

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Uang Elektronik LinkAja Syariah

Uang merupakan suatu alat pembayaran yang sah dan diterima umum. Perkembangan teknologi yang sangat pesat menyebabkan pergeseran budaya dan kebiasaan masyarakat yang sebelumnya menggunakan bentuk fisik uang sebagai alat pembayaran kini mulai menggunakan bentuk digital uang sebagai media pembayaran. Uang digital atau uang elektronik adalah salah satu jenis alat pembayaran dimana untuk mendapatkannya, *user* perlu melakukan pembuatan ID dan menyetorkan sejumlah uang tunai kepada penerbit yang kemudian akan di *convert* menjadi uang digital atau *e-money*. Uang elektronik dapat digunakan untuk melakukan transaksi antara pembeli (pengguna uang elektronik) dengan pedagang (*merchant*) yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Pada dasarnya uang elektronik hanya merupakan suatu pengalihan bentuk dari uang tunai ke dalam uang digital. Dalam undang-undang yang mengatur tentang perbankan telah dijelaskan bahwa uang elektronik bukan merupakan simpanan sehingga tidak akan dikenai bunga dan juga tidak akan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Uang elektronik sendiri dapat disimpan dalam suatu media berbentuk chip atau server, dan juga dapat dipindahkan guna kepentingan transaksi pembayaran maupun transfer dana.

LinkAja Syariah merupakan bentuk uang elektronik yang memiliki berbagai jenis fasilitas pembayaran yang sesuai dengan kaidah syariah. Adapun LinkAja Syariah sudah dapat digunakan dengan bebas karena sudah mendapatkan sertifikasi kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) pada 16 September 2019 melalui diterbitkannya Fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah. Selain itu, uang elektronik pelat merah ini juga telah mengantongi izin pengembangan

fitur produk uang elektronik berbasis server dari Bank Indonesia sejak Februari 2020.

B. Deskripsi Responden

Karakteristik dan gambaran tentang responden penelitian akan dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pengeluaran bulanan responden. Hal ini dimaksudkan untuk memenuhi kelengkapan data responden. Selain itu, pengkategorian ini juga dibuat untuk memberikan gambaran umum dari sampel yang digunakan dalam penelitian. Adapun gambaran umum dari karakteristik responden penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Data jenis kelamin pengguna uang elektronik di Kabupaten Pati adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Wanita	56	56%
Pria	44	44%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin wanita berjumlah 56 responden atau sebanyak 56% dan responden dengan jenis kelamin pria berjumlah 44 responden atau sebanyak 44%. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin wanita, yaitu sebanyak 56 responden dengan prosentase sebesar 56%.

b. Usia Responden

Data usia pengguna uang elektronik di Kabupaten Pati adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	7	7%
20 – 30 tahun	85	85%
31 – 40 tahun	3	3%

41 – 50 tahun	2	2%
> 50 tahun	3	3%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia kurang dari 20 tahun berjumlah 7 responden atau sebanyak 7%, responden dengan rentang usia 20-30 tahun berjumlah 85 responden atau sebanyak 85%, responden dengan kisaran usia 31-40 tahun berjumlah 3 responden atau sebanyak 3%, responden dengan usia 41-50 tahun berjumlah 2 responden atau sebanyak 2%, dan responden yang memiliki usia lebih dari 50 tahun berjumlah 3 responden atau sebanyak 3%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki usia 20-30 tahun, yaitu sebanyak 85 responden dengan prosentase sebesar 85%.

c. Pekerjaan Responden

Data pekerjaan pengguna uang elektronik di Kabupaten Pati adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
PNS/TNI/Polri	15	15%
Karyawan/Pegawai Swasta	24	24%
Wiraswasta	14	14%
Ibu Rumah Tangga	11	11%
Lainnya	16	16%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 20 responden atau sebanyak 20%, responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/Polri berjumlah 15 responden atau sebanyak 15%, responden yang bekerja sebagai Karyawan/Pegawai Swasta berjumlah 24

responden atau sebanyak 24%, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 14 responden atau sebanyak 14%, responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 11 responden atau sebanyak 11%, dan responden yang memiliki jenis pekerjaan Lainnya (selain kategori diatas) berjumlah 16 responden atau sebanyak 16%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Karyawan/Pegawai Swasta yaitu sebanyak 24 responden dengan prosentase sebesar 24%.

