

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT , PERSEPSI KEMUDAHAN ,SIKAP, KONTROL PRILAKU , DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA BANK BUMN DI KOTA PEKANBARU

Zachrie Karnadi¹⁾

Zulkarnain²⁾

Alvi Furwanti Alwie³⁾

¹⁾Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Riau

²⁾³⁾Dosen Program Pascasarjana Universitas Riau

Abstract. *This study aims to investigate the perception of interest in the use of electronic money in the city of Pekanbaru. This thesis analyzes the factors that influence intention to use the use of electronic money as a new product category for payment instrument in Indonesia, by raising electronic money case study at 3 state-owned banks in Pekanbaru city. This research integrates Theory Acceptance Model (TAM) and Theory Planned Behavior (TPB). This research is descriptive and explorative quantitative research. Data acquisition conducted on customers and non-customers 3 BUMN Bank (Bank Mandiri, BRI, and BNI) This study found that intention to use the use of electronic money is influenced by perceived usefulness, attitude, perceived behavior control, and subjective norms.*

Keyword: *E- money, Theory Acceptance Model, Theory Planned Behaviour, and intention to use*

Pendahuluan

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif, disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat, mengharuskan perbankan untuk terus melakukan inovasi guna memudahkan aktivitas bagi nasabah. Kemajuan teknologi tidak hanya memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas perbankan, tetapi juga mengubah cara dalam bertransaksi. Salah satu perkembangan teknologi di dunia perbankan yang mengubah cara dalam bertransaksi, yaitu dengan munculnya instrumen pembayaran yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)* dalam bidang pembayaran.

Uang elektronik (*electronic money*) atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital (Purnama, 2012 : 1). *Electronic money* ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pembayaran elektronik yang lain karena *electronic money* merupakan produk *prepaid (stored value)* di mana nilai uang telah dicatat dalam instrumen kartu (Good dalam Jatmiko, 2013 : 9).

Electronic money merupakan jenis layanan yang memudahkan nasabah, sebab bisa digunakan untuk membantu melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa membawa uang tunai. Adapun daftar

jenis kartu *electronic money* berserta Lembaga yang memproduksi dapat

dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang timbul adalah:

1. Apakah Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (Attitude) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
2. Apakah Persepsi manfaat (Perceived Usefulness) kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (Attitude) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
3. Apakah Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (Perceived Usefulness) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
4. Apakah Persepsi manfaat (Perceived Usefulness) mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
5. Apakah Norma subyektif (Subjektive Norm) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (Perceived Usefulness) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
6. Apakah Norma subyektif (Subjektive Norm) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
7. Apakah Persepsi kontrol perilaku (Perceived Behavioural Control)

mempunyai pengaruh positif terhadap Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?

8. Apakah Persepsi kontrol perilaku (Perceived Behavioural Control) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?
9. Apakah Sikap (Attitude) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN?

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (Attitude) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
2. Untuk menganalisis Persepsi manfaat (Perceived Usefulness) kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (Attitude) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
3. Untuk menganalisis Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (Perceived Usefulness) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN

4. Untuk menganalisis Persepsi manfaat (Perceived Usefulness) mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
5. Untuk menganalisis Norma subyektif (Subjektive Norm) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (Perceived Usefulness) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
6. Untuk menganalisis Norma subyektif (Subjektive Norm) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
7. Untuk menganalisis Persepsi kontrol perilaku (Perceived Behavioural Control) mempunyai pengaruh positif terhadap Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
8. Untuk menganalisis Persepsi kontrol perilaku (Perceived Behavioural Control) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN
9. Untuk menganalisis Sikap (Attitude) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (Intention to Use) Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (2014) menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru, diantaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi adalah Theory of Reasoned action (TRA) dan Theory of Planned Behaviour (TPB)

a. Perceived Usefulness (persepsi Kegunaan)

Persepsi kegunaan (U) didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dalam konteks organisasi kerja, kegunaan ini tentu saja dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang secara langsung atau tidak langsung berdampak pada kesempatan memperoleh keuntungan baik yang bersifat fisik atau materi maupun non materi

b. Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan Penggunaan)

