

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus, (2) pengaruh persepsi fitur layanan terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus, (3) pengaruh persepsi keamanan terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus, (4) pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus, (5) pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus. Subjek dalam penelitian ini adalah generasi millennial di kota Kudus berusia 18-25 tahun yang mengetahui dan menggunakan *e-money*. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 – 18 Maret 2023. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *puposive sampling*.

1. Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah generasi millennial di kota Kudus berusia 18-25 tahun yang mengetahui dan menggunakan *e-money* di kabupaten Kudus. Target sampel sebesar 97 responden yang berdomisili di kabupaten Kudus. Hasil analisis statistik deskriptif selengkapnya dapat dilihat pada tabel-tabel sebagai berikut :

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	38	39%
Perempuan	59	61%
Total	97	100%

Sumber: data primer 2023

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 38 orang (39%), dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 59 orang (61%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
18	11	11%
19	10	10%
20	7	7%
21	10	10%
22	29	30%
23	15	15%
24	8	8%
25	7	7%
Total	97	100%

Sumber: data primer 2023

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa responden dengan usia 18 tahun berjumlah 11 orang (11%), responden dengan usia 19 tahun berjumlah 10 orang (10%), responden dengan usia 20 tahun berjumlah 7 orang (7%), responden dengan usia 21 tahun berjumlah 10 orang (10%), responden dengan usia 22 tahun berjumlah 29 orang (30%), responden dengan usia 23 tahun berjumlah 15 orang (15%), responden dengan usia 24 tahun berjumlah 8 orang (8%), dan responden dengan usia 25 tahun berjumlah 7 orang (7%).

c. Karakteristik Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3 Domisili

5	Frekuensi	Presentase
Bae	3	3%
Dawe	6	6%
Gebog	9	9%
Jati	10	10%
Jekulo	4	4%
Kaliwungu	40	41%
Kota	15	15%
Mejobo	4	4%
Undaan	6	6%
Total	97	100%

Sumber: data primer 2023

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa responden berdomisili di Kabupaten Kudus secara keseluruhan dengan sebaran wilayah atau kecamatan seperti Kecamatan Bae berjumlah 3 orang (3%), Kecamatan Dawe berjumlah 6 orang (6%), Kecamatan Gebog berjumlah 9 orang (9%), Kecamatan Jati berjumlah 10 orang (10%), Kecamatan Jekulo berjumlah 4 orang (4%), Kecamatan Kaliwungu berjumlah 40 orang (41%), Kecamatan Kota berjumlah 15 orang (15%), Kecamatan Mejobo berjumlah 4 orang (4%), dan Kecamatan Undaan berjumlah 6 orang (6%).

2. Deskripsi Kategori Variabel

a. Kemudahan

Variabel kemudahan terdiri atas lima pertanyaan yang mewakili dua indikator. Tanggapan responden dapat diperhatikan pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Kategorisasi Pada Variabel Kemudahan

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 10	2	2%	Rendah
2	10 s/d 16	45	46%	Sedang
3	> 16	50	52%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tanggapan responden pada setiap pernyataan terkait dengan variabel kemudahan memperoleh respon positif. Terlihat bahwa penilaian 2 responden (2%) masuk dalam kategori rendah, penilaian 45 responden (46%) masuk dalam kategori sedang, dan penilaian 50 responden (52%) masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan interpretasi pada data tersebut, menunjukkan bahwa lebih dari 50% penilaian responden masuk dalam kategori tinggi. Presentase tersebut menunjukkan bahwa responden merasakan kemudahan dalam menggunakan *e-money*. Persepsi tersebut berdasarkan pada indikator variabel persepsi kemudahan yang meliputi : kemudahan dan efektifitas.

b. Fitur layanan

Variabel fitur layanan terdiri atas lima pertanyaan yang mewakili dua indikator. Tanggapan responden dapat diperhatikan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel Fitur Layanan