d. Penghasilan Responden

Data penghasilan pengguna uang elektronik di Kabupaten Pati adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 1.000.000	23	23%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	57	57%
Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000	12	12%
> Rp. 4000.000	8	8%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan < Rp. 1.000.000 berjumlah 23 responden atau sebanyak 23%, responden dengan penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 berjumlah 57 responden atau sebanyak 57%, responden dengan penghasilan Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000 berjumlah 12 atau sebanyak 12%, dan responden dengan penghasilan < Rp. 4000.000 berjumlah 8 responden atau sebanyak 8%. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, mayoritas responden memiliki penghasilan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, yaitu sebanyak 57 responden dengan prosentase sebesar 57%.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner. *Correlated Item Total Correlation* digunakan untuk mengukur keabsahan dalam tiap butir-butir pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini.

Valid atau tidaknya suatu kuesioner ditentukan dengan menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut:

- 1) Tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$).
- 2) Dalam proses pra uji dibutuhkan setidaknya 30 responden.
- 3) Apabila r_{hitung} (tabel *Correlated Item Total Correlation*) $>$ r_{tabel} (tabel *Product Moment*) atau hasil bernilai positif, maka dipastikan terdapat korelasi antar variabel atau data dapat dikatakan valid.
- 4) Apabila nilai Sig. (signifikansi) $<$ α (alpha) 0,05, maka berarti terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan atau data dapat dikatakan valid.
- 5) Pada poin c dan d sebagai dasar teori pengambilan keputusan dalam analisis korelasi ini, akan menghasilkan kesimpulan yang searah atau sama (misal: valid-valid), atau dapat diartikan bahwa kesimpulan dari poin c dan d tidak akan berbanding terbalik.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan pada 100 responden yang ada. Nilai r tabel responden dapat dilihat pada tabel r dengan rumus: $df = n - k$ (n = jumlah responden/sampel dan k = jumlah variabel independent). Pada tingkat signifikan 5% = 0,05, maka nilai r tabel dengan responden sebanyak 82, dapat dijelaskan sebagai berikut: $df = 100 - 3 = 97$, Jadi nilai r tabelnya = 0,1975.

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel kemanfaatan, kemudahan, dan promosi uang

elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik:

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation (R_{hitung})	R_{tabel}	Keterangan
Kemanfaatan (X_1)	X1.1	0,780	0,1975	Valid
	X1.2	0,747		
	X1.3	0,664		
	X1.4	0,657		
	X1.5	0,657		
	X1.6	0,747		
	X1.7	0,709		
	X1.8	0,615		
Kemudahan (X_2)	X2.1	0,550	0,1975	Valid
	X2.2	0,653		
	X2.3	0,704		
	X2.4	0,698		
	X2.5	0,399		
	X2.6	0,543		
	X2.7	0,674		
	X2.8	0,672		
Promosi (X_3)	X3.1	0,721	0,1975	Valid
	X3.2	0,799		
	X3.3	0,719		
	X3.4	0,631		
	X3.5	0,721		
	X3.6	0,756		
	X3.7	0,666		
	X3.8	0,676		
Keputusan Penggunan (Y)	Y1	0,756	0,1975	Valid
	Y2	0,851		
	Y3	0,793		
	Y4	0,749		
	Y5	0,814		
	Y6	0,750		
	Y7	0,892		
	Y8	0,637		

	Y9	0,752		
	Y10	0,708		

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r hitung yang bernilai positif. Selain itu, berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel, dengan membandingkan besarnya r hitung dan besarnya r tabel (0,1975) yang telah dihitung sebelumnya, maka dengan demikian semua pernyataan pada penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Stabil atau tidaknya jawaban seorang responden dalam mengisi sebuah kuesioner akan menentukan tingkat reliabilitas kuesionernya. Artinya adalah ketika seorang responden menjawab kuesioner dengan komposisi jawaban yang relatif stabil, maka kuesioner itu dapat dikatakan reliabel atau mempunyai dalam mewakili tujuan dari suatu variabel. Uji reliabilitas pada penelitian ini memiliki sistem pengujian indikator dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* di dalam IBM SPSS. Kriteria suatu variabel pada penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0,60.

