

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN,PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN,PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN LAYANAN E-MONEY
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
S.1 dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh

ASHIF SYIFA'UL QULUB

NIM. 1505036076

**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

2019

HALAMAHAN PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Ashif Syifa'ul Qulub
NIM : 1505036076
Judul : **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money*.**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 12 Desember 2019

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.

NIP. 19690830 199403 2 003

Penguji I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag

NIP. 19590413 198703 2 001

Penguji II

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.

NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing I

Heny Yuningrum, SE., M. Si

NIP. 19810609 200710 2005

Pembimbing II

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag

NIP. 19590413 198703 2 001

Singgih Muheramtohadhi, S. Sos.I, MEI

NIP. 19821031 201503 1 003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdra. Ashif Syifa'ul Qulub

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ashif Syifa'ul Qulub

NIM : 1505036076

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money*.**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 12 Desember 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag

Singgih Muheramtohad, S. Sos. I, MEI

NIP. 19590413 198703 2 001

NIP. 19821031 201503 21 00

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (5) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (6)

(Al-Insyiroh : 5-6)

5. Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan

6. sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.

PERSEMBAHAN

Dengan ini, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Almamater saya UIN Walisongo Semarang, para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan staf akademik yang telah membantu berbagai hal dalam proses perkuliahan.
2. Kepala jurusan Perbankan Syariah S1, Ibu Henny Yuningrum beserta para staff S1 Perbankan Syariah yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang berfikir keras dan sepenuh tenaga berusaha membantu akademik para mahasiswa hingga masa kelulusan.
3. Pembimbing saya, Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag. yang selain menjadi pembimbing juga dosen wali saya yang sudah menjadi sosok ibu yang baik selama kuliah. yang telah sabar membimbing dengan sebaik-baiknya dan meluangkan waktunya demi kelancaran skripsi ini hingga selesai dan Bapak Singgih Muheramtohad, S. Sos. I, MEI yang telah sabar membimbing dengan sebaik-baiknya dan meluangkan waktunya demi kelancaran skripsi ini hingga selesai.
4. Dosen favorit saya, Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. Baik selama menjadi kajar maupun setelahnya selalu menjadi sosok pengayom, perhatian, dan penuh kasih sayang pada saya serta selalu dibantu dalam segala masalah hidup saya.
5. Bapak H. Ahmad Hadi Taufiq S.pd.i, ayah saya tercinta yang telah mendidik saya dengan pelajaran hidup paling istimewa dalam hidup saya. Semoga maghfiroh Allah senantiasa merahmati beliau.
6. Ibu H. Ipah Syarifah, Ibu saya tercinta yang telah merawat, mengayomi, dan menididik jiwa dan raga saya serta menjadi sosok yang kuat. Semoga rahmat dan magfiroh Allah senantiasa meliputi beliau.
7. M. Syarifudin, Nurul Huda, serta adik-adik saya. kakak-kakak saya yang menjadi sosok orang tua kedua. Dua sosok yang memberi bantuan setiap waktu baik fisik, spiritual, finansial, ide terutama dukungan moral yang besar.
8. Keluarga besar “PBAS B 2015” seperjuangan, terima kasih atas perhatian dan kehangatan kekeluargaan yang selalu tercurahkan.
9. Teman-teman tim “KKN posko Kalibanteng Kulon” (Ardian, Alfian, Dewi, Terry, Zulfa, Iin, Huda, Yasmin, Haryono, Tiara, Agus, Eri, Ria, dan Ainun) yang selalu memberi semangat dan motivasi serta kebahagiaan selama melaksanakan KKN.

10. PP. Uswatun Hasanah yang telah menjadi tempat bernaung dan tempat belajar tentang kesejukan jiwa serta adab.
11. Dan yang terakhir teruntuk semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan serta motivasi sehingga karya ini dapat terselesaikan.

DEKLARASI

Saya menyatakan bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 12 Desember 2019

Deklarator

ASHIF SYIFA'UL QULUB

NIM. 1505036076

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huru-huruf Arab Latin di dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsistensi agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

a = أو

ai = أي

iy = إي

ABSTRAK

Uang elektronik merupakan alternatif pembayaran non tunai dalam transaksi mikro atau ritel. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan *e-money*.

Penelitian ini dilakukan dengan kuisioner pada masyarakat wilayah Kota Cirebon yang mengetahui layanan *e-money* BSM. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data diambil berdasarkan kebetulan bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Hasil ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 26,326 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Menurut uji t, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Hal ini dibuktikan pada uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,076 dengan nilai (Sig-t) sebesar 0,285 yang nilainya di atas level signifikan 0,05. Sedangkan persepsi kemanfaatan, persepsi resiko berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,531 dengan nilai signifikansi 0,013 yang nilainya dibawah $< 0,05$, dan nilai t hitung sebesar 5,249 dengan nilai signifikan 0,000 yang nilainya dibawah $< 0,05$.

Kata Kunci: *Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Minat Menggunakan E-Money*

ABSTRACT

Electronic money is an alternative to non-cash payments in or retail transactions. The purpose of this study was to determine the relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk of interest in using e-money services.

The result of this study indicate that perceptions of usefulness, perceptions ease of use, perceptions risk affect the interest in using e-money services. This result is evidenced from the calculated F value of 26,326 with a significance value of 0,000 ($< 0,05$). According to the t test, perceptions ease of use has no significant and negative effect on the interest in using e-money services. This is evidenced in the t test which shows the calculated t value of 1,076 with a value (sig-t) of 0,285 whose value is above the significant level of 0,05. While perceptions of usefulness, risk perception significantly and positively influences the interest in using e-money services. This is evidenced by the t value of 2,531 with a significance value of 0,013 whose value is below $< 0,05$, and a value of t arithmetic of 5,249 with a significant value 0,000, the value is below $< 0,05$.

This research was conducted with a questionnaire to the people of the City of Cirebon who knew BSM e-money services. Determination of the sample in this study using the method of a accidental sampling and obtained a sample 100 respondents. Data collection techniques are taken based on coincidence if it is seen that the people who happen to be found are suitable as data sources. Data analysis methods in this study consisted of descriptive analysis and inferential analysis.

Keywords: perceptions Benefit, Perceptions Ease of Use, Risk Perception, Interest in Using E-Money.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kekhadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money” dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari tanpa adanya bantuan, bimbingan dan do’a dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik seperti yang diharapkan. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, S.E, M.Si, selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan izin penelitian.
4. Muyassarah, M.Si, selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag, selaku Wali Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Seluruh dosen pengajar Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015 yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis dari awal perkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pengerjaan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berterima kasih atas saran dan kritik yang membangun karena akan sangat bermanfaat guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang – orang yang membacanya, Aamiin.

Walaikumsalam Wr. Wb.

Semarang, 12 Desember 2019

Penulis

ASHIF SYIFA'UL QULUB
NIM. 1505036076

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penulisan.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Minat.....	9

2.1.2 Uang Elektronik.....	10
2.1.3 Manfaat E-Money	13
2.1.4 E-Money Dalam Perspektif Islam	15
2.1.5 Persepsi kemanfaatan	21
2.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan	22
2.1.7 Persepsi Resiko	24
2.1.8 Layanan	25
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3 kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	29
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	29
3.3 Populasi	30
3.4 Sampel	30
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.7 Analisis statistik Deskriptif	31
3.8 Teknik Pengumpulan Data	32
3.9 Metode Analisis Data.....	33
3.10 Variabel Penelitian.	33

3.11 Operasional Variabel Penelitian	34
3.12 Instrumen Penelitian	36
3.12.1 Uji Validitas	37
3.12.2 Uji Reliabilitas	37
3.13 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.14 Uji Normalitas.....	38
3.14.1 Regresi Linier Berganda	38
3.14.2 Uji Heteroskedastisitas	39
3.14.3 Uji Multikolinieritas	39
3.15 Uji Ketetapan Model	40
3.15.1 Uji F	40
3.15.2 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.15.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.1.1 Profil Kota Cirebon	43
4.1.2 E-Money (Bank Mandiri Syariah)	44
4.1.3 Gambaran Umum Responden	46
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data	49
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	49
1. Uji Validitas	50

2. Uji Reliabilitas	52
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	53
1. Uji Normalitas	53
2. Uji Multikolinieritas	54
3. Uji Heteroskedastisitas	55
4.3.2 Regresi Linier Berganda	56
4.3.3 Uji Ketetapan Model	57
1. Uji Simultan (Uji F)	57
2. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	58
4.3.4 Uji Hipotesis (Uji t)	59
4.3.5 pembahasan Hasil Analisis Data	60
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

BAB 1

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Perkembangan zaman dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan banyak perubahan yang terjadi di beberapa Negara di dunia salah satunya adalah Negara Indonesia, yang mana perubahan tersebut terjadi pada pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Instrumen atau alat dalam pembayaran sudah mengalami perubahan-perubahan yang dimulai dari alat pembayaran dalam bentuk tunai berupa logam dan kertas konvensional, kini telah berkembang dalam bentuk yang lebih praktis yaitu alat pembayaran elektronik. Yang pada umumnya, masyarakat lebih mengenal uang kertas sebagai alat untuk melakukan pembayaran yang sudah menjadi kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. (Kasmir, 2013: 194).

Dalam kehidupan perekonomian suatu negara, peranan uang sangatlah penting karena uang mempunyai beberapa fungsi, antara lain sebagai alat penukar atau alat pembayar dan pengukur harga sehingga dapat dikatakan bahwa uang merupakan salah satu alat utama perekonomian. Dengan uang perekonomian suatu negara akan berjalan dengan baik sehingga mendukung tercapainya tujuan bernegara, yaitu mencapai masyarakat adil dan makmur. Selain itu, jika dilihat secara khusus dari bidang moneter, jumlah uang yang beredar dalam suatu negara harus dikelola dengan baik sesuai dengan kebutuhan perekonomian.

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik (Adiyanti:2015).

Dalam perkembangannya, sistem pembayaran secara elektronik atau bisa disebut non tunai sangat dipengaruhi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan perubahan pola

hidup masyarakat. Saat ini perkembangan instrumen pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pada akhir-akhir ini telah membawa dampak yang besar terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam sistem pembayaran tersebut. Dengan dukungan teknologi yang semakin maju, masyarakat pengguna maupun penyedia jasa sistem pembayaran non tunai secara terus-menerus mencari alternatif instrumen pembayaran non tunai yang lebih efisien dan aman. Selain itu, perubahan pola hidup masyarakat yang disertai peningkatan efisiensi pola hidup menuntut tersedianya sarana telekomunikasi dan transportasi yang demikian cepat sehingga hambatan jarak dan waktu dapat dikurangi. Perkembangan telekomunikasi dan transportasi ini juga memberikan pengaruh yang besar terhadap transaksi keuangan terutama terkait dengan cara antar pihak melakukan pembayaran.

Salah satu bentuk uang sebagai instrumen pembayaran yang sedang berkembang adalah uang elektronik (*E-money*). Pengertian *e-money* menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Nilai uang ini bukanlah merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan, sehingga tidak diberikan bunga dan tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Uang elektronik lebih merupakan pengalihan bentuk dari uang tunai. (Bank Indonesia, 2006).

Bank Indonesia melaporkan uang elektronik yang beredar mencapai 71,78 juta per September 2017. Jumlah uang elektronik bertambah 35,62% dibandingkan sebanyak 45,04 juta per September 2016. Sedangkan nominal transaksi uang elektronik naik 49,99% menjadi 817,36 miliar per September 2017 dari Rp 544,91 miliar pada September 2016. Volume transaksi uang elektronik meningkat mencapai 67,55 juta per September 2017. Angka ini naik 16,42% dari perhitungan 58,02 juta di September 2017 (www.bi.go.id).

Bank Syariah Mandiri adalah lembaga keuangan syariah yang menerbitkan *e-money*. Tujuan penerbitan *e-money* guna meningkatkan layanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi dan sebagai bentuk integrasi dan anak usahanya guna mendorong perkembangan bisnis Mandiri Group. Penerbitan *e-money* BSM merupakan strategi untuk

memperluas segmen pengguna e-mone Mandiri, sehingga akan semakin meningkatkan pangsa pasar transaksi secara nasional.

Uang elektronik milik Bank Syariah Mandiri dapat digunakan untuk membayar Tol, Batik Solo Trans, tiket commuterline, parkir, serta berbelanja di Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Superindo, dan lain-lain. Hingga September, jumlah kartu *e-money* Mandiri yang beredar mencapai 4,5 juta lembar dengan rata-rata frekuensi transaksi Rp 11 juta per bulan. Pangsa pasar frekuensi transaksi *e-money* ini telah mencapai 65 persen dari total transaksi uang elektronik nasional (www.tempo.com).