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 10	0	0%	Rendah
2	10 s/d 16	59	61%	Sedang
3	> 16	38	39%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tanggapan responden pada setiap pernyataan terkait dengan variabel fitur layanan memperoleh respon positif. Terlihat bahwa penilaian 0 responden (0%) masuk dalam kategori rendah, penilaian 59 responden (61%) masuk dalam kategori sedang, dan penilaian 38 responden (39%) masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan interpretasi pada data tersebut, menunjukkan bahwa lebih dari 50% penilaian responden masuk dalam kategori sedang. Hal tersebut membuat variabel fitur layanan memiliki persepsi yang baik bagi sebagian besar responden. Persepsi tersebut didasarkan pada indikator : kemudahan dan efisiensi.

c. Keamanan

Variabel keamanan terdiri atas lima pernyataan yang mewakili empat indikator. Tanggapan responden dapat diperhatikan pada tabel berikut.

Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Keamanan

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 10	1	1%	Rendah
2	10 s/d 16	68	70%	Sedang
3	> 16	28	29%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Terdapat variasi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan variabel keamanan. Mayoritas responden memberi persepsi positif terhadap setiap pernyataan yang diajukan yaitu 68 responden (70%) masuk dalam kategori sedang dan 28 responden (29%) masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan interpretasi pada data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% penilaian dari jumlah responden masuk dalam kategori sedang. Hal tersebut membuat variabel keamanan memiliki persepsi yang baik bagi sebagian besar responden. Persepsi tersebut didasarkan pada indikator : sistem keamanan bank, keamanan data nasabah, dan mitigasi risiko.

d. Manfaat

Variabel manfaat diukur berdasarkan tiga indikator, kategorisasi jawaban responden terkait variabel manfaat dapat diperhatikan pada tabel berikut.

Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel Manfaat

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 8	1	1%	Rendah
2	8 s/d 12	26	27%	Sedang
3	> 12	70	72%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Mayoritas tanggapan responden pada setiap indikator terkait dengan variabel manfaat berada pada kategori tinggi dengan jumlah 70 responden (72%). Persentase yang diperoleh mengindikasikan bahwa masyarakat khususnya generasi millennial di Kabupaten Kudus merasakan manfaat dari penggunaan *e-money*. Kehadiran layanan *e-money* bertujuan untuk memberi berbagai manfaat bagi nasabah yaitu kemudahan melakukan aktivitas tanpa harus keluar rumah sehingga nasabah dapat menyelesaikan keperluan perbankan dengan cepat. Persepsi tersebut didasarkan pada indikator : efisiensi, efektivitas dan bermanfaat.

e. Risiko

Variabel risiko terdiri atas empat pernyataan yang mewakili tiga indikator. Tanggapan responden dapat diperhatikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Kategorisasi Pada Variabel Risiko

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 8	12	12%	Rendah
2	8 s/d 12	39	40%	Sedang
3	> 12	46	48%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Terdapat variasi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan variabel risiko yaitu penilaian 12 responden (12%) masuk dalam kategori rendah, penilaian 39 responden (40%) masuk dalam kategori sedang, dan penilaian 46 responden (48%) masuk dalam kategori tinggi. Persentase kategori rendah pada variabel risiko lebih besar dari variabel lainnya namun meskipun begitu tidak mempengaruhi persepsi positif terhadap variabel tersebut. Hal ini sangat sensitif dalam penerapan teknologi internet banking sehingga pengalaman responden dalam menggunakan produk tersebut sangat menentukan persepsi pengguna. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa pengguna *e-money* meyakini risiko dari penggunaan teknologi tersebut namun penyedia produk internet banking perlu memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait upaya mitigasi terhadap berbagai risiko dalam penggunaan internet banking. Persepsi tersebut didasarkan pada indikator : keamanan, gangguan yang menyebabkan kerugian, dan pemikiran tentang risiko.

f. Penggunaan

Variabel penggunaan merupakan variabel dependen pada penelitian ini. Persepsi responden terkait variabel penggunaan dapat diperhatikan pada tabel berikut.