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Kemanfaatan (X ₁)	8 Items	0,847	0,60	Reliabel
Kemudahan (X ₂)	8 Items	0,756		
Promosi (X ₃)	8 Items	0,851		
Keputusan Penggunaan (Y)	10 Items	0,922		

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Maknanya, seluruh instrument dalam penelitian ini bersifat reliabel, sehingga semua butir pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah sebuah uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis regresi. Pengujian pra syarat ini dilakukan guna menegetahui apakah hasil pengolahan sampel dapat mewakili keseluruhan penelitian ataukah tidak. Berikut adalah hasil dari pengujian yang dilakukan dalam uji asumsi klasik:

Tabel 4.7. Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Jenis Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keterangan
1.	Uji Normalitas	Asymp sig = 0,200	Data berdistribusi normal
2.	Uji Multikolinearitas	X1 TV = 0,473 VIF = 2,113	Tidak terjadi multikolinearitas
		X2 TV = 0,623 VIF = 1,606	Tidak terjadi multikolinearitas
		X3 TV = 0,473 VIF = 2,113	Tidak terjadi multikolinearitas
3.	Uji Heteroskedastisitas	Sig X1 = 0,423	Tidak terjadi heteroskedastisitas
		Sig X2 = 0,857	Tidak terjadi heteroskedastisitas
		Sig X3 = 0,099	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data dalam variabel yang akan digunakan pada sebuah penelitian. Dibutuhkan analisis grafik dan uji statistik dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui normalitas residual data yang nanti akan diperoleh angka probabilitas atau *Asymp Sig.* (2 - tailed). Nilai ini kemudian dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% atau sebesar 0,05. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas, menggunakan pedoman sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat nilai signifikansi atau nilai probabilitas $<0,05$, maka distribusi data tersebut tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $>0,05$, maka distribusi data tersebut normal.

Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
N Asymp. Sig. (2-tailed)	100 0,200	Data Terdistribusi Normal

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan tabel diatas hasil uji dari statistik non-parametrik *Kolmogorov-smirnov* diatas nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) adalah 0,200 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji asumsi klasik yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya interkorelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Suatu penelitian yang baik ditandai dengan tidak terjadinya multikolinearitas antar variabel bebas di dalam model regresinya.

Nilai Tolerance dan nilai VIF (*Varian Inflation Factors*) menjadi penentu terjadi atau tidaknya suatu multikolinearitas antar variabel bebas dalam suatu model regresi.

Kriteria suatu model penelitian dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas adalah saat suatu model regresi memiliki nilai Tolerance lebih besar dari $> 0,10$. Sedangkan berdasarkan nilai VIF yang dimiliki, suatu data dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.9. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance Value	VIF	Keterangan
Kemanfaatan	0,473	2,113	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Kemudahan	0,623	1,606	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Promosi	0,473	2,113	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, nilai VIF dari variabel kemanfaatan sebesar 2,113, variabel kemudahan sebesar 1,606, dan nilai VIF variabel promosi sebesar 2,113. Berdasarkan kriteria nilai VIF $< 10,00$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kemanfaatan, kemudahan, dan promosi tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai Tolerance dari variabel kemanfaatan sebesar 0,473, variabel kemudahan sebesar 0,623, dan nilai tolerance sebesar 0,473. Berdasarkan kriteria nilai Tolerance $> 0,10$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa antar variabel X_1 , X_2 dan X_3 tidak terjadi multikolinearitas, sehingga data ini dapat digunakan dalam penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan

variance dari nilai residual untuk berbagai pengamatan dari model regresi. Terjadinya ketidakakuratan data pada model regresi dapat disebabkan oleh adanya heteroskedastisitas didalam datanya. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya lebih kecil dari $< 0,05$. Sedangkan apabila signifikansinya lebih besar dari $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga penelitian dapat dilanjutkan. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser pada penelitian ini:

