfaat yang ditawarkan produk *e-money* dapat berdampak pada penggunaannya. Ketika semua produk memiliki kemudahan dan manfaat saat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu juga dengan produk *e-money*, ketika produk ini memiliki kemudahan dan manfaat yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomiannya, bukan tidak mungkin masyarakat akan berminat untuk menggunakan produk *e-money* tersebut.

Ketika seseorang telah mengetahui kemudahan dan manfaat dalam penggunaan *e-money*, tetapi faktor kepercayaan juga akan mempengaruhi besar kecilnya minat untuk menggunakan *e-money*. Saat konsumen mempunyai kepercayaan (*e-trust*) yang tinggi terhadap *e-money* maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan *e-money*. Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan konsumen akan kualitas dan realibilitas barang atau jasa yang ditawarkan (Garbarino dan Johnson, 2009). Kepercayaan pada suatu situs *online* sering disebut sebagai *e-trust*. *E-trust* merupakan hal penting karena secara logisnya konsumen mempunyai tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi daripada transaksi non *online* dalam hal pengiriman, pembayaran, dan informasi personal. Maka dari itu, konsumen *online* hanya akan bertransaksi dengan bisnis *e-commerce* yang mereka percaya.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis ingin menganalisis lebih jauh mengenai persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dan hubungannya terhadap minat dan kepercayaan dengan judul : **“Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan (Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Di Kota Magelang)”**

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*?
3. Apakah kepercayaan memoderasi pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*?
4. Apakah kepercayaan memoderasi pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*.
2. Mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat perilaku menggunakan *e-money*.

3. Mengetahuimoderasi kepercayaan terhadap hubungan antar persepsi kemudahan dengan minat perilaku menggunakan *e-money*.
4. Mengetahuimoderasi kepercayaan terhadap hubungan antar persepsi manfaat dengan minat perilaku menggunakan *e-money*.

D. Kontribusi Penelitian

1. Teoritis

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau studi pustaka bagi kegiatan penelitian selanjutnya.

2. Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi untuk menentukan strategi pemasaran alat pembayaran *non-tunai/e-money*.

b. Bagi Karyawan

Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait alat pembayaran *non-tunai* khususnya *e-money*.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Bagian akhir bab ini menguraikan mengenai sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan tentang konsep dasar teori-teori yang digunakan sebagai dasar pemecahan permasalahan yang diteliti, meliputi: telaah teori, telaah penelitian sebelumnya, perumusan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang metoda penelitian yang digunakan, meliputi tentang: populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, variabel penelitian dan pengukuran variabel, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini diuraikan mengenai statistik dekriptif variabel penelitian, hasil pengujian regresi logistik, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi. Bab ini memuat simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. Pengertian Uang

Seiring perkembangan uang yang semakin pesat, definisi uang mempengaruhi jenis-jenis uang yang masuk dalam definisi tersebut (Mulyani, 2007). Ekonom mendefinisikan uang sebagai sesuatu yang secara umum diterima dalam pembayaran barang dan jasa atau pembayaran atas utang. Tetapi definisi ini masih sangat sederhana. Diperlukan definisi yang lebih kompleks dan lebih luas (Miskhin, 2008). Sedangkan menurut Mankiw (2006), uang adalah persediaan asset yang dapat dengan segera digunakan untuk melakukan transaksi.

Manullang (2008) memberi definisi uang sebagai berikut: “uang adalah segala sesuatu yang umum diterima sebagai alat penukar dan sebagai alat pengukur nilai, yang pada waktu bersamaan bertindak sebagai alat penimbun kekayaan”. Dari definisi ini, beliau mengatakan bahwa segala sesuatu yang sudah memenuhi definisi ini sudah dianggap uang, baik itu terbuat dari logam, kertas atau benda lainnya yang sudah diterima oleh masyarakat sebagai alat penukar, pengukur nilai dan sebagai alat penimbun kekayaan. Dengan demikian pengertian uang adalah sebuah alat pembayaran yang diterima secara umum untuk segala macam transaksi baik barang atau jasa.

a. Fungsi Uang

Uang merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari denyut kehidupan ekonomi masyarakat. Stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh sejauh mana peranan uang dalam perekonomian oleh masyarakat dan otoritas moneter. Definisi uang bisa dibagi dalam dua pengertian, yaitu definisi uang menurut hukum (*law*) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh undang-undang sebagai uang dan sah untuk alat transaksi perdagangan. Sedangkan definisi uang menurut fungsi, yaitu sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdagangan serta untuk pembayaran hutang-piutang (Basuki dan Yuliadi, 2014: 4).

Fungsi uang dalam perekonomian adalah sebagai alat untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan hidup, uang mempunyai beberapa fungsi. Fungsi-fungsi uang dapat digolongkan dalam fungsi asli dan fungsi turunan. Yang termasuk fungsi asli uang adalah sebagai alat tukar dan alat satuan hitung. Sedangkan fungsi turunan mencakup standar atau ukuran pembayaran yang ditunda, alat penyimpanan kekayaan dan alat pengalih kekayaan (Alam, 2007: 245).