Tabel 4.9 Kategorisasi Pada Variabel Penggunaan

No.	Skala Interval	Frekuensi	F%	Kategori
1	< 10	0	0%	Rendah
2	10 s/d 16	59	61%	Sedang
3	> 16	38	39%	Tinggi
Jumlah		97	100%	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tanggapan responden pada setiap pernyataan terkait dengan variabel penggunaan memperoleh respon positif. Terlihat bahwa penilaian 59 responden (61%) masuk dalam kategori sedang dan penilaian 38 responden (39%) masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan interpretasi pada data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% penilaian dari jumlah responden masuk dalam kategori sedang. Hal tersebut membuat variabel penggunaan memiliki persepsi yang baik bagi sebagian besar responden. Persepsi tersebut didasarkan pada indikator: pengalaman (*experience*), perilaku (*behaviour*), dan manfaat.

3. Analisis kuantitatif

a. Uji validitas dan reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen variabel.¹ Uji validitas mengacu pada metode *Person's Product Moment Correlation* dengan signifikan 5%. Dengan ketentuan pengambilan keputusan dapat dikatakan valid jika r hitung > dari r tabel (0,202).

¹ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. valid 58

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Penelitian

Variabel		r Hitung	r Tabel 5% (95)	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,748	0,202	Valid
	X1.2	0,804	0,202	Valid
	X1.3	0,843	0,202	Valid
	X1.4	0,746	0,202	Valid
	X1.5	0,724	0,202	Valid
Persepsi fitur layanan (X2)	X2.1	0,662	0,202	Valid
	X2.2	0,730	0,202	Valid
	X2.3	0,808	0,202	Valid
	X2.4	0,755	0,202	Valid
	X2.5	0,780	0,202	Valid
Persepsi keamanan (X3)	X3.1	0,574	0,202	Valid
	X3.2	0,796	0,202	Valid
	X3.3	0,759	0,202	Valid
	X3.4	0,704	0,202	Valid
	X3.5	0,728	0,202	Valid
Persepsi manfaat (X4)	X4.1	0,770	0,202	Valid
	X4.2	0,822	0,202	Valid
	X4.3	0,820	0,202	Valid
	X4.4	0,810	0,202	Valid
Persepsi risiko (X5)	X5.1	0,813	0,202	Valid
	X5.2	0,875	0,202	Valid
	X5.3	0,861	0,202	Valid
	X5.4	0,780	0,202	Valid
Penggunaan <i>e-money</i> (Y)	Y1	0,552	0,202	Valid
	Y2	0,718	0,202	Valid
	Y3	0,736	0,202	Valid
	Y4	0,785	0,202	Valid
	Y5	0,563	0,202	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diperhatikan bahwa semua variabel dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu maka dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan yang mewakili indikator terkait variabel dapat diterima untuk dijadikan sampel penelitian.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan bersifat tangguh dan bisa diandalkan. Dimana kuesioner akan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > nilai signifikan (0,7).²

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,830	0,7	Reliabel
Persepsi fitur layanan (X2)	0,799	0,7	Reliabel
Persepsi keamanan (X3)	0,753	0,7	Reliabel
Persepsi manfaat (X4)	0,820	0,7	Reliabel
Persepsi risiko (X5)	0,850	0,7	Reliabel
Penggunaan <i>e-money</i> (Y)	0,723	0,7	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 4.11 menunjukkan hasil uji reliabilitas setiap kuesioner dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7. Berdasarkan pada angka tersebut maka instrumen yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dapat dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat direplikasi pada penelitian yang sejenis.

² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018). 51.

b. Uji asumsi klasik

Penggunaan model regresi linear berganda untuk menguji hipotesis perlu memenuhi beberapa asumsi yang dikenal dengan istilah asumsi klasik. Pada penelitian ini, asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu uji normalitas dan uji glejser.