Tabel 4.10. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kemanfaatan	0,423	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kemudahan	0,857	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Promosi	0,099	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dari uji Glejser pada tabel 4.10. diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel kemanfaatan (X_1) adalah sebesar 0,423, nilai signifikansi variabel kemudahan (X_2) sebesar 0,857, dan nilai signifikansi variabel promosi (X_3) sebesar 0,099. Dimana nilai signifikansi pada tiap variabel ini menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat diartikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya relasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis

No.	Jenis Uji Hipotesis	Nama Variabel	Hasil	Keterangan
1.	Uji T	Kemanfaatan (X1)	$t_{hitung} = 3,887$ Sig = 0,000	Signifikan
		Kemudahan (X2)	$t_{hitung} = 4,127$ Sig = 0,000	Signifikan
		Promosi (X3)	$t_{hitung} = 2,727$ Sig = 0,008	Signifikan
2.	Uji F	F = 54,324 Sig = 0,000	Berpengaruh positif dan signifikan	
3.	R ²	Adj. R Square = 0,618	Penelitian 61,8%	

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

1. Uji Parsial (Uji T)

Ada atau tidaknya pengaruh atau hubungan secara individu antara variabel X dengan variabel Y di uji dengan menggunakan Uji Signifikansi Parsial atau biasa dikenal dengan Uji t. Dalam menentukan hasil dari Uji t, rumus yang akan digunakan adalah:

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = *degree of freedom* (derajat bebas)

n = jumlah responden

k = jumlah variabel penelitian

Rumus derajat bebas atau *degree of freedom* digunakan untuk menentukan hasil hitung dari uji t. Suatu hipotesis dapat diterima jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} dan nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga T_{tabel} diperoleh $(df) = 100 - 4 = 96$, dengan signifikansi 5% adalah sebesar 1,984. Secara statistik, hasil pengujian hipotesis dengan melakukan Uji t dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.12. Hasil Uji T

Nama Variabel	Nilai t_{hitung}	Nilai t_{tabel}	Nilai Sig.	Keterangan
Kemanfaatan	3,887	1,984	0,000	Signifikan
Kemudahan	4,127		0,000	Signifikan
Promosi	2,727		0,008	Signifikan

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Output pada Tabel 4.12 diatas adalah hasil dari uji signifikansi parsial yang telah dilakukan. Selanjutnya untuk melihat bagaimana relasi antara masing-masing variabel X terhadap variabel Y akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Kemanfaatan terhadap Perilaku Penggunaan

Tabel 4.12. yang berisi hasil uji signifikansi parsial diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 atau variabel kemanfaatan adalah sebesar 3,887 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} 3,887 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat disimpulkan jika hipotesis yang menyatakan bahwa secara parsial, kemanfaatan uang elektronik LinkAja Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dapat diterima. Dengan kata lain, H_a diterima dan H_0 ditolak.

2) Kemudahan terhadap Perilaku Penggunaan

Tabel 4.12. yang berisi hasil uji signifikansi parsial diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X_2 atau variabel kemudahan adalah sebesar 4,127 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} 4,127 > t_{tabel} 1,985$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat disimpulkan jika hipotesis yang menyatakan bahwa secara parsial, kemudahan uang elektronik LinkAja

Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dapat diterima. Dengan kata lain, H_a diterima dan H_0 ditolak.

3) Promosi terhadap Perilaku Penggunaan

Tabel 4.12. yang berisi hasil uji signifikansi parsial diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X_3 atau variabel promosi adalah sebesar 2,727 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,008. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} 2,727 > t_{tabel} 1,985$ dan $sig 0,008 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat disimpulkan jika hipotesis yang menyatakan bahwa secara parsial, promosi uang elektronik LinkAja Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dapat diterima. Dengan kata lain, H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji hipotesis yang dilakukan secara serentak dalam mengukur besarnya variabel X terhadap variabel Y. Tujuan dari Uji F adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua elemen dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Selain itu, untuk memenuhi segala dampak yang ditimbulkan variabel bebas terhadap variabel terikat, pengujian akan dilakukan pada tingkat signifikansi 5%. Berikut adalah hasil uji hipotesis Uji F dengan menggunakan SPSS:

