



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-
MONEY DENGAN MINAT PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

SULIS TIYENNI

C1B019048

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini
Nama : Sulis Tiyenni
NIM : C1B019048
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Keuangan
Alamat : Jl. Ra Kartini Perum. Musti Jaya Indah B 23
Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi
Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-
Money Dengan Minat Pengguna Sebagai Variabel
Mediasi”

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan penulis tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaidah ilmiah penulisan.

Bila dikemudian hari didapati ketidaksesuaian sebagaimana pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, Juni 2023
Yang membuat pernyataan

Sulis Tiyenni
NIM. C1B019048

TANDA PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Sulis Tiyyenni

NIM : C1B019048

Jurusan : S1 Manajemen

Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Dengan Minat Pengguna Sebagai Variabel Mediasi”

Telah disetujui pembimbing dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Jambi, Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M.

NIP. 197605291999031004

Pembimbing II

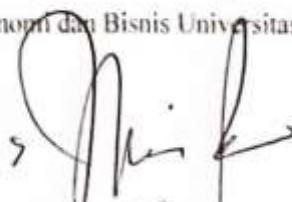


Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.E., M.Si

NIP. 08.0818.016

Mengethui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi



Dr. Musfahmi, S.E., M.M

NIP. 197706172006042001

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertaruhkan dihadapan Panitia Penguji Komprehensif dan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Agustus 2023

Jam : 10.30 - 12.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi 1 FEB UNJA

PANITIA PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Asep Machpudin, S.E., M.M.	
Penguji Utama	Dr. Hj. Fitriaty, S.E., M.M.	
Sekretaris Penguji	Dr. Agus Solikhin, S.E.,M.M.	
Anggota Penguji	Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M.	
	Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.E., M.Si.	

Disahkan Oleh :

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Binis

Universitas Jambi

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jambi

Prof. Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si.
196706021992031003

Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc.NIP.
NIP. 196702151993032004

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan Minat Pengguna sebagai Variabel Mediasi” Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Jambi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari kekurangan dan keterbatasan untuk mencapai kesempurnaan sehingga keberhasilan akan sulit tercapai tanpa adanya bimbingan, bantuan serta motivasi dari beberapa pihak.

Secara khusus, peneliti mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada kedua orangtua tercinta Bapak Edy Sucipto dan Ibu Suinah yang luar biasa telah membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan materil dan moril hingga peneliti bisa menyelesaikan studi dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Sry Rosita, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Bapak Dr. Tona Aurora Lubis, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini
6. Bapak Dr. Yohanes Totok Suyoto,S.S.,M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini
7. Bapak Dr. Asep Machpudin, S.E.,M.M., Ibu Dr. Hj. Fitriaty, S.E.,M.M. dan Bapak Dr. Agus Solikhin, S.E.,M.M. selaku Tim Penguji yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat baik sehingga penulisan skripsi ini selesai.
8. Ibu Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan,

Bimbingan, Pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.

10. Teman saya yaitu Diyah Ayu Aprillia Listiani dan Rafika Afriana yang selalu menyemangati saat proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun mereka yang membacanya. Atas kritik dan saran penulis ucapkan Terima kasih.

Jambi, Juni 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan Minat Pengguna sebagai Variabel Mediasi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan data penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dan Sampel adalah Mahasiswa Prodi Manajemen yaitu Angkatan 2019, 2020 dan 2021 berjumlah 86 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran Kuesioner melalui google form dengan skala likert. Teknik pengujian data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, uji R- Square dan Uji Hipotesis dengan Bootstrapping dengan menggunakan Software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money, Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money, Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna, Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna dan Minat Pengguna berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Minat Pengguna, Keputusan Penggunaan e-money

ABSTRACT

This study aims to investigate the Effect of Perceived Benefits and Perceived Security on Decisions to Use E-Money, with User Interests as a Mediating Variable, in the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, University of Jambi. This research is quantitative in nature and uses both primary and secondary data sources. The population and sample consist of 86 Management Study Program students from the classes of 2019, 2020, and 2021. Google Forms were used to distribute questionnaires on a Likert scale for data collection. Using SmartPLS 3.0 Software, the Validity Test and Reliability Test, R-Square test, and Hypothesis Test with Bootstrapping are employed for data testing. Perceived Benefit had a significant positive effect on Decisions to Use E-Money, while Perceived Security had a significant positive effect on Decisions to Use E-Money. Perceived Benefit had a significant positive effect on User Interest, and Perceived Security had a significant positive effect on User Interest.