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terkait, variabel bebas, atau keduanya memiliki hubungan distribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan statistik *Kolmogorof-Smirnov Test* dengan mengambil taraf signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21382697
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.062
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* yaitu 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Glejser

Uji glejser bertujuan untuk menguji apakah terjadi gejala heterokedastisitas dalam sebuah data atau tidak. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi, akan tetapi apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.123	.802		-.154	.878
	X1	-.011	.048	-.032	-.228	.820
	X2	.049	.046	.139	1.083	.282
	X3	-.028	.041	-.079	-.688	.493
	X4	.099	.055	.239	1.802	.075
	X5	-.042	.031	-.137	-1.341	.183

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji glejser menunjukkan bahwa nilai sig. persepsi kemudahan (X1) 0,820, nilai sig. persepsi fitur layanan (X2) 0,282, nilai sig. persepsi keamanan (X3) 0,493, nilai sig. persepsi manfaat (X4) 0,075, dan nilai sig. persepsi risiko (X5) 0,183. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai sig. lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model regresi ini layak untuk digunakan dalam mengukur penggunaan *e-money* di Kabupaten Kudus.

c. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bisa saja terjadi pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen atau yang biasa disebut dengan regresi berganda, dimana terjadinya korelasi yang kuat pada antar variabel.³

³ Nawari, Analisis Regresi Dengan MS Excel 2007 Dan SPSS 17 (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010). 233

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan	0,510	1,960
	Fitur Layanan	0,611	1,637
	Keamanan	0,758	1,320
	Manfaat	0,569	1,757
	Risiko	0,967	1,034

Sumber : Data primer diolah, 2023

1) Nilai *tolerance*

Nilai *tolerance* ini digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas, akan tetapi jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *tolerance* $> 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

2) VIF

Dalam nilai *Variance Inflation Factor* dapat dikatakan terdapat adanya persoalan multikolinieritas apabila nilai VIF > 10 , dan dikatakan tidak terdapat adanya persoalan multikolinieritas apabila nilai VIF < 10 .

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

d. Teknik analisis data

1) Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial maupun simultan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.606	1.299		2.006	.048
	Kemudahan	.203	.078	.003	3.034	.013
	Fitur Layanan	.379	.074	.444	5.112	.000
	Keamanan	.120	.067	.140	1.793	.016
	Manfaat	.275	.089	.277	3.083	.003
	Risiko	.157	.050	.216	3.124	.002
a. Dependent Variable: Penggunaan						

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas maka persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 2,606 + 0,203 X_1 + 0,379 X_2 + 0,120 X_3 + 0,275 X_4 + 0,157 X_5 + e$$

Keterangan :

Y : penggunaan *e-money*

a : bilangan konstanta

X₁ : persepsi kemudahan

b₁ : koefisien regresi persepsi kemudahan

X₂ : persepsi fitur layanan

b₂ : koefisien regresi persepsi fitur layanan

X₃ : persepsi keamanan

b₃ : koefisien regresi persepsi keamanan

X₄ : persepsi manfaat

b₄ : koefisien regresi persepsi manfaat

X₅ : persepsi risiko

b₅ : koefisien regresi persepsi risiko

e : standar error, asumsi e : 5%

Berdasarkan hasil regresi tersebut menyatakan bahwa, nilai konstanta sebesar 2,606 berarti jika variabel X (persepsi kemudahan, persepsi fitur layanan, persepsi keamanan, persepsi manfaat dan persepsi risiko) bernilai

0, variabel Y (penggunaan *e-money*) mengalami kenaikan sebesar 2,606.