Uang dikenal mempunyai empat fungsi, dua diantaranya merupakan fungsi yang sangat mendasar sedangkan dua lainnya adalah fungsi tambahan. Dua fungsi dasar tersebut adalah peranan uang sebagai (Boediono, 2005: 10):

1. Alat tukar (*Means of exchange*).

Peranan uang sebagai alat tukar mensyaratkan bahwa uang tersebut harus diterima oleh masyarakat sebagai alat pembayaran. Artinya, si penjual barang mau menerima uang sebagai pembayaran untuk barangnya karena ia percaya bahwa uang tersebut juga diterima oleh orang lain (masyarakat umum) sebagai alat pembayaran apabila ia nanti memerlukan untuk membeli suatu barang.

2. Alat penyimpan nilai/daya beli (*Store of value*).

Terkait dengan sifat manusia sebagai pengumpul kekayaan. Pemegangan uang merupakan salah satu cara untuk menyimpan kekayaan. Kekayaan tersebut bisa dipegang dalam bentuk-bentuk lain seperti tanah, kerbau, berlian, emas, saham, mobil dan sebagainya. Syarat utama untuk ini adalah bahwa uang harus bisa menyimpan daya beli atau nilai. Dan fungsi tambahan lainnya adalah:

3. Satuan

Sebagai satuan hitung, uang juga mempermudah tukar menukar. Dua barang yang secara fisik sangat berbeda, seperti misalnya kereta api dan apel, bisa menjadi seragam apabila masing-masing dinyatakan dalam bentuk uang.

4. Ukuran untuk pembayaran masa depan (*Standard for deferred payment*).

Sebagai ukuran bagi pembayaran masa depan, uang terkait dengan transaksi pinjam-meminjam atau transaksi kredit, artinya barang sekarang dibayar nanti atau uang sekarang dibayar dengan uang nanti. Dalam hubungan ini, uang merupakan salah satu cara menghitung pembayaran masa depan tersebut.

b. Jenis Uang

Membicarakan jenis uang lebih lanjut, ditinjau dari bentuk atau jenisnya menurut Suherman Rosyidi uang mempunyai dua bentuk, yaitu:

1. Uang Kartal (*Chartal*)
2. Uang Giral

Uang kartal adalah uang yang kita lihat sehari-hari, mulai pecahan satu seratus rupiah hingga pecahan seratus ribu rupiah. Sedangkan uang giral adalah uang yang diciptakan oleh sistem perbankan dalam aktivitas kreditnya. (Rosyidi, 2011: 276-277). Dalam bukunya tersebut Suherman menyebutkan bahwa orang menyimpan dengan berbagai bentuk. Pertama; dalam bentuk giro (*Checking deposit* atau *demand deposit*). Kedua; Tabungan (*saving deposit*). Ketiga; deposit berjangka (*time deposit*). Uang dapat dibedakan atas dasar pihak yang mengeluarkan, bahan uang, negara yang mengeluarkan, dan nilai uang (Alam S, 2007: 246).

1. Jenis Uang berdasarkan pihak yang mengeluarkan

Berdasarkan pihak yang mengeluarkan, uang dibedakan menjadi uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat. Uang giral adalah alat pembayaran berupa cek, bilyet giro, dan sejenisnya.

2. Jenis Uang berdasarkan Bahan Uang

Berdasarkan bahan yang digunakan uang untuk membuat, uang dibedakan atas uang logam dan uang kertas. Uang logam adalah uang yang bahannya terbuat dari logam berupa emas, perak atau logam lainnya yang beredar sebagai alat pembayaran. Sedangkan, uang kertas adalah uang yang bahannya terbuat dari kertas serta penggunaannya diatur oleh undang-undang dan kebiasaan.

3. Jenis Uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan

Berdasarkan Negara yang mengeluarkan, uang dibedakan atas uang dalam negeri (domestik/nasional) dan uang luar negeri. Uang dalam negeri adalah uang yang dikeluarkan oleh Negara yang bersangkutan. Uang luar negeri adalah uang yang beredar dalam suatu Negara, tetapi yang mengeluarkannya adalah negara lain.