Persepsi kemudahan penggunaan (E) didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkn sistem baru yang akan digunakan terbebas dari kesulitan. Dengan demikian persepsi mengenai kemudahan menggunakan ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem IT yang akan digunakan tidak merepotkan atau

tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan

c. Attitude towards Using (sikap terhadap penggunaan)

Sikap (A) terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang yang berasal dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang akan mempengaruhi minat perilaku terhadap sistem teknologi baru

d. Behavior Intention to Use (Minat Prilaku)

Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu jika mempunyai minat atau keinginan untuk melakukan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penerimaan teknologi dari pemakai sistem

e. External variabel(variabel eksternal)

Variabel eksternal secara langsung akan mempengaruhi persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan pengguna dipengaruhi variabel eksternal yang berkenaan dengan karakteristik sistem yang meningkatkan penggunaan dari teknologi, seperti mouse, touch screen, dan icon. Selain itu, pelatihan individu juga akan mempengaruhi kemudahan penggunaan. Semakin banyak pelatihan yang diterima individu, semakin besar tingkat kemudahan dalam penggunaan:

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.

2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.

3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.

4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan.

5. Laba yang diperoleh meningkat.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini merupakan pengembangan dari TRA. TPB ini mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control) akan mempengaruhi minat dan perilaku (Ajzen, 1991)

TPB ada tiga faktor utama sebagai penentu dari minat, pertama adalah sikap yang mencerminkan sejauh mana individu memiliki penilaian setuju atau tidak setuju untuk melakukan perilaku. Kedua, faktor sosial yang juga disebut norma subyektif, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Terakhir adalah perilaku kontrol, yang mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku

Minat

Berdasarkan *Theory of Reason Action*, Menurut Fishbein dan Ajzen (1975: 7) yang dikembangkan menjadi *theory of planned behaviour*. Kata Minat yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari *Theory of Reason Action* yang dikembangkan Fishbein dan Ajzen dan dikutip dalam literatur "*Theory of Planned Behavior* dalam Penelitian Sikap, Niat, dan Perilaku Konsumen" oleh Dharmmesta (2008).

Uang elektronik (*Mandiri E-cash, Brizzi, dan TapCash*)

Uang elektronik merupakan uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Uang elektronik bersifat Prabayar dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang.

Uang elektronik yang digunakan dalam tesis ini adalah *Mandiri e-cash, Brizzi, dan Tapcash*.

Penelitian ini juga pernah diangkat sebagai topik penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya. Maka peneliti juga diharuskan untuk mempelajari penelitian terdahulu atau sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Dari sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara teori-teori yang dijelaskan sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011) menemukan minat penggunaan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, sikap, persepsi control perilaku, dan norma subyektif terhadap kartu flazz BCA di Jakarta.

Kerangka Penelitian

Konsep Penelitian ini terdiri dari empat variable independen dan satu variable dependen. Variable independen atau yang sering juga dikatakan sebagai variable bebas adalah variable yang bergerak baik dalam diri individu atau yang berada dilingkungan yang mempengaruhi suatu perilaku. Sedangkan variable dependen adalah faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan efek variable independen.

Variable independen dalam hal ini *Persepsi Usefulness dan Persepsi Ease of use*, sedangkan variable dependen adalah *attitude, subjective*

norm, perceived behavioral control dan intention to use

Hipotesis Penelitian

Dari perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori yang kesemuanya telah dituangkan ke dalam kerangka pikir, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H1. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (A) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H2. Persepsi manfaat (PU) kegunaan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap (A) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H3. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H4. Persepsi manfaat (PU) mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan (ITU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H5. Norma subyektif (SN) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H6. Norma subyektif (SN) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (ITU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H7. Persepsi kontrol perilaku (PBC) mempunyai pengaruh positif terhadap Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**
- H8. Persepsi kontrol perilaku (PBC) mempunyai pengaruh positif

terhadap Minat menggunakan (ITU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**

H9. Sikap (A) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat menggunakan (ITU) **Penggunaan uang elektronik pada Bank BUMN**