Keyword : *Perceived Benefits, Perceived Security, User Interests, Decisions to Use e-money.*

DAFTAR ISI	
TANDA PERSETUJUAN.....	iii
TANDA PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Teori TAM	9
2.1.2. Manajemen Keuangan.....	9
2.1.3. Fungsi Manajemen Keuangan.....	10
2.1.4. Perilaku Keuangan	10
2.1.5. Persepsi	11
2.1.6. Persepsi Manfaat	11
2.1.7 Persepsi Keamanan.....	12
2.1.8. Keputusan Penggunaan E-Money	14
2.1.9. Minat Pengguna	14
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	17
2.4. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Pendekatan Penelitian	31
3.2. Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1. Data Primer	31
3.2.2. Data Sekunder	32
3.3. Metode Pengumpulan Data	32
3.4. Populasi dan Sampel.....	32

3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel.....	33
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6. Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1. Structural Equation Modelling (SEM)	37
BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	41
4.1. Sejarah Universitas Jambi	41
4.2. Visi Misi Universitas Jambi.....	42
4.2.1. Tujuan Universitas Jambi	42
4.2.2. Misi Universitas Jambi	42
4.3. Struktur Organisasi Universitas Jambi	42
4.5. Lokasi Penelitian	43
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1. Gambaran Umum Responden.....	44
5.2. Pengujian Data dan Model Penelitian	45
5.3.1. Evaluasi Model	46
5.4. Pengujian Hipotesis.....	54
5.5. Pembahasan	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
6.1. Kesimpulan.....	60
6.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lembaga Penerbit Keuangan Elektronik.....	3
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Manajemen Universitas Jambi.....	35
Tabel 3.2 Sampel Penelitian.....	36
Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 5. 1 Outer Loading.....	53
Tabel 5. 2 Outer Loading hasil kalkulasi ulang.....	55
Tabel 5. 3 Composite Realibility.....	56
Tabel 5. 4 Cronbach's Alpha.....	58
Tabel 5. 5 R-Square.....	60
Tabel 5. 6 Path Coefficients.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Diagram Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Statistik Persentase E-Money terpopuler 2022.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4 1. Struktur Organisasi Universitas Jambi.....	48
Gambar 5. 1 Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
Gambar 5. 2 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi E-Money.....	50
Gambar 5. 3 Outer Model dan Inner Model.....	51
Gambar 5. 4 Outer Model.....	52
Gambar 5. 5 Outer Model Setelah dikalkulasi ulang.....	54
Gambar 5. 6 Inner Model (Model Struktural).....	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sistem transaksi di Indonesia yang tadinya didominasi oleh pembayaran tunai dan kini beralih ke pembayaran digital, kini mengalami perkembangan yang signifikan. Alat pembayaran non tunai atau uang elektronik (e-money) kini banyak digunakan oleh masyarakat luas. Pengaturan uang elektronik diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI Tahun 2009. Hadirnya undang-undang ini merupakan pengakuan resmi pemerintah atas keabsahan uang digital yang diakui negara dalam melakukan transaksi perekonomian.

Dengan diperkenalkannya pembayaran non-tunai, kemajuan teknis semakin cepat. Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014. Menurut Agus D.W Martowardojo, tujuan GNNT adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang penggunaan alat pembayaran nontunai agar masyarakat semakin bertransisi menuju less cash society. (Masyarakat Kurang Tunai/LCS) (bi.go.id).

E-money menjadi nilai nominan yang tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu (wibowo, *et al* :2015) dan memiliki manfaat bagi personal untuk melakukan transaksi skala kecil ataupun besar yang bertujuan untuk kemudahan personal tersebut. E-money yang dimaksud ini diterbitkan menjadi 2 jenis yakni *registered* dan *unregistered*. Artinya, kehadiran e-money memberi kemudahan pembayaran dan berpeluang dalam peningkatan produktivitas.