Koefisien regresi variabel X1 (persepsi kemudahan) sebesar 0,203 berarti jika persepsi kemudahan mengalami kenaikan 1 poin, maka variabel Y (penggunaan *e-money*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,203. Koefisien regresi variabel X2 (persepsi fitur layanan) sebesar 0,379, berarti jika persepsi fitur layanan mengalami kenaikan 1 poin, maka variabel Y (penggunaan *e-money*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,379. Koefisien regresi variabel X3 (persepsi keamanan) sebesar 0,120, berarti jika persepsi keamanan mengalami kenaikan 1 poin, maka variabel Y (penggunaan *e-money*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,120. Koefisien regresi variabel X4 (persepsi manfaat) sebesar 0,275, berarti jika persepsi manfaat mengalami kenaikan 1 poin, maka variabel Y (penggunaan *e-money*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,275. Koefisien regresi variabel X5 (persepsi risiko) sebesar 0,157, berarti jika persepsi risiko mengalami kenaikan 1 poin, maka variabel Y (penggunaan *e-money*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,157.

a) **Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen.⁴ Nilai koefisien determinan menggunakan *R Adjusted Square*. Hal ini karena *Adjusted R²* dinilai lebih mempresentasikan nilai pengaruh yang sebenarnya sebagai berikut :

⁴ Romdhoni, “Analisis Faktor Kepercayaan , Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali).”

Tabel 4.16 Koefisien Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.558	1.247
a. Predictors: (Constant), Risiko, Keamanan, Manfaat, Fitur Layanan, Kemudahan				

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,558 atau 55,8% yang artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 55,8%. Hubungan ini akan sempurna (100%) atau mendekati jika ada variabel independen lain yang dimasukkan ke dalam model. Dengan kata lain, persepsi kemudahan, persepsi fitur layanan, persepsi keamanan, persepsi manfaat dan persepsi risiko memberi pengaruh bersama sekitar 55,8% terhadap penggunaan *e-money*, sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel ditambahkan ke dalam model.

b) Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai *f* hitung dengan melihat tingkat signifikansinya dengan langkah pengujian sebagai berikut:

- bila $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ atau $\text{sig} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak.
- bila $F \text{ hitung} < F \text{ table}$ atau $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima.⁵

⁵ Romdhoni.

Tabel 4.17 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.061	5	39.212	25.228	.000 ^b
	Residual	141.444	91	1.554		
	Total	337.505	96			
a. Dependent Variable: Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Risiko, Keamanan, Manfaat, Fitur Layanan, Kemudahan						

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 nilai f yang diperoleh sebesar 25,228 dengan nilai signifikan (sig.) sebesar 0,000. Perbandingan nilai f menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (25,228) lebih besar dibandingkan nilai F_{tabel} (2,315) dan nilai sig. < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel kemudahan, fitur layanan, keamanan, manfaat dan risiko terhadap penggunaan *e-money*.

c) Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t atau yang biasanya disebut dengan uji parsial ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan maka langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau sig < 0,05 (5%) maka H_0 diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau sig < 0,05 (5%) maka H_0 ditolak.⁶

⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen. 141.

Tabel 4.18 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.606	1.299		2.006	.048
	Kemudahan	.203	.078	.003	3.034	.013
	Fitur Layanan	.379	.074	.444	5.112	.000
	Keamanan	.120	.067	.140	1.793	.016
	Manfaat	.275	.089	.277	3.083	.003
	Risiko	.157	.050	.216	3.124	.002

a. Dependent Variable: Penggunaan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diatas menjelaskan bahwa hasil pengujian variabel independen dijabarkan sebagai berikut:

(1) Persepsi Kemudahan

Nilai t hitung dari variabel kemudahan adalah $3,034 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,013 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

(2) Persepsi Fitur Layanan

Nilai t hitung dari variabel fitur layanan adalah $5,112 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian persepsi fitur layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

(3) Persepsi Keamanan

Nilai t hitung dari variabel keamanan adalah $1,793 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,016 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

(4) Persepsi Manfaat

Nilai t hitung dari variabel manfaat adalah 3,083 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,003 < 5\%$ (0,05). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dengan demikian persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

(5) Persepsi Risiko

Nilai t hitung dari variabel risiko adalah 3,124 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,002 < 5\%$ (0,05). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_5 diterima. Dengan demikian persepsi risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