4. Jenis Uang berdasarkan Nilai uang

Berdasarkan perbandingan nilai bahan dengan nilai tukar, uang dibedakan atas uang bernilai penuh dan uang tidak bernilai

penuh. Uang nilai penuh (*full bodied money*) adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) sama dengan nilai nominal atau nilai penuh yang terdapat pada standar emas. Uang tidak bernilai penuh adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) lebih kecil daripada nilai nominalnya (Alam, 2007: 246-247).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis uang secara sederhana dapat dijelaskan dengan uang giral dan uang kartal, namun jika dijelaskan secara mendetail jenis uang dapat dibedakan menjadi 4 yaitu berdasarkan pihak yang mengeluarkan, jenis uang berdasarkan bahan uang, jenis uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan dan jenis uang berdasar nilai uang. Pada tahun 2007 muncul istilah baru dalam system pembayaran di Indonesia yaitu uang elektronik atau *e-money*, yang kemudian pada bulan agustus tahun 2014 dipelopori oleh Bank Indonesia dengan diluncurkannya program gerakan nasional non-tunai (GNNT), yaitu gerakan sosial penggunaan uang non-fisik (*less cash society*) sebagai bentuk pengurangan transaksi menggunakan uang fisik atau yang dikenal dengan uang kartal.

2. Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia

Fungsi dan bentuk uang mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal ini dapat kita lihat melalui evolusi sistem pembayaran (*payments system*). Miskhin (2008) berpendapat bahwa evolusi sistem pembayaran yang dimaksud ialah cara bagaimana transaksi dilakukan

dalam perekonomian. Sistem pembayaran telah berubah sepanjang waktu, demikian pula dengan bentuk uang.

Perkembangan sistem pembayaran Indonesia tidak berlangsung secara revolusioner, melainkan berevolusi, lambat laun. Dan tahapan evolusi sistem pembayaran tersebut dimulai dari sistem perekonomian yang paling sederhana, yakni yang dikenal dengan istilah barter, dimana seseorang yang membutuhkan barang tertentu dapat memperolehnya dengan cara menukarnya dengan barang yang berbeda. Pada masa tersebut belum ada satuan nilai sebagai alat pengukur barang/jasa, sehingga orang mengukur suatu barang dengan barang lainnya.

Sistem barter tersebut kemudian digantikan dengan sistem “commodity currency” yaitu sistem pertukaran dengan menggunakan barang tertentu yang telah diterima secara umum sebagai media pertukaran (medium of exchange) maupun sebagai suatu standard nilai yang digunakan dalam pertukaran barang.

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan manusia, sistem tersebut menjadi tidak efisien lagi, sehingga munculah uang sebagai alat ukur dan alat tukar yang dapat digunakan dalam perdagangan. Bentuk uang itu sendiri secara fisik juga mengalami evolusi dari bentuk yang paling sederhana ke bentuk yang lebih maju sejalan dengan perkembangan teknologi. Uang dalam bentuk kerang dan batu-batuan berganti dengan lempengan logam dan logam mulia, untuk kemudian berubah lagi menjadi bentuk yang dianggap paling efisien yaitu uang kertas dan uang logam.

Penggunaan uang tunai (kertas dan logam) telah memberikan kepraktisan dalam melakukan suatu transaksi pembayaran. Namun sejalan dengan perkembangan perekonomian dan teknologi, penggunaan uang tunai ini kemudian hanya dirasa cukup praktis untuk pembayaran-pembayaran yang bernilai relatif kecil. Namun tidak demikian halnya untuk transaksi-transaksi yang nilainya cukup besar, karena diperlukan kuantitas fisik uang yang banyak, serta faktor keamanan karena orang akan merasa tidak aman bila membawa sejumlah uang tunai dalam jumlah besar.

Berbagai kendala dalam penggunaan uang tunai (kertas dan logam) mendorong munculnya inovasi-inovasi baru dalam penciptaan alat pembayaran yang bersifat nontunai. Alat pembayaran non-tunai yang saat ini kita kenal ada yang berbentuk paperbased (Cek/Bilyet Giro), card-based (Kartu Kredit, Kartu Debet) dan electronic based. Bahkan sejak tahun 2007 mulai dikenalkan uang elektronik yang ditujukan untuk jenis pembayaran mikro sebagai pengganti uang. Perkembangan teknologi juga telah memungkinkan perpindahan (transfer) dana secara elektronik yang cepat antar kota bahkan antar negara.

Tahapan evolusi sistem pembayaran berikutnya adalah pada zaman teknologi yang sudah mulai maju dan berkembang, yaitu pada saat ini. Meluasnya penggunaan internet dan juga semakin mudahnya computer memunculkan pembayaran secara elektronik. Apalagi biayanya tidaklah terlalu mahal dan sangat efisien. Beberapa bentuk dari pembayaran secara

elektronik adalah *E-Banking* dan *E-money*. *E-banking* memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Tidak perlu mengantri di kantor cabang, tidak perlu biaya prangko untuk mengirim cek. Nasabah hanya tinggal membuka komputer dan meng-klik saja, maka transaksi sudah selesai. Terlebih sekarang muncul yang disebut dengan *Smartphone*, jadi bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja.