Dengan adanya sistem pembayaran non tunai ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertansaksi. Penggunaan kartu pembayaran elektronik ini merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya masyarakat untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya. Alat pembayaran non tunai seperti ATM, kartu debit, dan uang elektronik (*e-money*) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif. Adanya penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) yang semakin meningkat dikalangan masyarakat ini dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berkonsumsi. Karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya¹.

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI) no 11/11/DASP tentang Uang Elektronik, di Indonesia terdapat 20 daftar penerbit uang elektronik yang terdiri dari 8 penerbit dari lembaga Bank dan 12 penerbit dari lembaga non-Bank. Penerbit dari lembaga Bank tersebut antara lain BPD DKI Jakarta, Bank Mandiri, BCA, BNI, dan lain-lain dan lembaga non-Bank antara lain PT Telkomsel, PT INDOSAT, PT Sky Sat, PT XL Axiata, dan lain-lain (www.bi.go.id).

Dari banyak lembaga bank maupun non bank yang telah menerbitkan *e-money*, namun masih banyak pusat perbelanjaan atau *market* yang belum menjadi merchant dari *e-money* tersebut, sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik menggunakan *e-money* karena masih kurang efektif dan efisien dalam penggunaannya.

Untuk itu, menjadi permasalahan ketika produk tidak dibarengi dengan pengetahuan produk. Maka perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai cara yang aman

¹ Fitri Sholikhah (skripsi 2018), Pengaruh persepsi manfaat, daya tarik iklan, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan *e-money* BSM (studi pada masyarakat kota surakarta) hal-22

menggunakan dan menyimpan *e-money* baik melalui media cetak maupun media elektronik dalam bentuk iklan yang menarik. Tidak kalah penting, adanya informasi yang benar, jelas dan jujur dari penerbit *e-money* tentang mitra yang dapat menerima penggunaan dari *e-money* di semua transaksi tempat perdagangan atau hanya tempat tertentu saja.

E-money bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi, terutama untuk transaksi berskala kecil. Keuntungan-keuntungan yang ditawarkan *e-money* menjadi suatu hal positif yang berdampak pada minat untuk menggunakan fasilitas *e-money* tersebut. Kemudahan dan manfaat yang ditawarkan produk *e-money* dapat berdampak pada peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah produk memiliki kemudahan dan manfaat ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu juga produk *e-money*, ketika produk ini memiliki kemudahan dan manfaat yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomian, maka masyarakat memutuskan untuk menggunakan produk *e-money*.

Menurut Ferdinand (2011:129)² minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat transaksional. Thompson *et. al.* (1991)³ juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Sun dan Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Arsita (2015). Sedangkan penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang

² Adi Firman Ramadhan, Adrian Budi Prasetyo, Lala Irviana. Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan *E-Money*, Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 2016, hal, 135

³ Sulistyoto Utami, Berlianingsih Kusumawati. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* (studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta), Jurnal Balance, 2017, hal, 32

elektronik di masyarakat antara lain penelitian yang dilakukan oleh Setyo, Dede dan Usep (2009). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk (2015) menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dan persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik

Namun selain faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi risiko. Meskipun, teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan (Kuisma *et al.*, 2007; Littler and Melanthiou, 2006 dalam Lee, 2009:130). Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen ialah risiko, menurut Pavlou (2001:10) risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi.

Faktor risiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik (*e-money*) guna meminimalkan persepsi masyarakat akan risiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Beberapa faktor risiko yang dapat terjadi oleh pengguna uang elektronik diantaranya ialah kesalahan dalam memasukan nomor atau kode saat pengisian ulang uang elektronik akibat kesalahan pengguna sendiri (*human error*) atau karena fasilitas yang belum maksimal dan hanya terfokus pada beberapa kota besar saja (*Liputan6.com*).

Berdasarkan beberapa hasil wawancara terhadap pihak atau pengguna layanan *e-money*. Terdapat berbagai macam pendapat perihal kemudahan menggunakan *e-money* seperti menurut” Ibu Dwi Sulistiyowati. Dari segi penggunaan memang mudah, fiturnya juga mudah, tapi aku kadang punya kendala ketika jaringan yang kita pakai mengalami gangguan. Kebetulan *e-money* yang aku pakai terkadang mengalami gangguan di pusat bank. Akhirnya saat itu aku pakai uang cash untuk menyelesaikan transaksi di salah satu minimarket. Kejadian-kejadian yang seperti itu yang kadang bikin sulit, apalagi kalau lagi terburu-buru.

Selain itu menurut bapak Muhammad Permadi, beliau adalah pengguna *e-money* Mandiri Syariah dimana beliau mengatakan bahwa selama menggunakan *e-money* mandiri syariah terdapat manfaatnya. Katanya “Kalau buat bayar di beberapa makanan cepat saji aku dapat diskon 10 -20 %. Tapi masih terbatas hanya di tempat-tempat tertentu saja. Harapannya sih bisa dipakai di lebih banyak merchant.”.Namun ada juga pengguna yang mengatakan bahwa menggunakan layanan *e-money* terdapat sisi negatif nya.Seperti halnya menurut Ibu Rahmawati, yang mengatakan bahwa menggunakan *e-money* tidak bisa digunakan disemua tempat belanja. “.Transaksi memang lebih cepat, tapi dari segi keamanan masih berisiko. Aku pakai yang kartu, jadi kalau hilang ya uangnya ikut hilang” (wawancara dilakukan pada tanggal 30 juni 2019 pukul 16.30 disebuah pusat perbelanjaan di kota Cirebon).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan *e-money* terdapat berbagai persepsi dikalangan masyarakat, sehingga berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Pengguna dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi kasus pada Masyarakat Kota Cirebon)**

I.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-money*.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap menggunakan *e-money*

I.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap minat menggunakan *e-money*.
 - b. Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank Syariah Mandiri untuk dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan jasa perbankan syariah, sehingga mampu terus berinovasi dalam meningkatkan pelayanan bagi masyarakat.
 - b. Membantu manajemen perusahaan perbankan dalam mengembangkan strategi pemasaran berkaitan dengan peningkatan penggunaan fasilitas layanan *e-money*.

I.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar pembaca dapat memperoleh pemahaman secara runtut dan sistematis. Sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab pertama yaitu pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang diangkat, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

Bab kedua yaitu kerangka teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini berisi telaah pustaka yang untuk memperjelas letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Bagian lain dalam bab ini adalah kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga yaitu metode penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, obyek penelitian, pengumpulan data, definisi operasional variable penelitian, dan teknik analisis data.

Bab keempat yaitu hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi deskripsi lokasi penelitian, analisis deskriptif data penelitian, evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural dan pengujian hipotesis.

Bab kelima yaitu penutup, yaitu berisi kesimpulan hasil penelitian terkait minat penggunaan produk *e-money* dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak-pihak terkait.

BAB II KAJIAN TEORI

2.I KAJIAN TEORI

2.1.1 Pengertian Minat

Menurut Davis *et al.* (1989) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut Kotler, minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.⁴

Menurut Ajzen (2011) minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan. Menurut Muhibbin Syah (2010), secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.

Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Kanuk (2008 : 25)⁵

Menurut Djamarah (2008: 132) minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap

⁴Setyo, dede, dkk, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta) Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1, 2015 , hal.443

⁵ Alifatul Laily Romadloniyah, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-momey pada bank BRI lamongan, Jurnal oenelitian ekonomi dan akuntansi, Hal, 703

aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dan rasa senang. Slameto (2010: 180) mendefinisikan minat adalah suatu rasa lebih suka dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa.

Menurut Sumarwan (2015) terdapat enam faktor yang menentukan minat seorang, antara lain :⁶

- a. Keterlibatan nasabah
- b. Pengukuran sikap
- c. Pengaruh dari orang lain
- d. Faktor situasional
- e. Pengaruh merek lain
- f. Kekuatan sikap.

2.1.2 Uang Elektronik

A. Pengertian Elektronik Money (*E-Money*)

Bank for International Settlement (BIS, 1996) mendefinisikan e-money sebagai produk stored-value atau prepaid card dimana sejumlah nilai uang (monetary value) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. Nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik yang miliknya. Dengan peralatan

⁶ Fitri Sholikhah (skripsi 2018), Pengaruh persepsi manfaat, daya tarik iklan, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan *e-money* BSM (studi pada masyarakat kota surakarta)

tersebut, pemiliknya dapat melakukan pembayaran atau menerima pembayaran, dimana nilainya akan berkurang pada saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali. Definisi e-money lebih difokuskan pada suatu jenis prepaid card yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran (multi purpose) bukan pada suatu single prepaid card yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon sebagaimana yang berlaku di Indonesia.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, “Uang Elektronik (Electronic Money) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit” Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.⁷

Adapun beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan e-money dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antarlain :

- a) Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (micro payment), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian.
- b) Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-money dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi off-line, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.

⁷ Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, tentang Uang Elektronik, Pasal 1 Ayat 3

- c) *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.⁸

B. Jenis Uang Elektronik

Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegang pada penerbit uang elektronik dibagi menjadi :

1. Uang Elektronik yang nilai uang elektroniknya tercatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit dan juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu dan memungkinkan transaksi dilakukan secara *offline*⁹. Contoh uang jenis ini seperti yang terlihat pada gambar 2.1 yaitu *TapCash* BNI, *Flash* BCA, *Brizzi* BRI

Gambar 1

Jenis Uang Elektronik



⁸Tri Dian Astuti, Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money dalam Perspektif Ekonomi Islam (Skripsi 2018)

⁹Dien Ilham Genady, Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi uang Elektronik Terhadap Keputusan Pengguna Uang Elektronik Di Masyarakat (studi kasus di Provinsi DKI Jakarta) (skripsi 2018), hal 20-21

2. Uang elektronik yang nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Dalam hal ini pemegang diberi akses oleh penerbit terhadap pengguna nilai uang elektronik tersebut.

Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis *server* dimana nilai uang elektronik yang tercatat pada media elektronik yang dikelola penerbit akan berkurang secara langsung dan hanya dapat dilakukan secara *online*. Contohnya uang jenis seperti ini terlihat pada gambar 2.1 seperti T-Cash, dompetku, GoPay, DOKU.

2.1.3 Manfaat *E-money*

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan e-money dibandingkan dengan uang tunai (Hidayati, 2006:5), antara lain ¹⁰:

Menurut Jogiyanto (Triani, 2016) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. (Andriyano and Rahmawati¹¹, 2016).

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk bertransaksi yang bernilai kecil (*micro payment*).
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan dengan kartu

¹⁰ Fitri sholikhah, (skripsi 2018), pengaruh persepsi manfaat, daya tarik iklan, dan sikap terhadap minat menggunakan layanan *e-mone* (study kasus pada masyarakat kota surakarta), hal,33-34

¹¹ Mustafa Rajul, Akhirmann, Nurhasanah. *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, daya tarik promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan e-money*, (Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji), Hal,3

kredit atau debet karena *e-money* tidak harus *on-line* dan menggunakan PIN.

3. *Electronic value* dapat di ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*.

D. Proses Transaksi

Aspek teknis lain yang perlu diperhatikan terkait dengan tingkat keamanan adalah mekanisme transaksi dengan menggunakan *e-money*. Transaksi pembayaran pada prinsipnya dilakukan melalui pertukaran data elektronik antar dua media computer dari pihak yang bertransaksi yaitu antara kartu konsumen dan terminal *merchant* dengan menggunakan *protocol* yang telah ditetapkan sebelumnya. Pertukaran data elektronik dapat dilakukan melalui kontak langsung dan tidak langsung dengan bantuan alat yang disebut *card-reader*. Jenis-jenis transaksi *e-money*, secara umum meliputi :

- a) Penerbitan (*Issuance*) dan pengisian ulang (*Top-up atau loading*)

Pengisian „nilai uang“ pertama kali kedalam *e-money* dapat dilakukan terlebih dahulu oleh *issuer* sebelum dijual kepada ke konsumen. Untuk selanjutnya konsumen dapat melakukan pengisian ulang (*top up*) yang umumnya dapat dilakukan melalui ATM dan terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh *issuer*. Proses pengisian ulang melalui ATM/terminal pada umumnya dirancang agar dapat langsung mempengaruhi/mendebet rekening nasabah yang telah “link” dengan kartu *e-money* milik konsumen. Proses pengisian ulang pada umumnya dilakukan secara *on-line* dengan koneksi langsung ke komputer *issuer*, namun demikian dimungkinkan pula pengisian dilakukan secara *offline* dimana penyelesaian transaksi oleh *issuer* dilakukan setelah saldo di kartu bertambah. Dalam beberapa kasus, untuk produk *e-money* yang “reloadable” dimungkinkan pula bersaldo negatif (*overdraft*) dimana pada saat ada penagihan, dana tersebut akan ditalangi dari rekening nasabah yang telah diperjanjikan sebelumnya.