Tabel 4.13. Hasil Uji F

F_{hitung}	Signifikan
54,324	0,000

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan Tabel 4.13 tentang hasil Uji Signifikansi Simultan diatas dapat dilihat bahwa perolehan nilai F_{hitung} adalah sebesar 54,324 dengan

nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,70. Dari hasil tersebut dapat diketahui nilai $F_{\text{hitung}} >$ nilai F_{tabel} yaitu $54,324 > 2,70$, dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Atas dasar tersebut maka model regresi variabel bebas pada penelitian ini bisa digunakan untuk variabel terikatnya yaitu variabel keputusan penggunaan uang elektronik LinkAja Syariah di masyarakat Kabupaten Pati.

Dari hasil pengujian diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kemanfaatan (X_1), kemudahan (X_2) dan promosi (X_3) uang elektronik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku penggunaan uang elektronik pada aplikasi LinkAja Syariah khususnya di Kabupaten Pati.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Guna melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan dan menjelaskan tentang variasi dari variabel terikat, dapat diukur dengan menggunakan koefisien determinan (R^2). Nilai koefisien determinan terletak diantara nol (0) dan satu (1). Semakin kecil nilai R^2 maka semakin terbatas pula kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan tentang variasi variabel terikatnya. Disisi lain, nilai koefisien determinan yang tinggi hingga mendekati angka satu berarti bahwa variabel-variabel bebas tersebut dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Adapun untuk hasil analisis koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14. Koefisien Determinasi (R^2)

R Square	Adjusted R Square
0,629	0,618

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS Statistics 23, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang dinotasikan dalam angka *Adjusted R Square* adalah sebesar

0,618. Ini maknanya sebesar 61,8% Keputusan Penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini (kemanfaatan, kemudahan dan promosi). Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 38,2% dijelaskan dalam variabel lain yang mana variabel tersebut tidak disertakan dalam model penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Statistik

Pada bagian ini merupakan penjelasan dari hasil analisis data yang telah diuraikan diatas. Pembahasan hasil dari penelitian ini disusun secara beraturan dari rumusan masalah dan hipotesis. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan bukti empiris atau sesuai dengan hasil penelitian, mengenai pengaruh kemanfaatan, kemudahan dan promosi terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Adapun pembahasan hasil statistik dari penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Perilaku Penggunaan Uang Elektronik LinkAja Syariah di Kabupaten Pati

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik parsial atau uji t, nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 atau variabel kemanfaatan adalah sebesar 3,887 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} 3,887 > t_{tabel} 1,985$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan uang elektronik LinkAja Syariah khususnya di Kabupaten Pati.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi secara signifikan, kemanfaatan uang elektronik LinkAja Syariah mempengaruhi perilaku penggunaan uang elektronik di masyarakat. Transaksi yang lebih efisien, kalkulasi nominal yang lebih baik, transaksi yang singkat dan tidak menguras waktu merupakan beberapa manfaat yang terasa ketika menggunakan uang elektronik. Manfaat yang ditimbulkan atas penggunaan uang elektronik ini kemudian mendorong masyarakat untuk menggunakan

uang elektronik LinkAja Syariah sebagai alternatif pembayaran masa kini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo dan Lala Irviana pada tahun 2016 dimana beliau melakukan *research* tentang Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa UNDIP Semarang) dan sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara pada tahun 2017, tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.

Dalam proses peningkatan kinerja suatu pekerjaan yang memanfaatkan teknologi tertentu, tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut dapat mempermudah pekerjaannya merupakan pengertian dari *Perceived of Usefulness*.⁶² Dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan adalah suatu kepercayaan dalam suatu proses pengambilan keputusan. Ketika seseorang percaya bahwa suatu teknologi atau benda itu berguna, maka seseorang akan menggunakan teknologi atau benda tersebut, begitu pula sebaliknya. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan teknologi seperti uang elektronik memang memberikan manfaat langsung dalam proses transaksi sehari-hari. Hal ini lah yang akhirnya menciptakan peluang bisnis baru pemanfaatan sistem pembayaran.