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap Nasabah Bank BUMN (Bank Mandiri, BRI , dan BNI) yang belum mempunyai uang elektronik di kota Pekanbaru. Dengan demikian maka lokasi penelitian ini adalah di Bank BUMN yang ada di kota Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah nasabah Bank BUMN di kota Pekanbaru yang belum mempunyai uang elektronik. Dalam hal ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga termasuk dalam kategori *non-probability sampling*. Menurut Arikunto (2013:62) salah satu cara untuk mengetahui jumlah sampel *non probability sampling* Dengan menggunakan rumusan tersebut maka diperoleh jumlah sampel minimum adalah 96 orang. Penulis menetapkan jumlah sampel menjadi 154 orang (22 x7) nasabah Bank BUMN yang dipilih berdasarkan teknik *accidental sampling*, yaitu menentukan pengunjung yang kebetulan bertemu dengan penulis ketika pengumpulan data sebagai sampel/responden

penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan langsung lembaran kuesioner kepada responden.

Metode Statistik

Metode statistik yang digunakan dalam menganalisa data adalah metode *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan dibantu program PLS. Alasan penerapan metode SEM pada penelitian ini ada 2 faktor, pertama adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dapat menguji sebuah teori dengan pengujian kecocokan antara model dengan data dan alasan yang kedua adalah memungkinkan sebuah variabel berlaku dinamis dimana sebuah variable dapat berlaku sebagai dependen variabel dan juga independen variabel pada sebuah model.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Kuesioner yang digunakan didalam penelitian ini telah melalui rangkaian uji validitas dan reabilitas sehingga layak untuk digunakan dan dapat dipercaya. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* Microsoft Office Excel 2007 dan *software* program SmartPLS 2.0 M3, diperoleh data validitas dengan menggunakan pengukuran *discriminant validity* dengan pengujian *cross loading* sebagai berikut:

Tabel 4.11 Loading Factor dan P Value

	Attitude	Intention to Use	Percieved Behavioral Control	Persepsi Ease of Use	Persepsi Usefulness	Subjective Norm
A1	0,785	0,548	0,478	0,607	0,579	0,608
A2	0,825	0,587	0,493	0,498	0,482	0,504
A3	0,816	0,804	0,749	0,528	0,628	0,656
A4	0,813	0,541	0,426	0,509	0,518	0,471
ITU1	0,589	0,762	0,562	0,483	0,585	0,623
ITU2	0,703	0,890	0,626	0,501	0,641	0,666
ITU3	0,671	0,866	0,631	0,430	0,619	0,593
PBC1	0,572	0,568	0,845	0,374	0,429	0,533
PBC2	0,636	0,700	0,923	0,472	0,647	0,593
PBC3	0,637	0,683	0,947	0,440	0,597	0,592
PEOU1	0,516	0,499	0,452	0,726	0,661	0,468
PEOU2	0,556	0,389	0,344	0,853	0,571	0,390
PEOU3	0,550	0,535	0,416	0,809	0,542	0,560
PEOU4	0,472	0,336	0,278	0,792	0,536	0,455
PU1	0,538	0,550	0,464	0,621	0,854	0,382
PU2	0,503	0,518	0,467	0,506	0,708	0,417
PU3	0,572	0,679	0,486	0,477	0,702	0,529
PU4	0,506	0,536	0,441	0,557	0,790	0,449
PU5	0,561	0,564	0,564	0,687	0,844	0,464
SN1	0,634	0,587	0,488	0,547	0,433	0,865
SN2	0,623	0,671	0,606	0,480	0,490	0,858
SN3	0,486	0,593	0,473	0,448	0,507	0,765

Sumber: *Data Olahan 2017*

Cross loadings berguna untuk menilai apakah konstruk memiliki *discriminant validity* yang memadai, yaitu dengan cara membandingkan korelasi indicator suatu konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Jika korelasi indicator konstruk memiliki nilai lebih tinggi di bandingkan dengan korelasi indicator tersebut terhadap konstruk lain, maka dikatakan konstruk memiliki *diskriminan validitas* yang tinggi. Dari table dapat disimpulkan bahwa indicator masing-masing konstruk memberikan nilai *convergent validity* yang tinggi semua di atas 0.70.