- b) Transaksi Pembayaran

Pada saat seseorang melakukan pembayaran dengan menggunakan *e-money*, maka mekanisme yang dilakukan secara garis besar adalah sebagai berikut :

- 1) Nasabah meng-*insert* mengarahkan kartu ke terminal *merchant*;
- 2) Terminal *merchant* memeriksa kecukupan saldo *e-money* terhadap nominal yang harus dibayar;
- 3) Jika saldo pada *e-money* lebih besar dari nominal transaksi, terminal memerintahkan kartu untuk mengurangi saldo untuk transaksi.
- 4) Kartu milik nasabah kemudian memerintahkan terminal untuk menambah saldo pada terminal sebesar nominal transaksi.

c) Deposit, Collection

1) *Deposit/Refund*

Pada beberapa produk *e-money*, nasabah dapat melakukan *refund* atau penyetoran kembali dana pada *e-money* yang tidak terpakai/masih tersisa untuk didepositkan ke rekeningnya.

2) *Collection*

Proses *collection* biasanya dilakukan oleh *merchant* yaitu penyetoran elektronik *value* yang diterima oleh *merchant* dari konsumen kepada *issuer* untuk rekening *merchant*.

E-Money sebagai jaringan yang baik dan penting dari mata uang dimasa depan. Perkembangan tersebut akan mempengaruhi pelaksanaan kebijakan moneter. Jika peningkatan *E-Money* secara substansial akan membatasi cadangan bank sentral, hal tersebut akan membuat perubahan dalam target operasional bank sentral dan koordinasi yang lebih erat pada kebijakan moneter dan fiskal. Pengembangan *E-Money* tunduk pada ketidakpastian yang cukup besar yang mempengaruhi sifat dan waktu respon. Merancang peraturan yang sesuai kerangka kerja *E-Money* dengan menyeimbangkan tujuan yang berbeda salah satunya stabilitas keuangan (Al-Laham, Al Tarawneh dan Abdallat, 2009).

2.1.4. *E-Money* Dalam Perspektif Syariah

Dalam perspektif syariah hukum *e-money* adalah halal. Kehalalalan ini berdasarkan kaidah fiqh :

الأصل في الشُرُوطِ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْحَلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Hukum asal menetapkan syarat dalam mua'alah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)

Dalam kaidah tersebut menjelaskan bahwa semua transaksi muamalah hukumnya boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya, maka saat itu hukumnya berubah menjadi haram. Oleh karena itu, uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai prinsip-prinsip syariah (Mumtazamin, 2013)

Dalam penjelasan atas PBI No 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik bahwa e-money pada dasarnya sama seperti uang karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang. Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, kemudian nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media uang elektronik yang digunakan sebagai alat pembayaran oleh pemegang kepada pedagang (Bahri, 2010).

Dengan demikian dalam perspektif syariah dalam transaksi menggunakan *e-money* terdapat 3 akad transaksi, antara lain :

a. Akad Sharf (Jual Beli Mata Uang)

Al-sharf secara etimologi artinya al-Ziyadah (Penambahan), al-'adl (seimbang), Penghindaran, Pemalingan Penukaran, atau transaksi jual beli. *Sharf* adalah perjanjian jual beli suatu valuta asing dengan valuta lainnya. Atau *sharf* (money changing) adalah menjual nilai suatu dengan sesuatu yang lain, meliputi emas dengan emas, perak dengan perak, dan emas dengan perak. Dalam kamus istilah *fiqh* disebutkan bahwa *Ba'i sharf* adalah menjual mata uang dengan mata uang (emas dengan emas)\

Sharf untuk tujuan transaksi dan *precautionary* oleh semua ulama ekonomi islam sedangkan untuk motif spekulasi dilarang, dasar hukum transaksi sharf seperti yang dituliskan dalam Al-Qur'an (Q.S An-Nisa :29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً مِّنْكُمْ وَلَا
عَنْ تَرَاضٍ تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu

Dan juga Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) banyak gila. Keadaan mereka demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli sama dengan riba. Orang-orang yang telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang-orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal didalamnya.

Dengan disamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran nilai uang tunai (*cash*) dengan nilai uang elektronik merupakan pertukaran atau jual beli mata uang sejenis yang dalam literatur fiqh muamalah dikenal dengan *Al Sharf*, yaitu tukar menukar atau jual beli mata uang. Secara umum jual beli mata uang (*sharf*) diidentikkan dengan tukar menukar antara emas dan emas perak dan perak atau emas dan perak.

Dengan demikian, yang menjadi syarat-syarat dalam transaksi tukar menukar emas dengan emas dan perak dengan perak atau emas dengan perak tersebut berlaku juga dalam transaksi jual beli mata uang. Syarat-syarat tersebut adalah : tunai, jumlahnya sama, tidak boleh ada khiyar syarat, dan tidak boleh ditangguhka.

Relevansi akad *Sharf* dalam implementasi uang elektronik dapat dilihat aru beberapa hal yang telah dijelaskan dalam PBI no 11/PBI/2009, antara lain :

1. Mekanisme Transaksi

Pada saat penerbitan dan pengisian ulang dilakukan dengan cara pemegang menyetorkan dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, nilai uang yang dibayarkan tersebut dimasukkan menjadi nilai uang elektronik dalam media uang elektronik yang dinyatakan dalam ulang yang atuan rupiah.

2. Posisi dana float

Dana float adalah seluruh uang elektronik yang diterima penerbit atas hasil penerbitan uang elektronik dan atau pengisian yang masih merupakan kewajiban kepada pemegang dan pedagang. Kewajiban penerbit tersebut merupakan *redeemability* yang dimaksudkan sebagai bentuk jaminan atau kepastian bagipemilik uang elektronik, baik pemegang maupun pedagang bahwa mereka setiap saat dapat menukarkan (*redeem* atau *refund*) nilai uang elektronik tersebut kedalam bentuk uang baik berupa uang tunai maupun *cash* maupun melalui transfer ke rekenig yang bersangkutan.

Dana float yang disetorkan pemegang kepada penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang sudah diatur oleh Undang-Undang mengenai Perbankan. Dana foat dapat dikelola oleh pihak penerbit untuk ditempatkan dan diinvestasikan dalambentuk deposito atau lainnya dengan syarat aman dan likuid.

3. Posisi Nilai Uang Elektronik

Nilai uang elektronik yang disimpan dalam media uang elektronik sepenuhnya berada dalam penguasaan pemegang. Pada saat transaksi, perpindahan nilai uang elektronik dari pemegang kepada pedagang dapat dilakukan secara *off-line* dan verifikasi cukup dilakukan pada level pedagang, berbeda dengan uang elektronik yang harus *on-line* ke komputer penerbit, sehingga dana sepenuhnya dalam penguasaan bank sepanjang belum ada otorisasi dari nasabah untuk melakukan pembayaran (Hidayati, 2006: 4)

4. Redeemability

Redeemability merupakan jaminan yang diberikan kepada pihak penerbit terhadap uang elektronik yang diterbitkannya, bahwa uang elektronik tersebut dapat ditukarkan kembali dengan uang tunai (*cash*) jika sewaktu-waktu pemegang dan pedagang ingin menukarkannya kembali (Hidayati, 2006: 33).

Hal tersebut berbeda dalam penyelenggaraan kartu kredit, dimana jaminan pihak penerbit diberikan kepada pemegang kartu kredit terhadap pedagang atas semua kewajiban bayar (*dayn*) yang timbul dari transaksi antara pemegang kartu kredit kepada pedagang.

Menurut Fatwa DSN MUI No 28/DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli mata uang, pada prinsipnya jual beli mata uang (*sharf*) boleh dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tidak untuk spekulasi (untung-untungan)
- b. Ada kebutuhan transaksi atau untuk berjaga-jaga (simpanan)
- c. Apabila transaksi dilakukan terhadap mata uang sejenis maka nilainya harus sama dan secara tunai (*at taqabudh*)

b. Akad Wakalah

Wakalah secara sederhana dapat dipahami sebagai pendelegasian dan penyerahan mandat. Sementara dalam makna yang lebih luas, akad wakalah merupakan suatu

perjanjian yang menyepakati adanya pelimpahan kekuasaan atau mandat dari pihak pertama kepada pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan (dalam hal ini yang hanya melibatkan kedua belah pihak)¹², di mana pihak yang diberi kuasa hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenangan yang diberikan oleh pihak pertama. Jika kuasa atau mandat yang diberikan telah dilaksanakan oleh pihak kedua, maka segala risiko dan tanggung jawab atas pelaksanaan mandat tersebut sepenuhnya menjadi hak atau kewenangan dari pihak pertama.

Sebagai suatu perjanjian, akad wakalah tidaklah tanpa batas waktu, tetapi justru dibatasi waktu hanya untuk jangka waktu tertentu yang umumnya pendek, misalnya satu bulan atau satu tahun. Hal ini disebabkan pendelegasian atau pelimpahan kekuasaan atau mandat ini hanya berlaku sementara atau dilakukan sesuai dengan kebutuhan saja.

Dasar hukum al-wakalah adalah firman Allah Swt.:

فَا بُعِثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ

”Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini.” (Q.S. Al-Kahfi:19)

عَنْ جَابِرِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ نَحَرَ ثَلَاثًا وَسِتِّينَ وَأَمَرَ عَلِيًّا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنْ يَذْبَحَ الْبَاقِي
(رواه مسلم)

“:Dari Jabir r.a bahwa Nabi saw. Menyembelih kurban sebanyak 63 ekor hewan dan Ali r.a disuruh menyembelih binatang kurban yang belum disembelih” (riwayat Muslim)

¹² Simulasi kredit.com

Dalam transaksi uang elektronik, *akad wakalah* digunakan dalam hal penerbit bekerjasama dengan pihak lain sebagai agen penerbit dan/atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik. Dengan demikian pihak penerbit mewakilkan transaksi uang elektronik kepada merchantnya.

c. Akad Ijarah

Akad Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (Ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut¹³.

Allah SWT Berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Qashas : 26 :

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: ‘Wahai bapakku, ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) adalah orang yang kuat serta dapat dipercaya.’” [Al-Qashash: 26]

Dari ‘Aisyah Radhiyallahu ‘anhu (ia berkata) :

وَاسْتَأْجَرَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبُو بَكْرٍ رَجُلًا مِنْ بَنِي الدَّيْلِ ثُمَّ مِنْ بَنِي عَبْدِ بْنِ عَدِيِّ هَادِيًا خَرِيئًا الْمَاهِرُ بِالْهَدَايَةِ.

Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam beserta Abu Bakar menyewa (mengupah) seorang penunjuk jalan yang mahir dari Bani ad-Dail kemudian dari Bani ‘Abdu bin ‘Adi.”

¹³ Irmadevita.com

Akad Ijarah digunakan dalam hal terdapat transaksi sewa menyewa atas perlengkapan/peralatan dan atau terdapat pelayanan jasa dalam penyelenggaraan uang elektronik. Transaksi sewa ini akan menguntungkan kedua belah pihak karena keduanya mendapatkan hasil atas kerjasama antara penerbit dan merchantnya,

2.I.5 Persepsi Kemanfaatan

Menurut Jogiyanto (Triani, 2016) Persepsi Kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. (Andriyano and Rahmawati, 2016).

Kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai pengaruh ke minat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Kemanfaatan juga mempengaruhi kemudahan tapi tidak sebaliknya. Pemakaian sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan (Jogianto, 2007).

Menurut Pratiwi dkk dalam penelitian (Nurmalasari, 2018) indikator pengukur persepsi kebermanfaatan terdiri dari¹⁴ :

- a. Meningkatkan produktivitas
- b. Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari
- c. Mengurangi waktu bertransaksi
- d. Sangat bermanfaat

Adapun pengertian persepsi kemanfaatan sistem bagi pemakainya menurut Davis, *et al* yaitu, *productivity* (produktifitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau

¹⁴Mustafa, Akhirman dkk, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Daya tarik Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan E-money Card di Pelabuhan PT.X, Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji, Hal 03

efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan)¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2015) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Jasa Commuterline Di Jakarta) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money card¹⁶.

Penelitian yang dilakukan oleh Candraditya (2013) hal 3-4 dengan penelitian yang berjudul “Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)” menunjukan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money¹⁷.

2.I.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani,2007).