Merujuk pada kesuksesan LinkAja dan LinkAja Syariah, beberapa perusahaan e-commerce di Indonesia saat ini mulai menggarap *e-payment* untuk mendukung sistem pembayaran dalam pasar digital mereka. Banyak dari para pelaku e-commerce yang sedang dalam proses mengajukan *e-payment system* serupa ke Bank Indonesia. Hal ini tentunya akan semakin memudahkan para pengguna uang elektronik untuk melakukan transaksi non

⁶² Jogiyanto, H. M., Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Erlangga, 2007), 114.

tunai diberbagai platform seperti perniagaan, komunikasi, maupun transportasi. Mengingat kini banyak masyarakat khususnya di Kabupaten Pati dan sekitarnya yang lebih memilih melakukan transaksi pembelian lewat *online shopping* dari pada *offline shopping* karna melihat manfaat yang dapat dirasakan dari uang elektronik seperti adanya *cashback* dan diskon.

Pada realitas yang terjadi di lapangan (Kabupaten Pati), pengguna uang elektronik masih tergolong sedikit. Hal ini dikarenakan masyarakat Kabupaten Pati masih 'canggung' dalam menanggapi kehadiran uang elektronik. Perkembangan uang elektronik di Kabupaten Pati masih perlu dilakukan, terutama pada penggunaan uang elektronik berbasis chip.

Para pengguna uang elektronik sekarang ini lebih memilih untuk menggunakan *e money* berbasis server seperti LinkAja, Dana, OVO, GoPay, dan sejenisnya. Hal ini dikarenakan mobilitas uang elektronik berbasis server memang tidak diragukan lagi.

Dengan menggunakan satu *smartphone* kita bisa menjalankan semua kegiatan transaksi pembelanjaan secara online. Berbeda dengan uang elektronik berbasis chip yang memang manfaatnya akan lebih terasa ketika lokasi penggunanya dekat dengan jalan tol. Karena pada realitasnya, penggunaan uang elektronik berbasis chip lebih banyak digunakan di sektor transportasi publik seperti MRT dan akses masuk jalan tol. Selain itu, *e money* berbasis chip juga memerlukan *reader* dimana persebaran alat ini masih terbatas hanya pada toko-toko besar yang juga merupakan *merchant* dari produsen uang elektronik tersebut. Meskipun pada penerapan sistem pembayaran elektronik masih tergolong baru dan prematur, hal ini tidak mengurangi manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat. Pengembangan sistem pembayaran elektronik ini tentunya memiliki peluang besar dalam penerapan *Cashless Society*.

Adapun bukti yang mendukung hasil pengujian hipotesis adalah pernyataan responden (hasil kuesioner) tentang kemanfaatan uang elektronik, yang didalamnya meliputi indikator: penggunaan sistem mempercepat

proses, penggunaan sistem meningkatkan efektifitas, penggunaan sistem bermanfaat bagi individu, dan penggunaan sistem meningkatkan produktifitas individu. Mayoritas responden dengan berbagai indikator tersebut menyatakan bahwa kemanfaatan uang elektronik LinkAja Syariah yang dilakukan dari keseluruhan indikator tersebut adalah setuju. Dalam hal ini, kemanfaatan uang elektronik LinkAja Syariah dirasa mampu memberi pengaruh kepada masyarakat Kabupaten Pati dalam memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Perilaku Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat Kabupaten Pati

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik parsial atau uji t , nilai t_{hitung} untuk variabel X_2 atau variabel kemudahan adalah sebesar 4,127 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. Maka dapat diketahui bahwa t_{hitung} 4,127 > t_{tabel} 1,985 dan sig 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan uang elektronik LinkAja Syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan uang elektronik khususnya di Kabupaten Pati.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara signifikan, kemudahan uang elektronik LinkAja Syariah mempengaruhi perilaku penggunaan uang elektronik di masyarakat. Sistem kerja dan cara penggunaan uang elektronik yang mudah dimengerti, keberadaan yang mudah dijangkau, serta mengandung nilai praktis sebagai alternatif pengganti uang tunai adalah beberapa unsur kemudahan yang bisa ditemukan pada uang elektronik. Atas dasar kemudahan itulah masyarakat kemudian memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra pada tahun 2019 dimana beliau melakukan *research* tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik dan sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan oleh

Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara pada tahun 2017, tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.

Tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem dimana orang tersebut merasa bahwa sistem yang digunakan dapat membebaskannya dari usaha merupakan pengertian dari *Perceived Ease of Use*.⁶³ Sistem *Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan juga merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan penggunaan suatu produk. Apabila penggunaan teknologi dirasa dapat memudahkan seseorang, maka orang tersebut akan menggunakan teknologi itu. Sebaliknya jika dirasa dalam memanfaatkan suatu teknologi tidak bisa memudahkan pekerjaan seseorang, maka orang tersebut cenderung tidak akan menggunakan teknologi itu.

Keterbatasan mobilitas di masa pandemi cukup menyulitkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Akibatnya proses pemenuhan kebutuhan juga terganggu. Dibatasinya kontak fisik dan kegiatan masyarakat diluar rumah mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli secara online, hanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada, mereka tidak perlu melakukan kontak fisik maupun keluar rumah untuk membeli sesuatu.

Uang elektronik hadir dengan tujuan untuk memudahkan para pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran sehari-hari seperti transportasi, pembelian barang maupun penyewaan jasa secara online. Perkembangan teknologi masa kini menunjang kemudahan uang elektronik untuk digunakan diberbagai bidang. Di Indonesia khususnya di Kabupaten Pati, uang elektronik berbasis server lebih sering digunakan. Mengingat penggunaan uang elektronik berbasis server

⁶³ Jogyanto, H. M., Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Erlangga, 2007), 115.

seperti LinkAja Syariah lebih mudah digunakan dari pada uang elektronik berbasis chip yang harus menggunakan alat berupa *e-money reader*. Transaksi pembayaran non tunai secara offline juga sudah mulai diberlakukan untuk pengguna uang elektronik basis server.

NFC (*Near Field Communication*) atau komunikasi *contactless* adalah suatu sistem komunikasi medan dekat yang tidak membutuhkan kontak secara fisik (nirkontak). Dalam proses penghubungannya, fitur ini membutuhkan transmitter dan penangkap sinyal yang berasal dari dua perangkat kompatibel misalnya adalah smartphone yang sudah dilengkapi fitur NFC maupun *reader* yang berada di mesin pembayaran digital atau transportasi umum. Teknologi NFC bertumpu pada gelombang radio RFID (*Radio Frequency Identification*) untuk mengirim informasi menggunakan induksi elektromagnetik model lama, mirip dengan WiFi atau bluetooth. Di berbagai negara maju seperti Amerika dan Jepang, fitur NFC dengan cara tap ponsel ke mesin *reader*, sudah ramai digunakan dalam sistem transportasi publik seperti KRL dan Subway. Berbeda dengan sistem pembayaran menggunakan kode QR yang hanya menggunakan kamera perangkat, implementasi fitur *Near Field Communication* dalam *payment system* membutuhkan sebuah perangkat keras khusus berupa terminal POS dan smartphone yang memiliki teknologi NFC. Fitur NFC ini memiliki potensi yang besar dalam perkembangan sistem pembayaran non tunai secara offline dengan tujuan untuk lebih memudahkan para pengguna *electronic money*.

Adapun bukti yang mendukung hasil pengujian hipotesis adalah pernyataan responden (hasil kuesioner) tentang kemudahan uang elektronik, yang didalamnya meliputi indikator: sistem mudah dimengerti, praktis dalam penggunaan, sistem mudah digunakan, dan sistem mudah dijangkau. Mayoritas responden dengan berbagai indikator tersebut menyatakan bahwa kemudahan uang elektronik yang dilakukan dari keseluruhan indikator tersebut adalah setuju. Dalam hal ini, kemudahan uang elektronik LinkAja Syariah dirasa mampu memberi

pengaruh kepada masyarakat Kabupaten Pati dalam memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat Kabupaten Pati