Bentuk kedua dari pembayaran secara elektronik ialah *e-money* (uang elektronik). Uang elektronik akan menggantikan posisi dari uang tunai dari sistem pembayaran. Bentuk dari *e-money* adalah kartu yang terdapat chip di dalamnya. Uang elektronik memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Hanya tinggal membawa kartu, menggesek maka transaksi selesai. Tidak perlu ada kembalian, karena jumlah pembelian langsung dipotong dari saldo yang ada di kartu. Tetapi terdapat kelemahan dari alat pembayaran *e-money* yang berakibat uang tunai masih dipakai di masyarakat, yaitu pertimbangan pribadi masyarakat akan keamanan, baik keamanan dari uang yang didalamnya maupun data atau informasi dari nasabah. Karena sekarang ini sudah banyak kejahatan berbasis teknologi yang disebut *Cyber Crime*.

3. Pengertian Uang Elektronik (*E-money*)

Dalam salah satu publikasi *Bank for International Settlement* mendefinisikan uang elektronik sebagai Produk *Stored-Value* atau *Prepaid* dimana uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki

seseorang. (Basel: BIS, 1996:1). Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Rivai, 2001:1367).

Menurut Peraturan Bank Indonesia NOMOR: 11/12/PBI/2009, Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

4. Kelemahan dan Kelebihan *E-money*

Pertama, Anda bisa melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, Anda bisa melakukan transaksi lebih cepat

karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tak perlu menghitung berlembar uang. Namun, ada juga kekurangan *e-money*. Pertama, belum semua transaksi bisa memakai *e-money* karena *e-money* baru bisa dipakai di merchant yang bekerja sama dengan penerbit. Kedua, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan *e-money*.

Menurut Mada Aryanugraha yang merupakan konsultan dari Ardana Consulting dalam majalah Tabloid Nova menyebutkan kekurangan menggunakan uang elektronik:

- a. Sulitnya mengecek saldo menjadi kekurangan menggunakan uang elektronik. Sehingga, saat melakukan pembayaran bisa jadi konsumen tidak mengetahui saldonya habis. Contohnya, saat membayar di gerbang tol, pengendara terpaksa meminta bantuan petugas karena tak mengetahui saldonya habis. Akibatnya, terjadi hambatan saat transaksi.
- b. Belum banyaknya *merchant* yang menyediakan fasilitas uang elektronik di Indonesia. Ini membuat seseorang yang memiliki uang elektronik alias *e-money* menjadi tidak maksimal menggunakan kartunya. Bahkan untuk beberapa *merchant*, misalnya perusahaan taksi yang sudah menggunakan uang elektronik, terkadang supirnya menyembunyikan alat ini. Alasannya, mereka tidak bisa mendapat uang lebih. Berbeda jika dibayar tunai, ada kelebihan uang yang bisa mereka terima.

- c. Selain itu, kekurangan menggunakan uang elektronik adalah kalau kartunya hilang, uangnya pun ikut hilang. Beda dengan ATM yang saat hilang masih bisa diblokir rekeningnya dan uang pun masih utuh. Sedangkan *e-money* tidak bisa diblokir dan tidak bisa diklaim. Tapi, orang yang menemukan kartu tersebut bisa memakainya karena tidak memakai PIN.
- d. Tak dilengkapi dengan pin dan di dalam kartu tak tertera nama pemilik, melainkan hanya data saldo. Sehingga mudah tertukar atau hilang dengan prosedur pengembalian yang sulit.

Sedangkan kelebihan menggunakan uang elektronik adalah:

- a. Uang elektronik memudahkan dan mempercepat transaksi. Misalnya, saat antri di gerbang tol atau naik Transjakarta. Pembayaran di gerbang tol cenderung lebih cepat karena masih jarang yang menggunakan uang elektronik ini sehingga terhindar dari masalah antri.
- b. Uang elektronik sangat fleksibel dan tidak perlu membawa uang tunai. Bahkan lebih mudah mengontrol pengeluaran karena dana. Ini bisa menjadi pos untuk transportasi atau makan yang sudah di jatahkan.
- c. Uang elektronik juga sangat berguna bagi pengguna yang konsumtif dan malas mencatat pengeluaran. Ketika dana tersebut memang sudah saatnya habis, tinggal diisi lagi sesuai budget. Sehingga pengeluarannya terkontrol, tidak asal menggesek kartu saja.

- d. Selain itu, uang elektronik juga efektif diberikan pada sopir atau asisten rumah tangga, untuk keperluan membeli bensin, parkir, belanja di supermarket dan sebagainya, karena mempermudah pengontrolan
- e. Kelebihan *laine-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *on-line*, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *off-line* biaya dapat dikurangi. Dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer. Perkembangan *e-money* bukan disebabkan oleh BI, namun disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengendalikan pasar untuk menggunakan *e-money* tersebut. *E-money* menjadi salah satu alternatif pembayaran dalam segmen mikro seperti: pembayaran tol atau tiket. *E-money* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi.