Menurut Davis (1989:320) pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahaan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap

¹⁵ Alifatul Laily Romadloniyah, Dwi Hari Prayitno, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money pada bank BRI Lamongan, 2018, hal 703

¹⁶ Alifatul Laily Romadloniyah, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money pada bank BRI lamongan, Jurnal penelitian ekonomi dan akuntansi, Hal, 703

¹⁷ Setyo Ferry Wibowo, Dede rosmauli, Usep Suhud, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1, 2015. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-money card (study pengguna jasa commuterline di jakarta), hal, 444

pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya¹⁸.

Davis (1989:320) memberikan beberapa indikator persepsi kemudahan penggunaan dalam teknologi informasi meliputi :

1. Sangat mudah dipelajari
2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
3. Sangat mudah untuk dioperasikan.

Kemudahan pengguna adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan tanpa harus bersusah payah dalam usaha (Wibowo, Rosmauli dan Suhud, 2015).

Sun dan Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).

Penelitian yang dilakukan oleh Christian Chandra, (2016) dengan penelitian yang berjudul "Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian" menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan e-money.

2.I.7 Persepsi Resiko

Persepsi resiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan suatu produk atau sebuah layanan. Persepsi risiko menjadi sebuah tolak ukuran dimana semakin kecil resiko akan semakin

¹⁸ Maya Angela, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makasar, (Skripsi Manajemen 2014) hal 11.

masyarakat akan minat menggunakan layanan, begitu sebaliknya jika semakin besar resiko maka rendah pula minat masyarakat dalam menggunakan layanan e-money¹⁹.

Menurut Pavlou (2001 h.10) Risiko Persepsian dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu²⁰.

Menurut Leerophonng dan Mardjo (2013), persepsi risiko merupakan konsekuensi negatif yang konsumen ingin hindari ketika membeli atau menggunakan produk. Konsekuensi negatif atau risiko yang dapat terjadi bisa bermacam-macam. Risiko fisik seperti kecelakaan akibat mesin dari produk yang dibeli ternyata mengalami kerusakan adalah salah satu contohnya.

Menurut Suryani (2013:86) persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat keputusan yang dilakukan. Terdapat banyak risiko yang dipertimbangkan konsumen. Lebih lanjut disebutkan bahwa Jacoby dan Kaplan menjelaskan ada enam jenis risiko yang dipersepsikan oleh konsumen²¹, yaitu:

1. Risiko Keuangan, Risiko yang akibatnya berupa kerugian dari aspek keuangan yang akan dialami konsumen. Risiko keuangan akan menjadi pertimbangan penting ketika daya beli konsumen rendah atau konsumen mempunyai keterbatasan finansial.
2. Risiko Kinerja, Risiko bahwa produk tidak dapat memberikan kinerja seperti yang diharapkan. Persepsi tentang kinerja ini menjadi salah satu pertimbangan penting sebelum konsumen memilih suatu produk

¹⁹ Dwi Marchelina, Raisa., Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E-money (Studi Kasus pada Pengguna E-money Kota Palembang),. (Jurnal Akuntansi STIE)

²⁰ Winnie Velandia1 , Raisa Pratiwi2 Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang, Pengaruh apersepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Betransaksi Menggunakan *E-money* Dengan Kemanfaatan Sebagai Variabel *INTERVENING* (studi empiris UMKM makanan khas Palembang), jurnal, hal,3

²¹ Linda Saputra, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas *Elektronik Banking* Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel, skripsi 2018, hal, 46-48

3. Risiko Psikologis, Risiko psikologis berupa ketidaknyamanan psikologis, citra diri yang buruk dan harga diri yang menjadi rendah.
4. Risiko Fisiologis, Risiko fisiologis atau risiko fisik merupakan risiko akibat pembelian produk yang dapat berupa terganggunya fisik atau kesehatan konsumen.
5. Risiko Sosial, Risiko yang terjadi akibat pembelian produk yang berupa kurang diterimanya konsumen di lingkungan masyarakat.
6. Risiko Waktu, Risiko yang diterima berupa hilangnya waktu konsumen akibat pembelian produk. Risiko ini juga mencakup waktu konsumen yang berkurang dan tersita hanya untuk membeli dan menggunakan produk tersebut

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi , (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money” menunjukkan bahwa persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis diterima.

2.I.8. Layanan

Menurut Kotler (1994) pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Industri perbankan merupakan industri jasa yang memiliki sifat padat karya (*labor intensive*) sekaligus padat ilmu (*knowledge intensive*). Hanya dengan adanya petugas bank yang profesional maka kualitas sistem pelayanan bank akan lebih dapat ditingkatkan (Iskandar, 2012).

Ketanggapan pelayanan menurut Iskandar (2012) meliputi kegiatan dalam melayani nasabah dengan cepat dan tanggap, termasuk juga menangani persoalan, pertanyaan dan keluhan yang dihadapi nasabah. Selain ketanggapan pelayanan, kecepatan transaksi juga memegang peranan penting dalam pemberian pelayanan. Kecepatan melakukan transaksi maksudnya trampil dalam melayani nasabah yang datang dan tidak sering melakukan kesalahan teknis, seperti kesalahan pendebitan, kelalaian dalam proses transfer dan lain-lain.

Penerapan layanan perbankan elektronik yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan, penerapan sistem layanan *elektronik* memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para konsumen. Penggunaan teknologi informasi (TI) harus mampu menciptakan nilai (*value*) untuk pelanggan baik internal maupun eksternal (Suharini, 2008:168).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Setyo, Dede dkk (2015) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (study Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta), menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap nilai T hitung dengan signifikan 0,000 (kurang dari 0,05).

Penelitian oleh Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi (Jurnal Ekonomi) dengan judul Pengaruh Persepsi Mnafaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-money (Studi Kasus Pada Pengguna E-money Kota Palembang) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara positif sedangkan persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan emoney secara parsial.

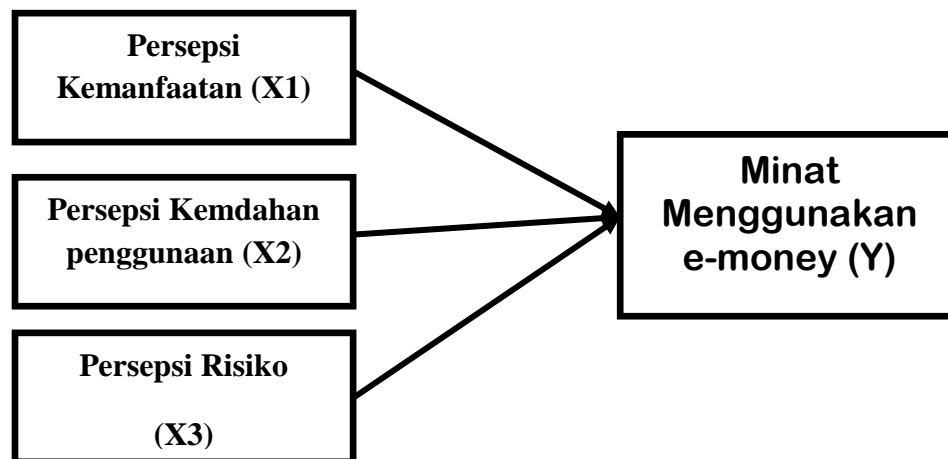
Penelitian oleh Fitri Sholikhah (2018) dengan judul pengaruh persepsi manfaat, daya tarik iklan, dan sikap terhadap minat dalam menggunakan layanan e-money BSM (study kasus pada masyarakat kota Surakarta) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dimana persepsi manfaat dan daya tarik iklan tidak berpengaruh secara positif sedangkan variable minat terdapat pengaruh dalam minat menggunakan layanan e-money BSM.

Penelitian dari jurnal Mustafa, Akhirman dkk, dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Daya tarik Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan E-money Card di Pelabuhan PT.X menunjukkan bahwa Variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan,

daya tarik promosi dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* di pelabuhan PT. X.

Penelitian dari jurnal Dwi Marchelina dan Raisa Pratiwi dengan judul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-money* (studi pada pengguna *e-money* kota Palembang) dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan *e-money* secara parsial sedangkan persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan berpengaruh secara positif terhadap penggunaan *e-money* secara parsial. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan memberikan keterdukungan terhadap penggunaan *e-money* khususnya pada masyarakat di kota Palembang untuk menggunakan layanan *e-money*.

2.3 Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka berfikir diatas bahwa variabel independen (Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko) memiliki pengaruh terhadap Variabel dependen (Minat Menggunakan Layanan E-Money BSM) melalui Variabel independen berpengaruh langsung terhadap variabel dependen.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 : Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan

E-Money

H2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat

Menggunakan *E-Money*

H3 : Persepsi Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian dengan survey. Karena dalam penelitian ini informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampelnya dilakukan secara random, pengumpulan data digunakan instrument penelitian. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan proses pemecahan masalah yang sistematis dengan menggambarkan suatu penelitian sesuai dengan kenyataan tanda adanya subjektivitas²².

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup diperlukan adanya penekanan batasan lokasi atau sektor dan variabel-variabel yang dibahas. Hal ini sangat diperlukan agar peneliti tidak keluar dari wilayah yang ditelitinya.

Untuk mengetahui ruang lingkup penelitian maka kita melihat batasan lokasi agar tidak keluar dari wilayah yang ditelitinya. Dengan ini penelitian dilakukan pada Masyarakat Kota Cirebon Yang mengetahui Layanan E-Money.

²² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014).

3.3 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:148). Sedangkan populasi menurut Wijaya (2013:27) adalah sebagian seluruh kumpulan (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan, populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian²³. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Cirebon sejumlah 313,325 Jiwa.

3.4 Sampel

Menurut Supardi (2005) Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Sampel dalam penelitian ini sebagian masyarakat yang mengetahui layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut digunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: \

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan yang diinginkan (10%)

Jika tingkat kesalahan yang diinginkan (e) adalah 10% N= 313,325, maka jumlah sampel yang diteliti adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

²³ Linda Saputri “ Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan fasilitas elektronik banking bank syariah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening” 2018, hal-64-65

$$\begin{aligned}
& 1 + Ne^2 \\
& = 313,325 \\
& 1 + (313,325(0,1^2)) \\
& = 99,98190 \text{ dibulatkan menjadi } 100
\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan *Accidental sampling* yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui minat layanan e-money Bank Syariah Mandiri di Cirebon oleh karena itu sampel sumber datanya adalah masyarakat di wilayah kota Cirebon dengan kriteria masyarakat yang mengetahui layanan E-Money Bank Syariah Mandiri (BSM)

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menguji hipotesis dan diperhitungkan dengan model statistic. Namun sebelumnya data tersebut harus diklarifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan program *Microsoft Excel* 2007. Untuk mempermudah dalam mengolah dan menganalisis data, dalam penelitian ini menggunakan program *IBM SPSS (Statistical Package for Social Science) for windows*. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reabilitas.

3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami (Ghozali, 2016:19).

Data-data statistik yang dikumpulkan pada umumnya masih acak, mentah dan tidak terorganisir dengan baik. Data-data terus diringkas dengan baik dan teratur, baik dalam bentuk tabel atau presentasi grafis sebagai dasar untuk pengambilan keputusan statistik deskriptif digunakan untuk analisis bagi variabel-variabel yang dinyatakan sebagai sebaran frekuensi, baik sebagai angka-angka mutlak maupun secara presentasi.

Analisis statistik deskriptif adalah suatu pengolahan data yang bertujuan untuk menggambarkan data. Beberapa yang termasuk analisis statistik parameter seperti menghitung rata-rata (mean), median, modus, kemencengan, juga termasuk dalam analisis deskriptif).

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan data kuesioner dan hasil survey yang telah didapatkan dimasukkan dalam tabulasi data selanjutnya akan diolah menggunakan program statistik yakni SPSS versi 22.0.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Untuk memperoleh data yang relevan maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Tujuan pokok penyusunan kuesioner adalah untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Ungaran Semarang sebagai respondennya yang akan menjawab semua item pertanyaan. Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Dari jawaban daftar pertanyaan yang diajukan pada responden diolah

dengan skala likert yaitu skala kepentingan digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social²⁴

2. Studi Kepustakaan

Penelitian yang dilakukan memperoleh data dan informasi yang diperoleh dari buku-buku, hasil penelitian sebelumnya seperti skripsi, jurnal, dan bahan bacaan buku lain²⁵.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menguji hipotesis dan diperhitungkan dengan model statistik. Namun sebelumnya data tersebut harus diklarifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan program *Microsoft Excel 2007*. Untuk mempermudah dalam mengolah dan menganalisis data, dalam penelitian ini menggunakan program *IBM SPSS (Statistical Package for Social Science) for windows*. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reabilitas.