Begitu juga dengan nilai *cross loading* menunjukkan *discriminant validity* yang baik.

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah Pengukuran dengan metode *Fornell-Larcke* rdapat dilakukan dengan membandingkan *square roots* atas AVE dengan korelasi vertical laten. Validitas diskriminan dikatakan baik apabila *square root* atas AVE sepanjang garis diagonal lebih besar korelasinya antara satu konstruk dengan yang lainnya

Tabel 4.12
Uji Validitas *Square Root Of Average (AVE)*

	Attitude	Intention to Use	Percieved Behavioral Control	Persepsi Ease of Use	Persepsi Usefulness	Subjective Norm	Keterangan
Attitude	0,810						Valid
Intention to Use	0,780	0,841					Valid
Percieved Behavioral Control	0,680	0,721	0,906				Valid
Persepsi Ease of Use	0,662	0,560	0,476	0,796			Valid
Persepsi Usefulness	0,688	0,732	0,623	0,732	0,782		Valid
Subjective Norm	0,700	0,746	0,633	0,591	0,576	0,831	Valid

Sumber: Data Olahan, 2017

Dari table 4.12 diatas dapat diketahui bahwa nilai *square root* atas AVE sepanjang garis diagonal lebih besar korelasinya antara satu konstruk dengan yang lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas yang baik.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan Microsoft Office Excel 2007 dan *software* program SmartPLS 2.0 M3, diperoleh data reliabilitas dengan menggunakan dengan melihat nilai *composite reliability* sebagai berikut

Uji Reliabilitas

Tabel 4.13
Hasil Uji *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Attitude	0,826	0,884
Intention to Use	0,791	0,879
Percieved Behavioral Control	0,891	0,932
Persepsi Ease of Use	0,807	0,874
Persepsi Usefulness	0,839	0,887
Subjective Norm	0,773	0,869

Sumber: Data Olahan, 2017

Besarnya koefesien reliabilitas yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,7. Bila koefesien reliabilitas seluruh item lebih besar atau sama dengan 0,7 maka item instrument dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diketahui seluruh instrument dinyatakan reliable karena nilai *cronbach's alpha* &

composite reliability lebih besar dari 0,7.

4.1.4 Evaluasi Model Struktural

Setelah model diestimasi dan memenuhi kriteria *outer model*, berikutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*) dengan melihat nilai R-Square pada

konstruk. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.14
Model Struktural

	R Square	R Square Adjusted
Attitude	0,528	0,521
Intention to Use	0,754	0,747
Persepsi Ease of Use	0,226	0,221
Persepsi Usefulness	0,568	0,562

Dari tabel diatas, di peroleh nilai R Square variabel attitude sebesar 0,528. Artinya adalah sebesar 52,8% variabel attitude dipengaruhi oleh persepsi usefulness dan persepsi ease of use. Kemudian diperoleh nilai R Square variabel intention to use sebesar 0,754. Artinya adalah bahwa sebesar 75,4% variabel intention to use dipengaruhi oleh persepsi usefulness, persepsi ease of use, attitude, subjective norm dan perceived behavioral control.Selanjutnya diperoleh nilai R Square variabel persepsi ease of use sebesar 0,226. Artinya adalah sebesar 22,6% variabel persepsi ease of use di pengaruhi oleh perceived behavioral control. Dan diperoleh nilai R Square variabel persepsi usefulness sebesar 0,568. Artinya

adalah bahwa sebesar 56,8% variabel persepsi usefulness di pengaruhi oleh subjective norm.