5. Persepsi Kemudahan

Definisi persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) oleh Davis adalah: “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts*” (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain

teknologitersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Nasution (2004) menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih *fleksibel*, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991). Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu system dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa persepsi Kemudahan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2008).

Kemudahan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa system informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya

jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Adam *etal.* 1992). Venkatesh dan Davis (2000), membagi dimensi Persepsi Kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Transaksi individu dengan sistem jelas dan mudah
- b. Mudah dalam pencarian produk dan penggunaan *e-money*.
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

6. Persepsi Manfaat

Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat

dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis *et al* yaitu, *productivity* (produktivitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

Penelitian yang dilakukan oleh Candraditya (2013) hal 3-4 dengan penelitian yang berjudul “Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)” menunjukan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Margherio (1998) menyatakan bahwa konsumen internet melaporkan bahwa mereka melakukan pembelian disitus web karena adanya *perceived benefit* (misalnya, kenyamanan meningkat, penghematan biaya, penghematan waktu, peningkatan berbagai produk untuk memilih dari dibandingkan dengan belanja secara tradisional). Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Kebermanfaatan menjadi berikut:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).

- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).

7. Kepercayaan

Kepercayaan adalah harapan bahwa pihak yang dipercaya tidak akan berlaku kecurangan dengan mengambil keuntungan pribadi pada situasi tertentu (Gefen et al., 2003). *Trust* merupakan keyakinan bahwa asing masing-masing pihak saling bergantung dan saling membutuhkan (Kumar et al., 1995). Trust berkaitan dengan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan memenuhi komitmennya (Gefen et al., 2003). Menurut Ba dan Pavlou (2002) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Hal yang senada juga dikemukakan oleh McKnight, Kacmar, dan Choudry (dalam Bachmann & Zaheer, 2006), menyatakan bahwa kepercayaan dibangun sebelum pihak-pihak tertentu saling mengenal satu sama lain melalui interaksi atau transaksi.

Kepercayaan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, atribut, dan manfaat produk menggambarkan persepsi dari konsumen. Sehingga tingkat kepercayaan konsumen tidak sama, ada yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah. Sebagai akibatnya perlu adanya rasa saling percaya

antarapembeli dan penjual (Gefen, 2002). Koufaris dan Hampton-Sosa (2004) didefinisikan kepercayaan awal, dan selanjutnya mengasumsikan bahwa konsumen dengan jaringan kerja yang baik pada suatu toko secara offline dapat meningkatkan rasa percaya diri di toko online.

Kurangnya rasa percaya menjadi alasan konsumen untuk tidak berhubungan dengan situs *e-commerce* (Pavlou, 2003). Mayer *et al.* (1995) telah mengusulkan tipologi yang lazim mengenai kepercayaan yang dibangun berdasarkan teori-teori dari psikologi sosial dan tinjauan ekstensif dari literatur kepercayaan. Tipologi ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan transaksi *online* didasarkan pada tiga komponen, yaitu:

- a. Kemampuan (*Ability*), kemampuan merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk memenuhi kebutuhannya.
- b. Kebaikan hati (*Benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.
- c. Integritas (*Integrity*), integritas seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

8. Minat Menggunakan *E-money*

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Menurut Kotler dan Keller (2012:181) “*customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of a product*”. Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sifat-sifat budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah motivasi, belajar, persepsi, kepercayaan dan sikap. Faktor persepsi, keyakinan dan sikap menjadi faktor yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan sehingga menimbulkan niat pada seseorang hingga akhirnya melakukan pembelian.

Menurut Davis *et al.* (1989) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut dan Keller (2012:177), minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk

tersebut. Menurut Ajzen (2011) minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.

Menurut Syah (2010), secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Menurut Ferdinand (2011:129) minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat transaksional.

Schiffman dan Kanuk (2007), menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Menurut Ferdinand (2006) ,minat beli dapat diidentifikasikan melalui dimensi-dimensi sebagai berikut:

- a. Minat transaksional
- b. Minat referensial.
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif,

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Judul	Hasil
Firdauzi, Indrawan (2017)	Pengaruh Kemampuan Finansial, Dan Perilaku Terhadap Penggunaan Elektronik Di Kota Yogyakarta	Menyatakan bahwa kemampuan finansial, kemudahan dan perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>
Priambodo dan Prabawani (2016)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Persepsi Terhadap Menggunakan Uang Elektronik	Menyatakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>)
Wibowo, dkk (2015)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Layanan, Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)	Menyatakan bahwa persepsi manfaat, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>
Pertiwi dan Adhivinna (2015)	Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri)	Penelitian ini menunjukkan bahwa risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i> .

C. Perumusan Hipotesis

1. Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan *E-money*

Kemudahan adalah aspek yang penting dalam mempengaruhi uang elektronik. Hal ini dikarenakan semakin mudah suatu hal digunakan maka minat dalam menggunakan hal itu akan semakin bertambah. Kwon dan Chidambaram dalam Budiman (2003) menjelaskan bahwa bila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk memakai produk.