3.10 Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2007:2) Variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antar variabel, maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan sehingga menimbulkan variabel terikat (dependen). Variabel ini disebut dengan variabel bebas, variabel kuasa, variabel pengaruh, variabel stimulus, variabel resiko dan lain-lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko.
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat) merupakan jenis variabel telah dipengaruhi oleh adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel

²⁴Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 134.

²⁵Linda Saputri, pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat masyarakat menggunakan fasilitas *elektronik Banking* Bank Syariah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening, 2018, hal 68

dependen atau variabel terikat adalah variabel yang timbul disebabkan oleh variabel bebas.

3.11 Operasional Variabel Penelitian

Table 1

Tabel Definisi Variabel dan Indikatornya

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Persepsi Kemanfaatan	Menurut sugiyono (2013:60) Persepsi Kemanfaatan sebagai Probabilitas Subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan system mampu meningkatkan kinerja individu 2. Penggunaan system mampu menambahkan tingkat produktifitas individu 3. Penggunaan system bermanfaat bagi individu. (sumber: Jurnal, Dewi Marchelina) 	Likert
Perspsi Kemudahan Penggunaan	persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaksi individu denga sistem jelas dan mudah dimengerti 2. Mudah dan praktis dalam menggunakannya 3. Mudah mengoperasikan 	Likert

	teknologi akan bebas dari usaha	sistem dengan apa yang ingin individu kerjakan 4. Sistem mudah digunakan(sumber: Anik Susanti,2015)	
Persepsi Resiko	Persepsi Resiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatann.	1. Tingkat keamanan 2. Gangguan yang menyebabkan kerugian 3. Pemikiran tentang resiko. (sumber: Hutami Permita Sari,2016)	Likert
Minat Menggunakan Layanan E-Money	Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan.	1. Ketertarikan dalam menggunakan 2. Minat transaksional 3. Kecenderungan seseorang membeli produk 4. Minat penggunaan jangka panjang. (sumber: Anik Susanti, 2015)	Liker

Sumber : Penulis, 2019

3.I2 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017 : 102) yang dimaksud dengan instrumen penelitian adalah sebagai berikut: “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.” Instrumen penelitian digunakan sebagai alat pengumpulan data, dan instrumen yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian pada saat observasi.

Dalam operasional variabel peneliti menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi nilai pada jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe Skala Likert.

Menurut Sugiyono (2017 : 93) yang dimaksud dengan Skala Likert adalah sebagai berikut : “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.”

Keuntungan skala likert:

- a. Memiliki banyak kemudahan, antara lain: mudah dalam membuat skor, mudah dalam menyusun pertanyaan tentang sifat/sikap, mudah diinterpretasikan.
- b. Mempunyai reliabilitas tinggi dalam mengurutkan manusia berdasarkan intensitas sikap tertentu.
- c. Luwes dan fleksibel: Peneliti bebas menetapkan jumlah pertanyaan, demikian juga jumlah alternatif jawabannya.
- d. Lazim dipakai dalam penelitian-penelitian
- e. Biasanya digunakan dalam pengukuran ordinal

Tabel 2

Instrumen Penelitian

NO	Keterangan	Score
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak setuju (STS)	1

Sumber : Penulis,2019

Agar Kuesioner yang disebarkan kepada responden benar-benar dapat mengukur apa yang diukur, maka kuesioner harus valid dan reliabel. Digunakan uji validasi dan reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuesioner agar data yang diperoleh dari pengukuran jika diolah tidak memberikan hasil yang menyesatkan. Pengujian hasil kuesioner digunakan analisis- analisis sebagai berikut :

3.12.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat dimana satu instrument ukur digunakan untuk mengukur apa yang diharapkan. Hasil dari pengujian tersebut akan diperoleh instrument data yang valid dan yang tidak valid, dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} maka instrument tersebut valid, tetapi sebaliknya apabila $r_{hitung} <$ r_{tabel} maka instrument tersebut tidak valid dan tidak dipergunakan dalam penelitian.³⁴ Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

3.12.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $>$ 0,07 maka reliabel.

3.13 Uji Asumsi Klasik

Uji penyimpangan asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui beberapa penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Hal ini agar model regresi dapat bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam penelitian ini meliputi uji-uji normalitas, autokorelasi, dan multikolinieritas.

3.14 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua 27 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016:154).

Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal). Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak maka dapat dideteksi dengan melihat normality probability plot. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memiliki asumsi normalitas. Tetapi jika data titik menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Haryadi 2011:53).

3.14.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda lebih sesuai dengan kenyataan dilapangan bahwa suatu variabel terikat tidak hanya dapat dijelaskan oleh satu variabel bebas saja tetapi perlu dijelaskan oleh beberapa variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan resiko. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah minat menggunakan e-money pada nasabah bank syariah mandiri. Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	: Minat Penggunaan <i>e-money</i>
a	: Koefisien konstanta
$b_1, b_2, b_3,$: koefisien regresi
X_1	: Persepsi kemanfaatan
X_2	: Persepsi Kemudahan Pengguna
X_3	: Persepsi Risiko
e	: Error

Sebelum melakukan analisis Regresi Linier Berganda terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis regresi yaitu Uji Asumsi Klasik.

3.14.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya (2009:124) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain yang terjadi heterokedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan melihat *scatterplot* serta melalui atau menggunakan uji gletjer, uji park, uji while. Uji heterokedastisitas yang paling sering digunakan adalah uji *scatterplot*.

3.14.3 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikorelasi) atau tidak. Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu (Haryadi 2011:70).

Menurut Wijaya (2009:119) ada beberapa cara mendeteksi ada dan tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b. Menganalisis korelasi diantara variabel bebas. Jika diantara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar daripada 0,90) hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- c. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*variance inflating factor*). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinearitas dapat ditolerasi. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.
- d. Nilai Eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.

3.15 Uji Ketetapan Model

3.15.1 Uji F

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen dengan variabel dependen.

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2006)

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap F_{hitung} kemudian membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 menyatakan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen ditolak. Ini berarti secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.15.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (lebih dari satu variabel bebas: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \text{dst.}$) secara bersama-sama.

Sementara itu R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Selanjutnya untuk melakukan pengujian koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila $\text{adjusted } R^2$ semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila $\text{adjusted } R^2$ semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

Sedangkan kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah, dan

- b. Jika K_d mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat. Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (Independent) terhadap variabel terikat (Dependent), digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:250)

3.15.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian t statistik dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t (coefficient) akan dapat menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (secara persial) terhadap variabel dependen. Jika tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatan variabel idependen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan :

- a. Apabila $H_0: b_i \leq 0$ = variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $H_0: b_i \geq 0$ = variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} . Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) < 0,05, maka H_0 ditolak, menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen secara persial ak terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) < 0,05, maka H_0 diterima, berarti variabel iandependen secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Profil Kota Cirebon

Kota Cirebon merupakan dataran rendah dengan ketinggian bervariasi antara 0-150 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan presentase kemiringan, wilayah kota Cirebon dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Kemiringan 0-3% tersebar di sebagian wilayah kota Cirebon, kecuali sebagian kecamatan Harjamukti.
- Kemiringan 0-8% tersebar di sebagian besar wilayah kelurahan Kalijaga, sebagian kecil Kelurahan Harjamukti, Kecamatan Harjamukti.
- Kemiringan 8-15% tersebar di sebagian wilayah Kelurahan Argasurya, Kecamatan Harjamukti
- Kemiringan 15-25% tersebar di wilayah kelurahan Argasurya, Kecamatan Harjamukti.

Kota Cirebon terletak pada 108°33 Bujur Timur dan 6°41 Lintang Selatan pada pantai Utara Pulau Jawa, bagian timur Jawa Barat, memanjang dari barat ke timur ±11 Km dengan ketinggian dari permukaan laut ±5 M (termasuk dataran rendah). Kota Cirebon dapat ditempuh melalui jalan darat sejauh 130 km dari arah Kota Bandung dan 258 km dari arah Kota Jakarta.

Batas-batas wilayah kota Cirebon adalah sebelah utara Sungai Kedung Pane, sebelah Barat Sungai Banjir Kanal,sebelah selatan Sungai Kalijaga dan Sebelah Timur Laut Jawa.

Keadaan air tanah pada umumnya ndipengaruhi oleh intrusi air laut sehingga kebutuhan air bersih masyarakat untuk keperluan minum sebagian besar bersumber dari pasokan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Cirebon yang sumber mata airnya berasal dari kabupaten Kuningan.

Kota Cirebon terletak pada lokasi yang strategis dan menjadi simpul pergerakan transportasi antara Jawa Barat dan Jawa Tengah. Letaknya yang berada di wilayah pantai menjadikan Kota Cirebon memiliki wilayah dataran yang lebih luas dibandingkan dengan wilayah perbukitannya. Kota Cirebon memiliki luas wilayahadministrasi 37,36 km² yang terbagi kedalam lima kecamatan. Berdasarkan hasil dari Buku Panduan Badan Pusat Statistik Kota Cirebon 2018, jumlah penduduk Kota Cirebon tahun 2017 ada 313,325 jiwa,hal tersebut terlihat dari tabel berikut :

Tabel 3

Jumlah penduduk Kota Cirebon

Kecamatan	Penduduk
Harjamukti	107,991
Lemah Wunguk	55,827
Pekalipan	30,588

Kesambi	74,297
Kejaksan	44,722
Kota Cirebon	313,325

Sumber: Buku statistic Kota Cirebon 2018

Dari tabel jumlah penduduk kota Cirebon menurut Kecamatan diatas terlihat bahwa kecamatan Harjamukti merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk yang paling banyak yaitu sebesar 107,991 jiwa. Sedangkan kecamatan Pekalipan merupakan kecamatan yang paling sedikit penduduknya dengan jumlah sebesar 30,588 Jiwa.

4.1.2 E-Money BSM (Bank syariah Mandiri)

BSM *E-Money* adalah kartu Prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerjasama dengan BSM.

- 1) Persyaratan : Memiliki rekening tabungan giro di BSM
- 2) Harga : Harga kartu BSM E-Money Rp.20.000/kartu
- 3) Fitur : Nasabah pemegang BSM E-Money dapat melakukan transaksi pembayaran di *merchant* yang telah bekerjasama dengan bank Mandiri yaitu dengan fitur sebagai berikut.
 - ❖ Isi ulang (top up), cek saldo, *update* saldo dan cetak histori transaksi BSM E-Money menggunakan BSM Card atau Mandiri Debit di ATM Mandiri, EDC Mandiri Cabang BSM, Cabang Mandiri dan *Merchant* Mandiri yang bertanda khusus E-Money
 - ❖ *Merchant* Mandiri sebagai berikut

Table 4

Merchant e-money

Merchant		Keterangan	
		kota	ruas Tol
Tol		Jabodetabek	1. dalam kota
			cawang-tomang-cengkareng

			cawang-tanjung priok-pluit
			2. jakarta-cikampek
			3. jagorawi
			4.cinere-jagorawi
			5.jakarta outer ring road
			6. jakarta outer ring road R2
			7. jakarta – tangerang
			8.jakarta lingkar barat satu
			9. cikupa-merak
			10. bogor outer ring road
		Cirebon	palimanan-kanci
		semarang	semarang – bawen
		Surabaya	surabaya-gempol
		medan	belawan-medan-tanjung morawa
		Bali	nusa dua-ngurah rai-benoa (bali mandara)
Bus			trans jakarta,trans jogja,batik solo trans
Kereta			commuterline jabodetabek,railink medan
Parking			secure parking,quality parking
BBM			spbu pertamina berlogo BSM e-money
Belanja			indomaret,alfamaret,alfamidi,lawson, circle-K,superindo,7-eleven,hypermart
			family mart
Restoran			solaria,excelso,es teller,holland bakery
Rekreasi			amazone,waterboom cikarang,wonder
			water world medan

Sumber : www.mandirisyariah.co.id

Merchant lainnya akan dikembangkan dikemudian hari.