Selanjutnya dari hasil diatas dapat diperoleh nilai *predictive-relevance* (Q²) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2)(1 - R_3^2) (1 - R_4^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,528) (1 - 0,754)(1 - 0,226) (1 - 0,568)$$

$$Q^2 = 1 - (0,472) (0,246)(0,774) (0,432)$$

$$Q^2 = 1 - 0,039$$

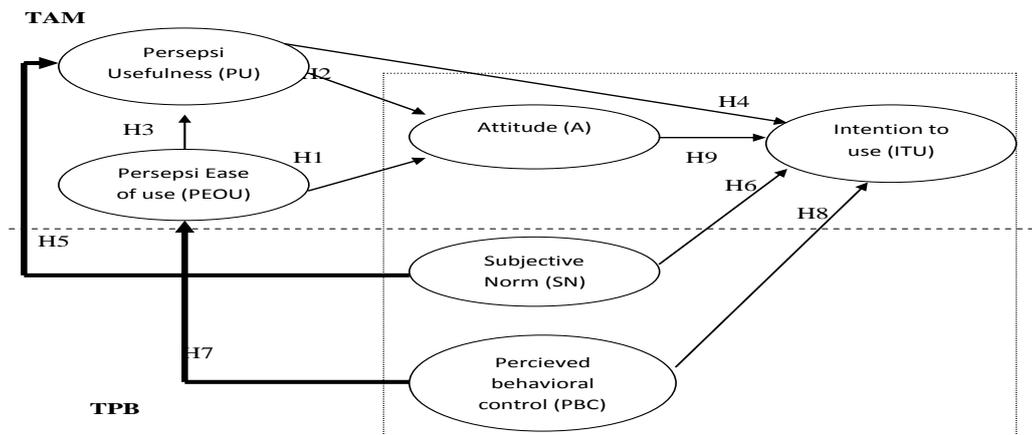
$$Q^2 = 0,961 \text{ atau } 96,1\%$$

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 96,1 % variasi pada variabel intention to use dijelaskan oleh variabel yang digunakan pada model, sisanya sebesar 3,9 % dijelaskan oleh factor lainnya di luar model.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) akan memperlihatkan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t (*t-test*) pada setiap jalur pengaruh antara variabel. Hasil pengujian dapat diuraikan sebagai berikut:

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT , PERSEPSI KEMUDAHAN ,SIKAP, KONTROL PRILAKU , DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA BANK BUMN DI KOTA PEKANBARU



Pengujian hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 95%. Kriteria dalam pengujian hipotesis yaitu dengan membandingkan uji T-Statistik berdasarkan hasil *path coefficient* dengan signifikansi weight 1,96. Apabila T- Statistik yang dihasilkan > 1,96, maka variable independen

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan variabel moderating dapat memoderasi hubungan antara variable independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji Hipotesis Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Attitude -> Intention to Use	0,267	0,266	0,075	3,540	0,000
Percieved Behavioral Control -> Intention to Use	0,197	0,204	0,057	3,474	0,001
Percieved Behavioral Control ->Persepsi Ease of Use	0,476	0,482	0,060	7,984	0,000
Persepsi Ease of Use -> Attitude	0,340	0,350	0,090	3,768	0,000
Persepsi Ease of Use ->Persepsi Usefulness	0,602	0,609	0,081	7,407	0,000
Persepsi Usefulness -> Attitude	0,439	0,435	0,088	4,989	0,000
Persepsi Usefulness -> Intention to Use	0,262	0,261	0,057	4,629	0,000
Subjective Norm -> Intention to Use	0,283	0,278	0,067	4,216	0,000
Subjective Norm ->Persepsi Usefulness	0,221	0,215	0,094	2,346	0,019

Sumber: Data Olahan, 2017

4.1.5 Pembahasan Hasil Penelitian Dan Implikasi

4.1.5.1 Pengaruh *Attitude* terhadap *Intention to Use*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,267 dengan t statistic 3,540 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (3,540) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa attitude berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *attitude* maka *intention to use* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.2 Pengaruh *Percieved Behavioral Control* terhadap *Intention to Use*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,197 dengan t statistic 3,474 dan P value 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (3,474) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,001) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *percieved behavioral control* berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *percieved behavioral control* maka *intention to use* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya

4.1.5.3 Pengaruh *Percieved Behavioral Control* terhadap *Perceived Ease of Use*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,476 dengan t statistic 7,984 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (7,984) lebih besar dari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *Perceived* berpengaruh positif

terhadap *Perceived ease of use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *percieved behavioral control* maka *Perceived ease of use* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.4 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,340 dengan t statistic 3,768 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (3,768) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Perceived ease of use* maka attitude juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.5 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,602 dengan t statistic 7,407 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik(7,407) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Perceived ease of use* maka persepsi usefulness juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.6 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,439 dengan t statistic 4,989 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-

statistik(4,989) lebih besardari t table (1,960)dan P value (0,000) lebih

Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap *attitude*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Perceived Usefulness* maka *attitude* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.7 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,262dengan t statistic 4,629 dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik(4,629) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Perceived Usefulness* maka *Intention to Use* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.8 Pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Intention to Use*