Penelitian dari Firdauzi (2017) menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Hasil tersebut didukung oleh penelitian dari Priambodo dan prabawani (2016) yang juga menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money.

Kemudahan dalam menggunakan uang elektronik sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan, konsumen cenderung memilih untuk menggunakan kembali suatu produk jika dirasa produk tersebut bermanfaat dan mudah untuk digunakan. Sehingga dapat di hipotesiskan bahwa:

H1. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-Money

2. Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan *E-money*

Davis *et al.* (1989:320) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam

bekerja. Perceived usefulness (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Penelitian dari Priambodo dan Prabawani (2016), menunjukkan hasil bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari Wibowo dkk, (2015) yang juga menunjukkan hasil bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan yang meyakinkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk, sehingga dapat dihipotesiskan bahwa:

H2. Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-Money

3. Hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan E-money yang di moderasi oleh Kepercayaan

Adam, et al. (1992), intensitas penggunaan dan interaksi antar pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Kemudahan yang mengarah pada keyakinan individu bahwa pemakaian sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha. Faktor eksternal ini seperti perlengkapan sistem yang dirancang untuk mempermudah penggunaan.

Berdasarkan penelitian dari Pertiwi dan Adhivinna (2015), persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan. Salah satu faktor yang

menyebabkan pemakai menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan penggunaan sistem. Pengguna cenderung untuk menggunakan atau tidak suatu aplikasi yang dianggap sebagai sesuatu yang mereka yakini atau percaya akan membantu kinerja mereka dalam melakukan pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dihipotesiskan bahwa:

H3. Kepercayaan memoderasi pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan e-money

4. Hubungan Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan E-money yang di moderasi oleh Kepercayaan

Thompson (1991) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaannya. Dalam e-commerce persepsi manfaat merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi online dengan *website* tertentu (Kim et al, 2007).

Penelitian dari Pertiwi dan Adhivinna (2015), menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan. Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.

Jika seseorang telah percaya, maka akan langsung menggunakan e-money sebagai sarana pembayaran. Dan semakin tinggi persepsi manfaat

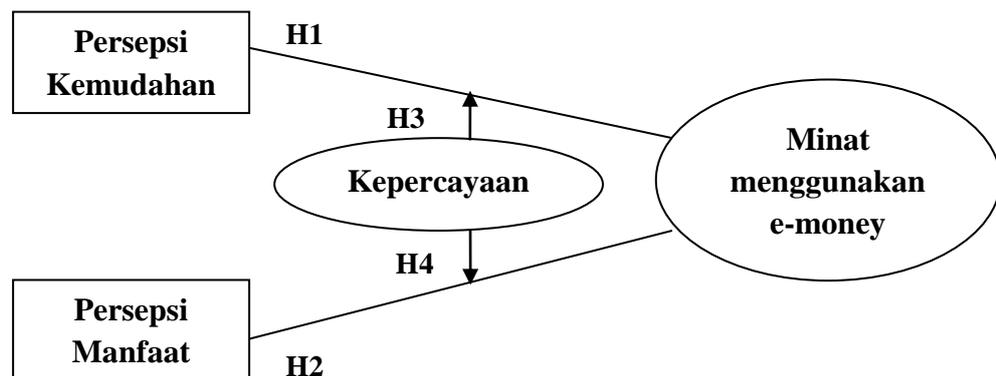
maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang ditimbulkan.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dihipotesiskan bahwa:

H4.Kepercayaan memoderasi pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadapMinat menggunakan e-money

D. Model Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* yang di moderasi dengan kepercayaan.Berkaitan dengan hal tersebut, berikut kerangka pikirnya:



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III METODA PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya (Sudjana, 2006). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat pengguna *e-money* di Kota Magelang.

Menurut Sekaran (2006:123), ukuran sampel lebih 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu.

Adapun cara yang dilakukan dalam penyebaran kuesioner yaitu dengan mendatangi dan menyebarkan secara langsung kuesioner penelitian pada gerai/counter dan toko-toko yang telah terpilih sebagai sampel penelitian sehingga responden dapat dipastikan bersedia untuk mengisi kuesioner tersebut.

B. Teknik Pengambilan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif berupa hasil isian kuisisioner yang dibagikan kepada Nasabah Bank Umum Kota Magelang. Responden dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui penyebaran kuisisioner.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner, yaitu sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner yang telah diisi oleh responden, diseleksi terlebih dahulu agar kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya tidak disertakan dalam analisis. Peneliti memilih cara demikian dengan pertimbangan bahwa metode survey langsung lebih efektif dan mengurangi risiko tidak kembalinya kuesioner yang telah disebar.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Minat Menggunakan *E-Money*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah adalah minat menggunakan *e-money*. Menurut Syah (2010), secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dalam variabel ini terdapat 4 indikator sebagai berikut :

- a. Minat transaksional.
- b. Minat refrensial.
- c. Minat preferensial.
- d. Minat eksploratif.