- ❖ Maksimal saldo Rp. 1.000.000 (sesuai ketentuan Bank)
 - ❖ Dapat dipindahtangankan
 - ❖ Saldo tersimpan pada chip sehingga pada saat transaksi tidak diperlukan tanda tangan dan PIN
4. Biaya transaksi *top up*/ isi ulang menggunakan BSM card
 - ❖ Di ATM Mandiri : Rp. 2,000
 - ❖ Di EDC Mandiri Rp. 6,500
 5. Cara *top up*/isi ulang

- a. Cara isi ulang kartu BSM e-money menggunakan ATM Card
 - Menggunakan BSM Card
 - Menggunakan kartu debit
- b. Cara isi ulang Kartu BSM e-money di EDC Cabang BSM/Bank
 - Mandiri atau *retail*
 - Menggunakan BSM Card
 - Menggunakan kartu mandiri debit

4.1.3 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Masyarakat Wilayah Kota Cirebon yang mengetahui layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon dengan jumlah 100 responden, adapun hasil penelitian gambaran umum responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur pada masyarakat wilayah Cirebon yang mengetahui layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	17-23	35	35,0
2	24-29	43	43,0
3	30-35	12	12,0
4	>36	10	10,0

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 5 di atas diketahui responden terbanyak dengan umur 24-29 tahun (43%). Hasil penelitian menunjukkan rata-rata responden merupakan usia produktif untuk bekerja atau berbisnis, profesional, pelajar atau mahasiswa dan kebanyakan tertarik untuk menggunakan layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan umur pada masyarakat wilayah Cirebon yang mengetahui layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon dengan hasil sebagai berikut :

Table 6

Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	37	0,37
2	Perempuan	63	0,63
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui responden terbanyak dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 63%. Hasil penelitian ini menggambarkan perempuan merupakan pasar potensial bagi penggunaan layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon Hal tersebut sangat wajar karena berkembang bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi banyak dijalani oleh perempuan dan layanan *e-money* sangat mendukung bisnis ini.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan umur pada masyarakat wilayah Cirebon yang mengetahui layanan *e-money* Bank Syariah Mandiri (BSM) di Cirebon dengan hasil sebagai berikut :

Table 7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	7	0,7
2	SMA	47	0,47
3	Diploma 3	12	0,12
4	S1/S2	34	0,34
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan table 7 di atas diketahui responden terbanyak dengan lulusan SMA(47%0), terbanyak kedua adalah pendidikan sarjana atau pasca sarjana (34%). Hal ini menggambarkan responden merupakan kalangan dengan pendidikan yang baik. Layanan e-money Bank Syariah Mandiri (BSM) sangat menarik bagi mereka karena dengan berbagai kemudahan dan manfaat yang diperoleh untuk menunjang aktivitas mereka.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Table 8

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	28	0,28
2	Karyawan Swasta	42	0,42
3	PNS	18	0,18
4	Wiraswasta	12	0,12
Jumlah			

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 8 di atas diketahui responden terbanyak dengan pekerjaan karyawan swasta (42%), terbanyak kedua pelajar/mahasiswa (28%). Pada saat ini baik karyawan swasta maupun pelajar banyak yang menjalankan bisnis tambahan yang dikenal dengan bisnis online, layanan e-money Bank Syariah Mandiri (BSM) sangat

menarik bagi mereka karena dengan berbagai kemudahan membantu mempermudah transaksi.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum data diolah guna menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrument atau alat ukur. Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur ketepatan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden dengan metode *korelasi pruduct moment*. Cara menguji validitas dengan menghitung korelasi antar skor yang diperoleh masing-masing item dengan skor totalnya. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan internal konsistensi dengan cara menguji korelasi antara skor item dengan skor total. Koefisiensi korelasi diperoleh dengan menggunakan metode korelasi *product moment* (Arikunto, 2002).

Reliabilitas adalah derajat ketepatan atau akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Hasil ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menampilkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas akan menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* (Arikunto, 2002).

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah menjelaskan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang akan diukur, dalam pengujian Validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r-hitung (*product moment*) dengan r-tabel. Dapat dikatakan valid, jika:

a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 10\%$), maka dapat dikatakan item yang ada pada kuesioner tersebut valid.

b. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (pada taraf α -10%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

1. Variabel Persepsi Kemanfaatan

Tabel 9

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1)

No	r hitung	r tabel	keterangan
1	0,488	0,256	Valid
2	0,523	0,256	Valid
3	0,489	0,256	Valid
4	0,539	0,256	Valid
5	0,532	0,256	Valid
6	0,482	0,256	Valid

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan semua item pertanyaan dalam variabel Persepsi kemanfaatan dinyatakan valid. Dengan $r \text{ tabel} = 0,256$ sedangkan hasil $r \text{ hitung}$ semua item memiliki nilai yang lebih besar dari $r \text{ tabel}$. Dengan demikian item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 10

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

No	r hitung	r table	keterangan
1	0,523	0,265	Valid
2	0,547	0,265	Valid
3	0,553	0,265	Valid
4	0,358	0,265	Valid
5	0,623	0,265	Valid

6	0,555	0,265	Valid
---	-------	-------	-------

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan semua item pertanyaan dalam variabel Persepsi kemudahan penggunaan dinyatakan valid. Dengan r tabel = 0,265 sedangkan hasil r hitung semua item memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian.

3. Variabel Persepsi Resiko

Table 11

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko (X3)

No	r hitung	r table	keterangan
1	0,714	0,265	Valid
2	0,572	0,265	Valid
3	0,427	0,265	Valid
4	0,614	0,265	Valid
5	0,482	0,265	Valid
6	0,561	0,265	Valid

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan semua item pertanyaan dalam variabel Persepsi resiko dinyatakan valid. Dengan r tabel = 0,265 sedangkan hasil r hitung semua item memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian.

4. Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money

Tabel 12

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Layanan Menggunakan e-money(Y)

No	r hitung	r table	keterangan
1	0,548	0,265	Valid
2	0,482	0,265	Valid

3	0,586	0,265	Valid
4	0,363	0,265	Valid
5	0,446	0,265	Valid
6	0,474	0,265	Valid

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan semua item pertanyaan dalam variabel minat menggunakan layanan e-money dinyatakan valid. Dengan $r_{tabel} = 0,265$ sedangkan hasil r hitung semua item memiliki nilai yang lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali ataupun lebih terhadap gejala yang sama dan menggunakan pengukuran yang sama pula dengan menggunakan Teknik Alpha Cronbach. Teknik Alpha Cronbach dapat digunakan untuk apakah instrumen yang akan kita teliti reliabel ataupun tidak terjadi reliabel antar variabel.

Penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan Teknik Alpha Cronbach jika nilai Cronbach alpha-nya $>0,6$ menunjukkan bahwa kuesioner tersebut reliabel dan jika sebaliknya dibawah nilai cronbach alpha $0,6$ bahwa kuesioner tidak reliabel dengan tingkat signifikan (α)= 10%.

Table 13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1,X2,X3,Y

No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kemanfaatan	0,672	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,695	Reliabel
3	Persepsi Resiko	0,739	Reliabel
4	Minat Layanan	0,632	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan table 13 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap kuesioner dikatakan reliabel karena nilai Alpha lebih dari $> 0,6$.

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

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 5%, adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Signifikansi (sig) > 0.05, distribusi normal.
- b. Nilai Signifikansi (sig) < 0,05, distribusi tidak normal

Tabel 14

Hasil Uji Norlalitas

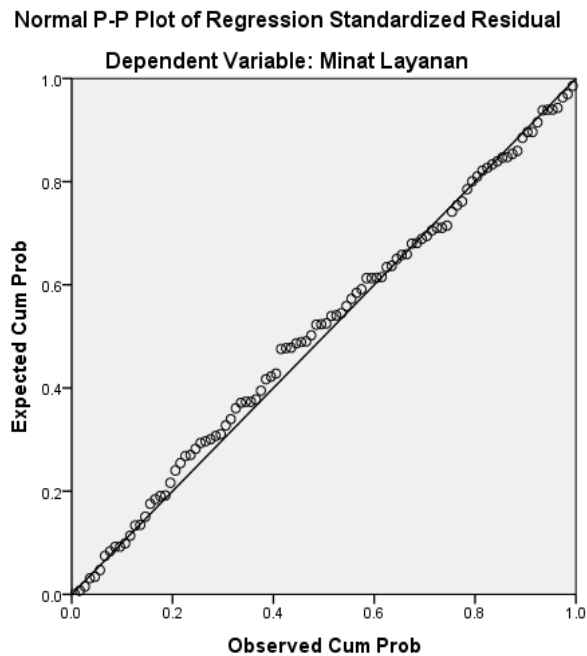
		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.52555688
Most Extreme	Absolute	.065
Differences	Positive	.032
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan hasil pengujian terhadap normalitas data dari table diatas, nilai yang didapatkan hasil Asymp. Sig (2-tailed) pada variable tingkat margin dan kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200>0,05 sehingga nilainya lebih besar dari signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal..

Gambar 2
Grafik Normalitas



Sumber : Data Primer diolah

Uji Normalitas dapat dilihat melalui grafik Normal P-P Plot. Apabila titik-titik telah mengikuti garis lurus, maka dapat dikatakan residual telah mengikuti distribusi normal. Apabila titik-titik tersebar atau jauh dari garis lurus, maka dikatakan residual mengikuti distribusi tidak normal (Astuti, 2013: 57). Grafik Normal P-P Plot di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut mengikuti garis lurus sehingga pola distribusi dikatakan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan suatu pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi Multikolinieritas menyatakan bahwasanya variabel independen (X) terbebas dari adanya multikolinieritas dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance 0,1 atau nilai VIF 10, berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dengan menggunakan model regresi.

Tabel 15
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.915	2.040		3.879	.000		
	Kemanfaatan	.182	.072	.221	2.531	.013	.750	1.334
	Kemudahan	.094	.087	.101	1.076	.285	.651	1.537
	Resiko	.411	.078	.482	5.249	.000	.679	1.472

a. Dependent Variable: Minat Layanan

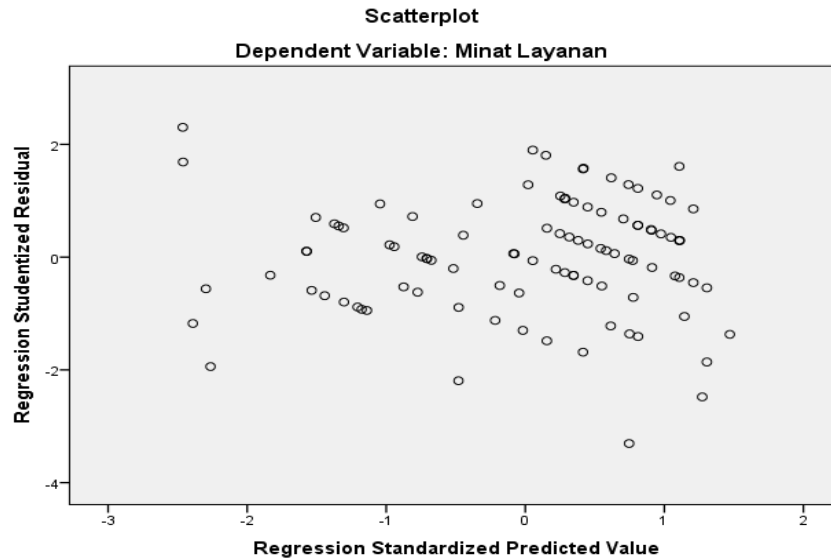
Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, menunjukan bahwa variabel X1 (persepsi kemanfaatan) memperoleh nilai VIF 1,334 untuk variabel X2(persepsi kemudahan penggunaan) memperoleh nilai VIF 1,537 dan untuk variable X3 (persepsi resiko) memperoleh nilai VIF 1,472 ketiga hasil tersebut lebih kecil dari pada 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi tidak adanya ketidaksamaan variance dari residual pengamatan yang satu dengan lainnya dan model pengujian yang baik seharusnya tidak terjadi hetero. Nilai signifikansi hitungjika nilai hitung Alpha >5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika kurang dari <5% dapat disimpulkan bahwasanya model regresi yang ada terdapat heteroskedastisitas yang dapat kita lihat dari adanya grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZPRESID).

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah

Grafik di atas merupakan hasil uji heteroskedastisitas. Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dan titik tersebut berada di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada atau tidak terjadi Heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4.3.2 Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan alat bantu SPSS 22. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antara satu variabel terikat (minat menggunakan Layanan E-money) dengan beberapa variabel bebas (persepsi manfaat, daya tarik iklan, dan sikap). Persamaan garis regresi merupakan model hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.