B. Pembahasan**1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) Terhadap Penggunaan E-Money (Y)**

Hasil dari model regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi persepsi kemudahan (X1) bernilai 0,203 dengan nilai t hitung 3,034 dan signifikansi 0,013. Mengacu pada nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Berdasarkan pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dijelaskan bahwa model perilaku pemanfaatan teknologi dan literatur sistem informasi manajemen TAM berfokus pada sikap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi kemudahan.⁷ Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana tingkat kepercayaan seorang individu menggunakan teknologi dengan memberikan kemudahan terhadap pekerjaannya. Menurut Davis, persepsi

⁷ Indyah Hartami, *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11.

kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.⁸ Dengan demikian dapat diartikan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan memberikan pengaruh terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial karena menganggap sistem atau layanan yang diberikan dan disediakan akan memudahkan berbagai kegiatan pengguna yang memanfaatkan fasilitas *e-money*.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ashif Syifa'ul Qulub pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)” dimana hasilnya mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan. Kemudahan dalam proses penggunaan *e-money* ini tentu mendorong minat dalam menggunakan kartu tersebut. Prosedur penggunaannya mudah dipahami dan cepat serta proses kepemilikan atau pembelian kartu tidak menyulitkan pengguna. Tentu dengan semua kemudahan yang diberikan membuat pengguna berminat ingin menggunakan *e-money* tersebut.⁹

2. Pengaruh Persepsi Fitur Layanan (X2) Terhadap Penggunaan E-Money (Y)

Hasil dari model regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi persepsi fitur layanan (X2) bernilai 0,379 dengan nilai t hitung 5,112 dan signifikansi 0,000. Mengacu pada nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

⁸ Davis, F.D, *Technology Acceptance Model For Empirically Testing New Enduser Information System Theory And Results*, (Unpublished Doctoral Dissertation, MIT 1986).

⁹ Qulub, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon).”

Berdasarkan pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang bertujuan untuk melihat sikap maupun perilaku pemakai teknologi. Dimana minat menggunakan teknologi akan muncul jika sistem teknologi dirasa memberikan manfaat atau berguna dan penggunaannya mudah bagi penggunanya.¹⁰ Teknologi disini yang dimaksud adalah fitur layanan. Salah satu alasan masyarakat menggunakan fasilitas *e-money* adalah ketersediaan fitur layanan. Thom W.A. Isliko mengemukakan fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan.¹¹ Dikarenakan adanya kebutuhan dan keperluan pengguna yang dapat dimanfaatkan dengan munculnya fitur layanan seperti tranfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, cek saldo dan lain sebagainya.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Inayati Uswatun Hasanah pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bni Cabang Mattoangin Makassar” dimana hasilnya mengatakan bahwa variabel Ketersediaan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank BNI Cabang Mattoangin menggunakan *Internet Banking*.¹²

3. Pengaruh Persepsi Keamanan (X3) Terhadap Penggunaan E-Money (Y)

Hasil dari model regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi persepsi keamanan (X3) bernilai 0,120 dengan nilai t hitung 1,793 dan signifikansi 0,016. Mengacu pada nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dan nilai

¹⁰ Davis, F.D, *Technology Acceptance Model For Empirically Testing New Enduser Information System Theory And Results*, (Unpublished Doctoral Dissertation, MIT 1986).

¹¹ Artina, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang.”

¹² Uswatun, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada BNI Cabang Mattoangin Makassar.”

signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Hal tersebut selaras dengan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menekankan pentingnya persepsi pengguna dalam meningkatkan tingkat penerimaan suatu teknologi.¹³ Faktor keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam penerapan teknologi. Persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi yang dipakai.¹⁴ Keamanan didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh orang lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan memberikan pengaruh terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial karena menganggap sistem atau layanan yang diberikan dan disediakan memberikan keamanan setiap kegiatan pengguna yang memanfaatkan fasilitas *e-money*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mia Andika dkk dengan judul “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek)” yang membuktikan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-wallet* produk Gopay dan LinkAja.¹⁵

¹³ Davis, F.D, *Technology Acceptance Model For Empirically Testing New Enduser Information System Theory And Results*, (Unpublished Doctoral Dissertation, MIT 1986).