Cara pengukurannya adalah dengan memberikan pertanyaan kepada responden dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban-jawaban

“sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju”.

Jawaban-jawaban ini diberi skor 1-5.

2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat dilihat dengan menggunakan indikator yaitu mudah dipelajari, mudah untuk digunakan, jelas dan mudah dipahami, menjadi terampil (Jogiyanto, 2007). Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Transaksi individu dengan sistem jelas dan mudah
- b. Mudah dalam pencarian produk dan penggunaan *e-money*.
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Tampilan jelas dan mudah dipahami.

Variabel Kemudahan diukur dengan instrument yang dikembangkan oleh Andryanto (2016), yang terdiri dari enam item pertanyaan. Responds dari responden diukur dengan skala linkert 1-5, dengan jawaban “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju”. Jawaban-jawaban ini diberi skor 1-5.

3. Persepsi Manfaat

Davis *et al.* (1989:320) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Kebermafaatan menjadi berikut:

- a. *E-money* mampu meningkatkan kinerja individu.
- b. *E-moneym*ampu menambah tingkat produktifitas individu.
- c. *E-moneym*ampu meningkatkan efektifitas kinerja individu.
- d. *E-money*bermanfaat bagi individu .

Variabel manfaat diukur dengan menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Andryanto (2016). Instrumen terdiri dari 5 item pernyataan manfaat. Penilaian didasarkan pada Skala Likert 5 poin, dimana 1= sangat tidak setuju; 2= tidak setuju; 3= ragu-ragu; 4= setuju; dan 5= sangat setuju.

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah harapan bahwa pihak yang dipercaya tidak akan berlaku curang dengan mengambil keuntungan pribadi pada situasi tertentu. Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa masing-masing pihak saling bergantung dan saling membutuhkan. Menurut Jafar (2009:169), menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen yaitu:

- a. Persepsi Integritas.
- b. Persepsi Kebaikan.
- c. Persepsi Kompetensi.

Variabel Kepercayaan diukur dengan menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Andryanto (2016). Instrumen terdiri dari 5 item pernyataan kepercayaan. Penilaian didasarkan pada Skala Likert 5 poin, dimana 1= sangat tidak setuju; 2= tidak setuju; 3= ragu-ragu; 4= setuju; dan 5= sangat setuju.

D. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

1. Statistik Deskriptif

Ghozali (2013:49) mengemukakan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*). Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Statistik deskriptif responden mengindikasikan jumlah dan presentase responden yang dapat dikategorikan menurut umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan masa kerja.
- b. Statistik deskriptif variabel yaitu gambaran suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *maximum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness*.

2. Uji Validitas

Ghozali (2013:52) mengemukakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Ketentuan validitas data dapat menggunakan korelasi pearson. Hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05. Perhitungan korelasi dilakukan dengan menggunakan *Product Moment* dari *Pearson* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika terjadi korelasi yang signifikan antara masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor seluruh pertanyaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $> 0,05$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika tidak terjadi korelasi yang signifikan antara masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor seluruh pertanyaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

3. Uji Reliabilitas

Reliabel merupakan suatu alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013:47). Reliabel instrumen merupakan syarat untuk menguji validitas instrumen. Oleh karena itu, walaupun instrumen yang digunakan valid, umumnya reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan. Pengujian reabilitas ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Jika suatu variabel memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.

4. Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4 X_1 * X_3 + b_5 X_2 * X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan *E-money*

X1 = Persepsi Kemudahan

X2 = Persepsi Manfaat

X3 = Kepercayaan

e = Variabel Pengganggu

α = Konstanta

b1,b2,b3,b4, b5 = Koefisien Regresi

5. Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Menurut Gurajati dalam Ghozali (2013), jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap

bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka $\text{adjusted } R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $\text{adjusted } R^2 = (1 - k)/(n - k)$. jika $k > 1$, maka $\text{adjusted } R^2$ akan bernilai negatif.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara parsial atau secara individual terhadap variabel dependen.

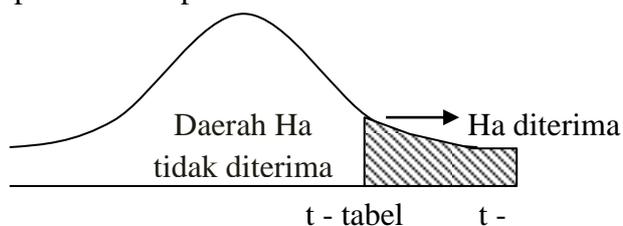
Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a : Artinya ada pengaruh yang secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan kriteria pengujian (Ghozali, 2013):

1. Apabila nilai signifikan $< \alpha$ (0,05), maka hipotesis nol (H_0) ditolak, berarti variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $> \alpha$ (0,05), maka hipotesis nol (H_0) diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen



Gambar 3.1
Penerimaan Uji t

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahandan persepsi manfaat terhadap minat yang dimoderasi dengan kepercayaanpada nasabah bank umum pengguna *e-money* di Kota Magelang.Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* atau sampel peluang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahandan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih *fleksibel*, mudah dipahami dan mudahpengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.
3. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.
4. Persepsi kemudahan yang dimoderasi persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk

mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami.