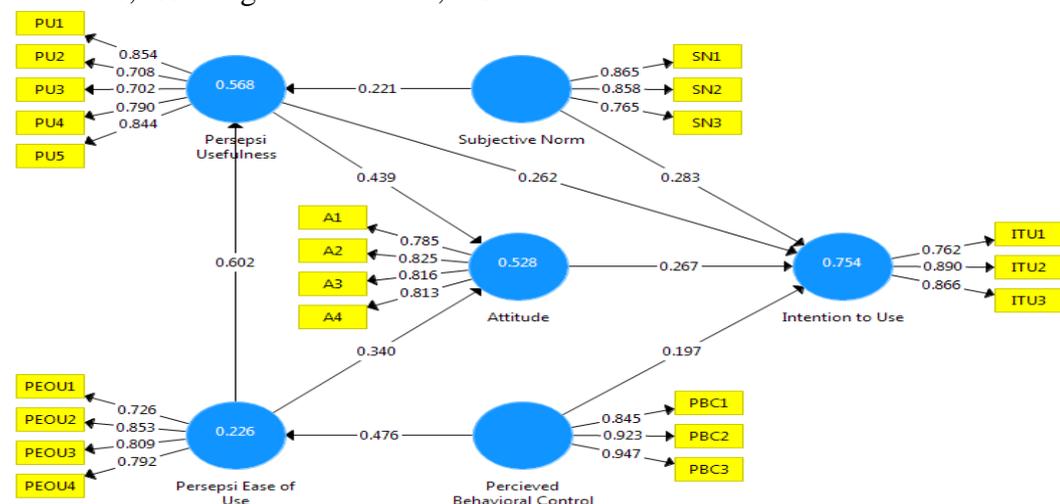
Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,283 dengan t statistic 4,216

kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa

dan P value 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (4,216) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *subjective norm* maka *Intention to Use* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

4.1.5.9 Pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Perceived Usefulness*

Diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,221 dengan t statistic 2,346 dan P value 0,019. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-statistik (2,346) lebih besardari t table (1,960) dan P value (0,019) lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *subjective norm* maka *Perceived Usefulness* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.



Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa data dan informasi yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menemukan bahwa minat (*intention to use*) penggunaan uang elektronik secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), persepsi kontrol prilaku (*perceived behaviour control*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*), dan norma subjektif (*subjektif norm*). Pada hasil ini juga disimpulkan bahwa persepsi kontrol prilaku memiliki pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Saran Penelitian

Penelitian ini membuat 2 kontribusi utama. Pertama, model TAM dan TPB telah terintegrasi untuk menjelaskan faktor-faktor penentu minat penggunaan dalam hal ini uang elektronik sebagai alat pembayaran di industri keuangan Indonesia. Dimana penelitian ini mengintegrasikan variabel yang mengakomodasikan peranan orang lain disekitarnya dalam menunjukkan bahwa persepsi nilai (manfaat dan kemudahan penggunaan), sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku merupakan faktor langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik.

1. Saran akademis penelitian adalah dengan melakukan pengujian model penelitian ini dengan studi kasus penggunaan produk baru yang berbeda dari penelitian ini

2. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti variabel yang sama pada penelitian ini dengan sampel pengguna uang elektronik pada 3 Bank BUMN. Saran ini untuk mengetahui apakah model dari penelitian ini tetap berlaku atau tidak jika diterapkan pada