Tabel 16
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.915	2.040		3.879	.000
	Kemanfaatan	.182	.072	.221	2.531	.013
	Kemudahan	.094	.087	.101	1.076	.285
	Resiko	.411	.078	.482	5.249	.000

a. Dependent Variable: Minat Layanan

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi ini diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,915 + 0,182 X_1 + 0,094 X_2 + 0,411 X_3 + e$$

Berdasarkan Hasil Regresi tersebut menyatakan bahwa, nilai konstanta sebesar 7,915 berarti jika variabel X (persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko) bernilai 0, Variabel Y (minat menggunakan layanan e-money) mengalami kenaikan sebesar 7,915. Koefisien regresi Variabel X1 (persepsi kemanfaatan) sebesar 0,182 berarti jika persepsi kemanfaatan mengalami kenaikan 1 poin, maka Variabel Y (minat menggunakan layanan e-money) akan mengalami kenaikan sebesar 0,182. Koefisien regresi Variabel X2 (persepsi kemudahan penggunaan) sebesar 0,094, berarti jika persepsi kemudahan penggunaan mengalami kenaikan 1 poin, maka Variabel Y (minat menggunakan layanan e-money) akan mengalami kenaikan sebesar 0,094. Koefisien regresi Variabel X3 (persepsi resiko) sebesar 0,411, berarti jika persepsi resiko mengalami kenaikan 1 poin, maka Variabel Y (minat menggunakan layanan e-money) akan mengalami kenaikan sebesar 0,411.

4.3.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan antara nilai Fhitung dengan nilai Ftabel sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5%.

Hipotesis yang diujikan pada uji F, yaitu:

Ho = persepsi kemanfaatan,persepsi kemudahan penggunaan,persepsi resiko secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money BSM

Ha = persepsi kemanfaatan,persepsi kemudahan penggunaan,persepsi resiko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money BSM

Tabel 17

Hasil Uji F pada Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.555	3	63.185	26.326	.000 ^b
	Residual	230.405	96	2.400		
	Total	419.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Layanan

b. Predictors: (Constant), Resiko , Kemanfaatan, Kemudahan

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 17 dapat diketahui nilai Fhitung sebesar 26,326 sedangkan nilai dari Ftabel sebesar 2,70. Karena Fhitung > Ftabel, berarti model yang sudah dibuat sudah tepat. Dari hasil analisis regresi juga diketahui bahwa p-value (0,000) < a (0,05), sehingga hasil keputusannya H0 ditolak. Ini berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinan merupakan sebuah model yang digunakan untuk menguji seberapa besar kemampuan variabel independen (bebas) menjelaskan variabel perubahan variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinan menggunakan R Adjusted Square.

Hal ini karena Adjusted R² dinilai lebih mempresentasikan nilai pengaruh yang sebenarnya sebagai berikut :

Tabel 18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.451	.434	1.549

a. Predictors: (Constant), Resiko , Kemanfaatan, Kemudahan

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 18 diketahui bahwa AdjustedR Square sebesar 0,434 atau 43,4% yang artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 4,34%. Hubungan ini akan sempurna (100%) atau mendekati jika ada variabel independen lain yang dimasukkan ke dalam model. Dengan kata lain, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko memberi pengaruh bersama sekitar 43,4% terhadap minat menggunakan e-money, sedangkan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila satu variabel ditambahkan ke dalam model.

4.3.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk dapat melihat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara individual dapat menerangkan variabel terikat (dependen) yang dapat digunakan untuk menjelaskan hasil uji tersebut kemudian digunakan untuk menganalisis variabel tersebut. Penelitian ini untuk mengetahui apakah kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money*. Secara individual dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel. Jika thitung > ttabel pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ artinya kepercayaan, kegunaan dan kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money*. Hasil uji t adalah sebagai berikut :

Table 19

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.915	2.040		3.879	.000
	Kemanfaatan	.182	.072	.221	2.531	.013
	Kemudahan	.094	.087	.101	1.076	.285
	Resiko	.411	.078	.482	5.249	.000

a. Dependent Variable: Minat Layanan

Sumber : Data Primer diolah

1. Nilai t_{hitung} dari variable Persepsi kemanfaatan adalah 2,531 sedangkan nilai dari $t_{tabel} = 1,660$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $0,013 > \alpha (0,05)$, maka H_a diterima. Hal ini berarti variable Persepsi kemanfaatan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variable Minat Menggunakan layanan e-money (Y).

2. Nilai t_{hitung} dari variable persepsi kemudahan penggunaan adalah 1,076 sedangkan nilai dari $t_{tabel} = 1,660$. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $0,285 > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima. Hal ini berarti variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Menggunakan layanan e-money (Y).

3. Nilai t_{hitung} dari variabel persepsi resiko adalah 5,249 sedangkan nilai dari $t_{tabel} = 1,660$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < \alpha (0,05)$, maka H_a diterima. Hal ini berarti variabel persepsi resiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menggunakan layanan e-money (Y).

4.3.5. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis data diatas, maka dapat diketahui jawaban atas rumusan masalah, terdapat pengaruh positif atau negatif secara signifikan dalam penelitian ini, berikut ini adalah hasil pembahasan analisis data yang penulis jabarkan dalam penelitian ini:

1. Hubungan antara Persepsi Kemanfaatan dengan Minat Menggunakan Layanan E-Money

Pernyataan hipotesis pertama (H1) diterima, variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money secara signifikan dengan nilai thitung 2,531 dan signifikansi 0.013 (kurang dari 0.05).

Berdasarkan hasil uji parsial (t-hitung) pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pembelian sebagaimana dijelaskan oleh peneliti Yosua Arent Lonnardo Dkk (jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang) diperoleh koefisien regresi 0,549 dan t-hitung sebesar 6,088 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan 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*. Konsumen yang merasa mendapatkan kegunaan dari aplikasi akan tertarik untuk melakukan pembelian melalui aplikasi *Go-Pay* tersebut. Selain itu konsumen merasa dengan adanya aplikasi *Go-Pay* ini belanja akan lebih cepat sehingga konsumen merasa terbantu dengan adanya aplikasi ini yang beranggapan bahwa layanan *Go-Pay* dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka dia dengan senang hati akan menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat melakukan transaksi dengan *E-Money Go-Pay*. Sebaliknya, nasabah yang beranggapan bahwa layanan *Go-Pay* tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis dia tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial yang menggunakan SPSS, sebagaimana dijelaskan oleh peneliti Mustafa Rajuli, Dkk (Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji) diketahui untuk nilai thitung persepsi manfaat sebesar 2,176 lebih besar dari ttabel sebesar 1,989 sedangkan untuk nilai signya bernilai 0,032 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan. Semakin besar manfaat yang diterima oleh pengguna dan semakin besar pula minat untuk menggunakan e-money tersebut.

Tentu pengguna akan melihat manfaat yang didapatkan dari teknologi ini apakah memberi dampak positif ataupun negatif.

2. Hubungan Anatar Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money

Pernyataan hipotesis pertama (H2) diterima, variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money secara signifikan dengan nilai thitung 1,076 dan signifikansi 0.285 > dari 0.05.

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial yang menggunakan SPSS, sebagaimana dijelaskan oleh peneliti Mustafa Rajuli, Dkk (Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji) diketahui untuk nilai thitung persepsi kemudahan sebesar 2,523 lebih besar dari tabel sebesar 1,989 sedangkan untuk nilai signya bernilai 0,013 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya 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.

Sebagaimana dijelaskan juga oleh peneliti Charistian Chandra (Program Studi Manajemen – S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). Uji hipotesis menunjukkan bahwa X_2 (persepsi kemudahan) tidak mempunyai pengaruh terhadap Y (keputusan pembelian) dengan menggunakan e-money, yang dapat dilihat dari hasil uji-t nilai koefisien sebesar 0,074 dengan nilai sig 0,309. Hal ini menunjukkan bahwa apabila persepsi kemudahan dari konsumen semakin tinggi maka tidak berarti keputusan pembelian menggunakan e-money juga akan meningkat. Hal ini disebabkan e-money tergolong alat pembayaran yang masih baru dibandingkan alat pembayaran lainnya sehingga pengguna e-money membutuhkan banyak informasi mengenai cara penggunaan e-money.

3. Hubungan Anatar Variabel Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money

Pernyataan hipotesis pertama (H3) diterima, variabel persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money secara positif dan signifikan dengan nilai thitung 5,249 dan signifikansi $0.000 < \text{dari } 0.05$.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi (Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang). Dapat dinyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money secara parsial dan hipotesis diterima. Hal ini juga terdapat penelitian dari “singgih Priambodo, Bulan Prabawani” menyatakan bahwa Variablel Persepsi Risiko mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada masyarakat kota Semarang. Hal ini menunjukkan semakin rendah persepsi risiko pengguna mengakibatkan minat menggunakan layanan uang elektronik akan meningkat, sebaliknya bila persepsi pengguna semakin tinggi maka menurunkan minat menggunakan layanan uang elektronik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money Bank syariah Mandiri
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money Bank Syariah Mandiri
3. Variabel persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan e-money Bank Syariah Mandiri.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih banyak ditemukan keterbatasan-keterbatasan. Adapun Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam melakukan survey, dimana peneliti mempunyai kesulitan dalam menggali informasi yang sebenar-benarnya mengenai data responden dari perusahaan terkait, selain itu responden banyak yang kurang antusias ketika diberikan kuesioner.
2. Keterbatasan dalam instrumen penelitian, pada penelitian ini hanya menggunakan kuesioner, sehingga belum mampu menjelaskan secara mendalam terhadap variabel yang diteliti, akan lebih baik jika peneliti melakukan dept interview.
3. Keterbatasan Waktu, dimana waktu untuk penelitian sangat minimalis sehingga kurang maksimal untuk mengerjakan skripsi.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat disampaikan beberapasaran yang diharapkan berguna untuk kepentingan praktis dan untukkepentingan penelitian selanjutnya.

1. Bank Syariah Mandiri diharapkan dapat melakukan sosialisasi terhadap masyarakat untuk bertransaksi, hal ini dkarenakan masih terdapat masyarakat yang tidak mengetahui tentang gunanya produk e-money.

2. Diharapkan pihak bank memberikan kesadaran kepada masyarakat mengenai kemudahan penggunaan e-money sehingga terjadi pemahaman pada masyarakat akan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank kepada masyarakat yang minat menggunakan e-money
3. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih sedikit. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel-variabel independen lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap kinerja keuangan..
4. Penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan berbeda serta periode penelitian yang lebih panjang untuk dapat mengetahui persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan e-money.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, Bastian, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank Bca Semarang)*, 2014.
- Angela, Maya, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makasar*, Jurnal Manajemen, 2014.
- Astuti, Tri Dian, *Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, 2018.
- Genady, Dien Ilham, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Pengguna Uang Elektronik Di Masyarakat (Studi Kasus Di Provinsi DKI Jakarta)*, 2018.
- Irmadevita.com
- Marchelina Dwi, Raisa, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*, Jurnal Akuntansi STIE, 2018.
- Mustafa, Akhirman dkk, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Daya Tarik Promosi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card Di Pelabuhan PT.X*, Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Pamungkas, Gilang Tri, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Study Kasus Mini Market Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)*, 2018.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, tentang Uang Elektronik, Pasal 1 Ayat 3
- Ramadhan , Adi Firman,Adrian Budi Prasetyo,Lala Irviana, *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*, Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 2016.
- Romadloniyah, Alifatul Laily, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan*, Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi.
- Saputra, Linda, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Elektronik Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel*, 2018.
- Setyo, dede, dkk, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta)*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1, 2015.
- Sholikhah, Fitri (skripsi), *Pengaruh Persepsi Manfaat, Daya Tarik Iklan, Dan Sikap Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money BSM (Studi Pada Masyarakat Kota Surakarta)*, 2018.
- Simulasi kredit.com

Tafsir Web.com

Utami, Sulistyoseti, Berlianingsih Kusumawati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)*, Jurnal Balance, 2017.

Velanda, Winnie, Raisa Pratiwi, *Pengaruh Apersepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Money Dengan Kemanfaatan Sebagai Variabel INTERVENING (Studi Empiris UMKM Makanan Khas Palembang)*, Jurnal Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang.

Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, Usep Suhud, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Study Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 6, No. 1, 2015.

LAMPIRAN

KUESIONER

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN *ELEKTRONIK MONEY*
(*E-MONEY*)**

(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)

I. Data Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda silang (X)

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : 17-23 30-35
 24-29 >36
4. Pendidikan : SMP Diploma 3
 SMA S1.S2
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS
 Karyawan Swasta Wiraswasta
 Lain-lain
6. Apakah Bpk/Ibu/Sdr mengetahui layanan *e-money* Bank Mandiri Syariah ? Ya Tidak

Pernyataan Kuesioner

Petunjuk :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang sudah tersedia !