5. Persepsi manfaat tidak berpengaruh Persepsi kemudahan yang dimoderasi persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Namun, persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* dengan persepsi kepercayaan sebagai moderasi. Tidak berpengaruhnya persepsi manfaat terhadap minat yang di moderasi oleh kepercayaan, menandakan bahwa nasabah pada bank-bank di Kota Magelang belum sepenuhnya percaya dengan *e-money*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang memerlukan perbaikan dan pengembangan dalam penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan hanya terbatas pada nasabah bank umum pengguna *e-money* di Kota Magelang
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan variabel persepsi kepercayaan sebagai variabel moderasi.

Dari hasil uji diketahui bahwa 35,6% persepsi minat dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Sedangkan 64,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian, menambahkan nasabah – nasabah bank umum pada Kabupaten Magelang untuk menjadi objek penelitian. Jadi tidak terbatas hanya di wilayah Kota Magelang saja.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap persepsi minat contohnya persepsi resiko, fitur layanan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzen, I. 2011. *The Theory of Planned Behavior*. Honolulu University.
- Alam, S. 2007. *Ekonomi*. Jakarta: ESIS.
- Bank Indonesia. 2006. Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non-Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Working Paper*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. 2016. *Laporan Jumlah Uang Elektronik Beredar_2015*. <http://bi.go.id>.
- Basuki, Agus Tri. dan Imamudin, Yuliadi. 2014. *Elektronik data Processing (SPSS 15 dan Eviews 7)*. Edisi Pertama. Danisa Media.
- Boediono. 2005. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: Edisi 3, BPFE.
- Daniel, Goleman. 2015. *Emotional Intelligence: Kepemimpinan berdasarkan Kecerdasan Emosi*. Bandung: PT Gramedia Utama.
- Davis, F. D. 1989. "Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology", *MIS Quarterly*". *Journal*. Vol. 13, No. 3, hlm.319-339
- Engel, J.F. dkk. 1994. *Consumer Behavior* (terjemahan). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Indoprint.
- Ferry, Setyo, dkk. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-money* Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di jakarta).*Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 6 No 1 hal 440-456.
- Firdauzi, Indrawan. 2017. Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadapminat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta. *Jurnal*. Universitas Negri Yogyakarta.
- Garbarino, E. dan Johnson, M. 2009. *The different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment In Customer Relationship*. Jakarta: Yayasan Penerbit IDI.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi kelima.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hogart, dkk. 2002. Financial Knowledge, Experience And Learning Preferences: Preliminary Results From A New Survey on Financial Literacy. *ConsumerInterest Annual 48*.
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keprilakuan, Yogyakarta.
- Jogiyanto, Hartono. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Edisi Keenam. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Mahesa, Deewar. 2010. Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Minat Menjadi Karyawan Dengan Lama Kerja Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pt. Coca Cola Amatil Indonesia (Central Java)). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Manullang, Manginar. 2008. *Dasar-dasar Manajemen*. Edisi Revisi, Cetakan ketujuh. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mankiw, Greg. 2009. *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mishkin, Frederic. 2008. *Subprime Crisis Preview Chapter for the Economics of Money, Banking, and Financial Markets*. Columbia University.
- Mulyani, Sri. 2007. *Kesehatan Bank dan Lingkungan Makro Ekonomi*. Dialog Bank Umum Nasional: Cetakan kedua Penerbit USU Press.
- Priambodo, Singgih Dan Prabawani, Bulan. 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. [Tesis]. Universitas Indonesia.
- Rizaldi, Fahmi. 2015. Pengaruh Promosi terhadap Minat menggunakan Uang Elektronik pada Cv Teguh Karya Utama Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 4, No. 10.
- Rosyidi, Suherman. 2011. *Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Andi Yogyakarta: Yogyakarta.
- Sudjana. 2006. *Stasistika untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Supriyono, Imam. 2004. *Cerdas Finansial: di rumah, di kantor dan di masjid*. Jakarta: Pustaka Progressif.
- Stephem, P Robbins. 2007. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Syah, Muhibbin. 2010. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja.
- Umar, Husein. 2003. *Merode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Putra Utama.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Widdowson, Doug dan Hailwood, Kim. 2007. *Financial Literacy and It's role in promoting a sound financial system*. New Zealand. Bank of New Zealand
- Nelly, <http://goukm.id/e-money-uang-elektronik/>