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik parsial atau uji t , nilai t_{hitung} untuk variabel X_3 atau variabel promosi adalah sebesar 2,727 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,008. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} 2,727 > t_{tabel} 1,985$ dan $sig 0,008 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi uang elektronik LinkAja Syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan uang elektronik khususnya di Kabupaten Pati.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara signifikan, promosi uang elektronik LinkAja Syariah mempengaruhi perilaku penggunaan uang elektronik di masyarakat. Banyaknya promosi menarik yang dilakukan oleh produsen melalui suatu iklan di berbagai media masa, dimana iklan tersebut mengandung informasi lengkap seputar uang elektronik LinkAja Syariah (iklan informatif), dapat meningkatkan daya tarik uang elektronik di masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arsita Ika Adiyanti pada tahun 2015 dimana beliau melakukan *research* tentang Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya).

Suatu kegiatan pemberian informasi tentang sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar terdorong untuk membeli suatu produk dari produsen merupakan kegiatan promosi.⁶⁴

Jejaring sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter* dan sejenisnya menjadi media promosi yang cukup

⁶⁴ Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabeta, 2011), 124.

menguntungkan bagi produsen uang elektronik dalam mempromosikan produk-produknya. Melalui media sosial, selain untuk edukasi mengenai uang elektronik, produsen juga dapat memberikan informasi terkait keunggulan produk uang elektroniknya.

Pemanfaatan website dan media sosial dalam melakukan promosi sangat menguntungkan produsen karena dapat menghemat pengeluaran anggaran untuk pemasaran serta mengingat banyaknya pengguna media sosial di berbagai kalangan masyarakat yang dapat melihat iklan mengenai uang elektronik tersebut dengan mudah. Dapat diartikan bahwa, semakin banyak promosi-promosi yang dilakukan oleh pihak penyedia uang elektronik seperti produsen LinkAja Syariah, maka semakin banyak pula masyarakat yang tertarik untuk menggunakan uang elektronik.

Sejauh ini promosi yang dilakukan pihak produsen uang elektronik LinkAja Syariah dinilai cukup baik, bukan hanya pada media apa yang digunakan tetapi juga pada iklan-iklan yang disajikan. Dalam proses promosi itu sendiri, produsen dan konsumen diharapkan dapat menjalin komunikasi antar dua belah pihak, yang dimana hal ini dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Pesan dan saran yang mungkin disampaikan konsumen kepada produsen tentunya harus dijadikan sebagai bahan untuk mengevaluasi produk-produk yang dibuat oleh penerbit.

Terciptanya jalinan komunikasi publik antara produsen dan konsumen tentunya akan berdampak baik bagi kedua belah pihak dimana hal ini akan menyebabkan munculnya rasa percaya dan loyalitas konsumen kepada produk yang dihasilkan oleh produsen. Maka penting kiranya produsen dalam memperhatikan faktor promosi dalam rangka meningkatkan penjualan produk-produknya.

Hal ini berlaku juga untuk uang elektronik, dimana promosi bisa sangat mempengaruhi konsumen. Berbagai penawaran menarik akan kelebihan-kelebihan berbeda pada uang elektronik LinkAja Syariah yang disajikan untuk konsumen tentunya dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang elektronik itu sendiri. Keunggulan suatu uang elektronik yang dijelaskan secara apik dan menarik

dalam sebuah iklan tentunya akan memiliki daya tarik tersendiri dimata konsumen. Namun jika iklan mengenai uang elektronik ini dirasa tidak berkesan, maka masyarakat tentunya akan cenderung tidak memperdulikan iklan tersebut.

Adapun bukti yang mendukung hasil pengujian hipotesis adalah pernyataan responden (hasil kuesioner) tentang promosi uang elektronik, yang didalamnya meliputi indikator: iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Mayoritas responden dengan berbagai indikator tersebut menyatakan bahwa promosi uang elektronik yang dilakukan dari keseluruhan indikator tersebut adalah setuju. Dalam hal ini, promosi uang elektronik LinkAja Syariah dirasa mampu memberi pengaruh kepada masyarakat Kabupaten Pati dalam memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