DAFTAR PUSTAKA

- Adebiyi Ayodele A., Alabi Esther, Ayo Charles K. and Adebiyi Marion O.(2013).” *An Empirical Investigation of the Level of Adoption of Mobile Payment in Nigeria*”. Jurnal Ilmiah
- Ajzen, I. 2012. *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211
- Ajzen, I. and Fishbein, M., 2012. “*Understanding, Attitude and Predicting Social Behavior*”, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Ali Maskur, Endang Tjahjaningsih, Adib Saeroji (2012).” Pengaruh Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam KUR Mikro (Studi Pada Nasabah BRI di Pati)”. Jurnal Ilmiah
- Amilia Hidayanti. (2014). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Layanan E-Banking (Studi pada Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga)”. Jurnal ilmiah

- Bobby Kurniawan Santosa. (2015). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan,dan Persepsi Kecocokan Terhadap Sikap Pengguna *Internet Banking*." Jurnal Ilmiah
- Bo dai , Sandra forsythe, wi suk kwon (2014)." *The impact of online shopping experience on risk perception and online purchase intentions : does product category matter.*" Jurnal Ilmiah
- Cahaya Agung Purnama (2012)." Analisis pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan harga terhadap minat beli e-toll card bank mandiri (studi kasus pada pengguna jalan tol di kota semarang)." Skripsi . Universitas Diponegoro
- Chanchai phonthanukitithaworn , carmine sellitto , michelle fong (2015)." Melakukan penelitian dengan User Intentions to Adopt Mobile Payment Services: A Study of Early Adopters in Thailand."
- Davis, Fred D. 2014. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13, pp. 319-339.
- Deni Rahmatsyah. (2011). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA)." *Tesis*. Universitas Indonesia
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (2010), *Belief, attitude, intention, behavior: An Introduction to theory and research*, Addison – Wesley, reading , MA
- Firsty Kinanti &Zaki Baridwan (2012)." Analisis Determinan Sistem Informasi *E ticketing*: Pendekatan *Extended Theory of Planned Behaviour*
- http://www.bi.go.id/en/statistik/sistem_pembayaran/uangelektronik/Contents/Penyyelenggara_Uang_Elektronik.aspx, akses 6 Februari 2017
- Indu Niranjan,A.S.Saravanan (2016)." *Consumer perception in adopting e money in developed markets.*" Jurnal Ilmiah
- I. O. Akinyemi, E. O. Asani, A. A. Adigun (2013). "An Investigation of Users' Acceptance and Satisfaction of E-Banking System as a Panacea towards a Cashless Economy in Nigeria"
- Hossein Rezaie Dolat Abadi, Bahram Ranjbarian, Faeze Kermani Zade.(2012)," *investigate the Customers' Behavioral Intention to Use Mobile Banking Based on TPB, TAM and Perceived Risk (A Case Study in Meli Bank)*".Jurnal Ilmiah
- Husnil Khatimah, Fairol Halim.(2016)" The effect of attitude and its decomposed, perceived behavioral control and itsdecomposed and awareness on intention to use e - money mobile in Indonesia.

- Hyun Joo Kim, et, al.(2013).” *Design and Implementation of In-House Electronic Money Using Java Cards.*”*International Journal Of Smart Home, Vol.7, No.5*
- Mariam Naiwumbwe. (2012).” Perceived ease of use, perceived usefullnes, behavioural intention to use and accaptance of mobile money tranfer services.” *Jurnal ilmiah*
- Mohamed Gamal, Aboelmaged and Tarek R. Gebba (2013). *“Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior”*.
- P. Kotler & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Alih Bahasa Benyamin Molan).Jakarta: PT. Index
- Restu Andhi Ardana, Kertahadi , Devi Farah Azizah (2014).”The Influence Of Perceived Usefulness, Ease Of Use, Compatibility And Risk On Mobile Banking User Attitude (Study at PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Branch Malang Kawi).” *Jurnal Ilmiah*
- Sri Imelda, Rofi’i, Hikmayanti Huwaida.(2014).” Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pengguna Refill Tinta Printer Dataprint Di Banjarmasin).”*Jurnal Ilmiah*
- Techinasia (2016).” Lembaga penerbit uang elektronik di Indonesia.” *Situs Online*
- Zainul Hasan Quthbi (2016).” pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan , privasi kecukupan informasi dan kesenangan bertransaksi terhadap keputusan menggunakan *e- money* pada bus trans jogja.” *Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*