¹⁴ Romdhoni, “Analisis Faktor Kepercayaan , Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Boyolali).”

¹⁵ Andika Sari et al., “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek.”

4. Pengaruh Persepsi Manfaat (X4) Terhadap Penggunaan E-Money (Y)

Hasil dari model regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi persepsi manfaat (X4) bernilai 0,275 dengan nilai t hitung 3,083 dan signifikansi 0,003. Mengacu pada nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Kebermanfaatan merupakan salah satu bagian dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, dimana kinerja seseorang mengalami peningkatan ketika menggunakan sebuah sistem, maka sistem tersebut dianggap memiliki manfaat yang tinggi.¹⁶ Menurut Davis, persepsi manfaat atau *perceived usefulness* merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya. Artinya fasilitas *internet banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut.¹⁷

Dengan demikian dapat diartikan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat memberikan pengaruh terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial karena menganggap sistem atau layanan yang diberikan dan disediakan memberikan kebermanfaatan setiap kegiatan pengguna *e-money*. Hal itu mengacu jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem berguna maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ashif Syifa'ul Qulub pada tahun 2019 dengan

¹⁶ Uswatun, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada BNI Cabang Mattoangin Makassar."

¹⁷ Davis, F.D, *Technology Acceptance Model For Empirically Testing New Enduser Information System Theory And Results*, (Unpublished Doctoral Dissertation, MIT 1986).

judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)” dimana hasilnya mengatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat menggunakan *E-money Go-Pay*.¹⁸

5. Pengaruh Persepsi Risiko (X5) Terhadap Penggunaan *E-Money* (Y)

Hasil dari model regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi persepsi risiko (X5) bernilai 0,157 dengan nilai t hitung 3,124 dan signifikansi 0,002. Mengacu pada nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Menurut Featherman dan Pavlou, risiko adalah kemungkinan yang tidak pasti. Jika suatu produk semakin berisiko maka kecenderungannya seseorang tidak berminat untuk menggunakan produk tersebut. Sebaliknya jika suatu produk risikonya kecil maka kecenderungannya seseorang akan terdorong untuk menggunakan produk tersebut karena pada dasarnya seseorang tidak menyukai risiko.¹⁹ Meningkatnya persepsi risiko akan mengakibatkan menurunnya minat seseorang dalam menggunakan suatu produk. Oleh karena itu persepsi risiko terhadap penggunaan *e-money* harus diminimalkan.

Dalam hal ini penyedia produk layanan *e-money* harus senantiasa menjaga kepercayaan masyarakat dan meningkatkan layanan yang diberikan karena *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi adalah salah satu teori

¹⁸ Qulub, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon).”

¹⁹ Brian H. Bornstein, A.J. Tomkins (eds.), *Motivating Cooperation And Compliance With Authority*, (Nebraska Symposium On Motivation, 2015), 28.

tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.²⁰ Sehingga minat menggunakan teknologi akan muncul jika sistem teknologi dirasa memberikan manfaat, penggunaannya mudah dan tidak berisiko bagi penggunaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra Prasetya pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan *E-Money* Di Surabaya” dimana hasilnya mengatakan bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan yang arahnya negatif pada minat penggunaan *e-money* di Surabaya. Artinya semakin tinggi persepsi risiko maka semakin rendah minat penggunaan *e-money* dan sebaliknya jika persepsi risiko semakin rendah maka minat penggunaan *e-money* semakin tinggi.²¹

²⁰ Davis, F.D, *Technology Acceptance Model For Empirically Testing New Enduser Information System Theory And Results*, (Unpublished Doctoral Dissertation, MIT 1986).

²¹ Prasetya and Putra, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya.”