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

PERSEPSI KEMANFAATAN (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Dengan menggunakan <i>e-money</i> transaksi lebih mudah					
2	Menggunakan <i>e-money</i> lebih menghemat waktu					
3	Uang elektronik menjadikan transaksi lebih cepat					
4	Pembayaran dengan menggunakan <i>emoney</i> memungkinkan saya memperoleh manfaat berbagai diskon dan promo yang ditawarkan					
5	Penggunaan <i>emoney</i> memungkinkan saya memperoleh manfaat berupa rasa aman dalam bertransaksi					
6	Adanya <i>e-money</i> kemungkinan penipuan uang palsu lebih kecil					

PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)

NO	Pernyataan					
----	------------	--	--	--	--	--

1	Sangat mudah dipelajari					
2	Sangat mudah untuk dioperasikan					

3	Tempat yang melayani sistem transaksi uang elektronik dekat dengan tempat tinggal					
4	Tidak ribet untuk uang kembalian					

5	Bagi saya <i>emoney</i> lebih efisien daripada transaksi tunai					
6	<i>Emoney</i> lebih praktis dan fleksibel untuk dibawa dibandingkan dengan uang tunai					

PERSEPSI RISIKO (X3)

1	Saya merasa khawatir jika saldo sewaktu-waktu berkurang tanpa sebab					
2	Saya khawatir jika kartu <i>emoney</i> tidak mencantumkan data diri dan kata sandi					
3	Saya khawatir jika sewaktu-waktu berpotensi gagal dalam melakukan transaksi					
4	Khawatir jika kartu <i>emoney</i> hilang dan saldo tersebut ikut hilang					
5	Saya khawatir <i>merchant-merchant</i> masih terbatas, sehingga beresiko dalam mengalokasikan seluruh uang ke dalam <i>emoney</i> .					
6	Ketidakcukupan keamanan sistem akan menyebabkan pencurian identitas nasabah.					

MINAT

1	Dengan berbagai manfaat saya tertarik untuk menggunakannya					
2	Dengan kemudahan <i>emoney</i> saya berniat untuk menggunakannya					
3	Saya tertarik dan berniat menggunakan <i>emoney</i> kaarena Bertransaksi lebih mudah					
4	<i>Emoney</i> dapat diperoleh dengan mudah					
5	Tingkat keamanan dalam menggunakan <i>emoney</i> saya bersedia menggunakan <i>emoney</i>					
6	<i>Emoney</i> dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sistem pembayaran					

PERSEPSI KEMANFAATAN								PERSEPSI KEMUDAHAN						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	JUMLAH		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	JUMLAH
5	5	5	5	5	5	30		3	4	4	5	3	5	24
4	4	4	3	5	4	24		4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24		5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	5	4	25		4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24		4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	5	5	23		5	4	5	3	5	5	27
4	5	3	5	4	4	25		5	3	4	5	4	4	25
5	4	5	5	4	5	28		4	4	5	4	5	4	26
4	5	5	3	4	4	25		4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	3	5	28		5	4	5	3	4	5	26
3	5	4	5	5	5	27		5	5	4	4	4	5	27
3	5	3	5	2	3	21		4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	5	5	5	28		5	5	3	4	5	4	26
5	4	5	5	4	5	28		5	4	5	5	4	5	28
4	5	4	4	5	5	27		5	4	4	5	4	4	26
3	4	5	5	3	4	24		4	5	5	4	5	5	28
4	5	3	5	4	5	26		5	3	5	5	4	5	27
4	3	3	5	4	4	23		5	5	4	4	4	4	26
4	2	4	4	5	5	24		4	4	5	5	3	5	26
5	3	3	4	5	4	24		5	4	3	5	3	4	24
5	4	5	5	3	5	27		5	3	3	4	3	4	22
4	5	4	4	5	4	26		3	4	5	5	4	5	26
3	4	3	5	4	5	24		5	3	4	4	5	5	26
5	5	4	4	3	4	25		5	5	3	5	4	4	26
3	4	4	3	5	4	23		3	4	5	2	4	5	23
5	5	5	4	4	4	27		5	5	5	5	4	4	28
4	3	4	4	3	4	22		4	5	4	4	4	4	25
3	4	3	5	4	5	24		3	3	5	4	5	5	25
5	4	4	5	5	5	28		5	4	4	5	4	4	26
4	5	2	5	3	5	24		5	5	4	3	5	5	27
4	4	4	5	5	4	26		4	4	5	4	4	4	25
4	3	5	2	4	4	22		4	5	4	5	5	5	28
5	3	4	4	2	5	23		5	4	4	4	5	4	26
5	5	5	5	4	4	28		5	5	4	3	5	5	27
4	4	3	4	3	4	22		4	4	4	5	4	4	25
4	4	2	4	4	4	22		4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	27		5	3	5	5	4	5	27
4	5	5	5	4	4	27		4	4	4	5	4	4	25
4	5	5	3	4	4	25		4	5	5	4	5	5	28

4	4	4	5	4	5	26		5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28		4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	5	4	4	25		4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	4	4	5	27		5	5	3	4	5	5	27
4	4	2	4	3	4	21		5	5	4	5	4	4	27
5	4	4	3	4	5	25		4	4	5	4	5	4	26
4	5	3	4	4	5	25		5	5	4	5	4	5	28
5	4	3	5	5	4	26		4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	4	3	5	25		5	5	4	5	4	4	27
5	4	5	5	4	4	27		4	3	5	4	5	5	26
4	5	4	4	4	4	25		5	4	4	5	3	4	25
4	4	3	5	5	4	25		5	4	5	4	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26		5	5	5	4	5	5	29
4	2	5	4	2	4	21		4	5	4	4	5	5	27
4	2	4	5	3	5	23		4	4	4	5	4	4	25
4	5	5	4	4	4	26		5	5	3	4	5	5	27
5	5	4	3	5	5	27		5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	4	4	4	26		5	5	5	4	4	4	27
5	4	5	3	5	4	26		5	5	4	5	5	5	29
3	4	5	4	4	3	23		5	4	5	5	4	4	27
4	4	3	5	4	5	25		5	5	5	4	5	5	29
4	3	4	5	4	4	24		5	4	4	4	4	4	25
3	5	4	4	3	4	23		5	5	4	5	5	4	28
4	4	3	5	2	4	22		5	4	4	5	3	5	26
4	4	2	5	4	5	24		4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	3	4	3	23		5	5	4	4	4	5	27
5	4	4	5	4	4	26		5	5	5	5	5	4	29
5	5	4	3	4	3	24		4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	4	5	4	27		3	4	5	4	4	3	23
4	4	4	3	4	5	24		5	4	3	4	4	4	24
5	5	4	5	5	4	28		4	4	3	4	3	5	23
5	4	3	3	3	4	22		3	4	2	4	4	3	20
4	4	4	4	3	4	23		4	4	3	4	4	4	23
4	4	3	2	3	2	18		5	3	3	4	3	4	22
4	2	2	2	3	4	17		4	3	3	3	4	4	21
4	3	3	3	3	4	20		4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	4	2	21		4	5	4	4	3	3	23
4	2	4	3	3	4	20		3	3	4	3	4	4	21
4	5	4	4	3	5	25		4	5	4	4	3	4	24
2	4	4	3	4	4	21		4	3	4	4	3	3	21
5	4	4	3	3	4	23		4	4	3	3	4	4	22

4	5	3	3	4	2	21		4	3	4	5	4	5	25
4	4	4	5	4	4	25		4	4	5	3	4	3	23
5	4	5	3	3	4	24		3	5	4	4	3	4	23
4	2	4	4	1	3	18		4	4	2	5	3	4	22
4	3	4	4	4	4	23		4	3	2	4	3	4	20
3	3	3	3	3	5	20		5	4	4	5	4	3	25
5	5	4	5	3	4	26		4	5	3	4	5	3	24
4	5	3	3	4	2	21		4	3	4	3	3	4	21
5	4	4	2	4	5	24		4	2	4	5	4	4	23
4	5	3	4	4	5	25		3	3	5	5	4	3	23
3	3	4	4	3	4	21		4	4	3	4	3	4	22
3	4	4	3	4	4	22		3	4	4	3	3	4	21
5	4	3	3	3	4	22		4	3	3	4	4	5	23
5	4	4	3	3	4	23		4	5	4	3	3	4	23
4	3	2	5	4	5	23		5	3	4	3	4	5	24
4	4	2	2	4	5	21		4	4	5	4	3	4	24
3	4	2	4	5	4	22		4	3	3	5	4	4	23
4	4	2	4	5	4	23		4	3	4	3	5	4	23
4	3	5	5	4	4	25		5	3	3	4	3	3	21
4	4	5	3	2	4	22		3	4	4	5	4	4	24

PERSEPSI RESIKO							MINAT LAYANAN EMONEY						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	JUMLAH	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	JUMLAH
4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24
4	2	5	3	5	4	23	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	3	5	5	25
5	3	5	5	3	5	26	5	5	3	5	3	4	25
5	4	5	5	4	4	27	4	5	5	3	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	5	4	4	27	4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	3	26	5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	5	4	5	27	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	4	4	5	28
5	5	4	5	4	4	27	4	5	4	4	5	5	27

4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	4	5	27	4	4	4	5	4	4	25
4	5	3	4	5	5	26	5	5	3	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
5	5	3	4	5	5	27	5	5	3	4	5	5	27
4	4	5	4	5	4	26	5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	5	4	26	4	5	5	4	5	5	28
5	5	4	5	4	5	28	5	3	3	5	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	5	27	3	5	5	4	4	5	26
5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	5	5	4	27
4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	3	5	25	5	5	5	3	5	5	28
5	5	4	5	4	4	27	4	4	3	4	5	5	25
4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	3	4	4	23
5	5	3	4	5	5	27	5	5	3	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	5	5	25
5	5	3	5	3	4	25	5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	5	2	5	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	26	5	4	2	3	5	2	21
5	5	4	3	5	5	27	4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	3	5	4	25
5	5	5	3	4	4	26	4	3	5	5	4	3	24
5	4	4	4	4	4	25	5	4	3	5	4	5	26
5	5	5	4	5	5	29	4	3	4	4	5	4	24
4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	3	5	5	26	4	4	3	4	4	5	24
5	4	4	5	4	4	26	3	5	4	5	2	4	23
5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	3	5	27
5	5	5	4	4	5	28	4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	4	5	4	28	4	3	5	3	4	4	23
4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	5	2	25
5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	26
4	5	5	4	4	5	27	5	5	4	4	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	3	4	4	26
5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	4	26
4	4	5	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28

5	5	4	4	5	5	28	5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	4	4	27
4	4	5	4	4	5	26	5	4	5	5	4	5	28
5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	5	4	4	26	4	5	5	4	4	5	27
5	4	5	5	3	5	27	4	4	3	5	5	5	26
4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	4	5	4	28
5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	5	4	4	27
5	5	3	4	4	4	25	4	5	3	5	4	4	25
4	4	5	4	5	5	27	4	4	4	5	4	5	26
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	5	4	4	27
4	5	3	4	3	3	22	3	5	4	4	3	4	23
4	4	3	2	4	4	21	4	3	2	4	4	5	22
4	3	4	4	5	4	24	4	5	4	4	3	4	24
4	4	3	3	4	3	21	4	3	4	5	4	5	25
3	5	2	3	3	4	20	3	4	2	4	4	4	21
3	4	3	4	5	4	23	4	4	4	3	3	4	22
4	4	5	4	4	3	24	3	4	3	3	4	5	22
5	3	4	5	4	4	25	4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	3	5	4	23	4	5	3	4	5	3	24
4	3	4	4	3	4	22	4	4	5	4	4	3	24
5	4	4	5	3	3	24	4	3	3	5	4	4	23
4	4	5	5	3	4	25	4	4	5	4	3	5	25
4	3	5	3	4	4	23	5	3	4	3	5	5	25
3	3	4	2	4	5	21	4	3	2	4	2	4	19
4	4	2	4	4	4	22	4	5	2	4	3	4	22
3	4	4	2	3	3	19	3	3	4	3	4	3	20
3	4	5	4	4	3	23	4	4	2	4	4	5	23
4	4	4	3	5	4	24	5	3	4	5	4	4	25
4	5	5	2	4	5	25	4	4	3	5	4	3	23
3	4	4	3	4	4	22	4	5	4	4	3	4	24
4	3	4	3	3	5	22	4	3	3	4	4	5	23
4	3	4	4	3	4	22	4	4	5	3	4	4	24
3	5	4	5	5	4	26	5	3	5	4	4	3	24
3	4	5	3	3	5	23	4	3	4	5	4	4	24
4	5	3	4	4	3	23	5	4	4	3	4	3	23
4	4	5	3	3	4	23	4	4	2	4	4	4	22
4	5	3	4	5	4	25	4	3	4	4	3	3	21

3	3	3	4	4	3	20	4	4	3	2	4	5	22
5	3	4	4	5	3	24	5	3	3	5	4	4	24
3	4	5	3	3	4	22	3	4	4	3	5	3	22