Sistem e-money efektif jika terus dilakukan perkembangan, tentu bisa menciptakan peluang dalam pengatasan ketergantungan meekat di sistem cash konvesional. Contohnya, dalam mengatasi isu-isu seperti pencucian uang dan penipuan, e-money memiliki kapasitas yang penting (Baddeley, 2004). Beberapa fungsi kunci dari penggunaan e-money mencakup:

1. Nominal E-money bisa diisi ulang
2. Penyelesaian transkasi e-money dengan rentang waktu singkat
3. Proses transaksi lebih nyaman dan cepat

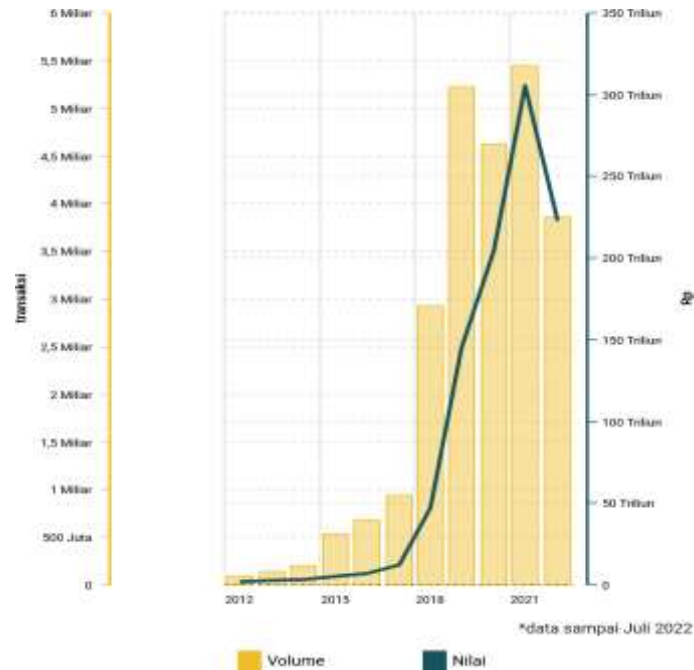
Tabel 1. Lembaga Penerbit Uang Elektronik

No.	Nama Penerbit	Nama Produk
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	MYNT E-Money
2.	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku dan Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4.	PT Bank DKI	JakOne dan JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash dan e-Money
6.	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual dan Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu dan TapCash
8.	PT Bank Permata	BBM Money
9.	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money
10.	PT Bank Rakyat Indonesia	T Bank dan Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	FinChannel
12.	PT Indosat Tbk	PayPro/Dompetku
13.	Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
14.	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money
15.	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	FlexiCash dan iVas Card
16.	PT Telekomunikasi Seluler	T-Cash dan Tap Izy
17.	PT XL Axiata Tbk	XL Tunai
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19.	PT Dompet Anak Bangsa	Go-Pay
20.	PT Witami Tunai Mandiri	TrueMoney
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet

23.	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24.	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash
26.	PT Visionet Internasional	OVO Cash
27.	PT Inti Dunia Sukses	iSaku
28.	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro
30.	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay
31.	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32.	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34.	PT Airpay International Indonesia	Shopeepay
35.	PT Bank Sinarmas	Simas E-Money
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttpCash
37.	PT Fintek Karya Nusantara	Link Aja

Sumber : FastPay (diakses pada 22 November 2022)

Ada pertumbuhan pesat dalam jumlah 37 penerbit uang digital di Indonesia. Mereka telah bekerjasama dengan Bank Sentral, yang dapat dilihat dalam Tabel 2. Hal ini menunjukkan bahwa banyak penerbit telah menerbitkan e-money, dan ini memiliki dampak signifikan pada penggunaan uang elektronik.



Gambar 1. Diagram Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia

Sumber: DataBooks Indonesia (2022)

Berbagai jenis uang elektronik telah bermunculan, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Uang elektronik menjelaskan bahwa alat pembayaran tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada, seperti penyimpanan nilai uang dalam bentuk chip elektronik atau media server, penerbitan berdasarkan uang yang disimpan di bank, pengelolaan uang elektronik yang dilakukan oleh layanan penerbit, dan pemahaman bahwa e-money bukanlah titipan, sesuai pedoman yang berlaku.



Sumber: Populix (diakses pada Maret 2023)

Gambar 1.2 Statistik persentase e-money terpopuler 2022

Berdasarkan observasi pada tahun 2022 yang dilakukan Populix menunjukkan merk E-money berbasis server cenderung dipergunakan adalah GoPay (88%), yang menunjukkan populer di Indonesia dan mayoritas masyarakat Indonesia memilih Gopay ketimbang e-money lainnya.

Dengan pertimbangan tersebut, mahasiswa cenderung memilih sistem pembayaran non-tunai sebagai opsi yang paling diminati, karena dianggap lebih efisien dalam proses pembayaran. Uang elektronik juga memberikan kemudahan dalam berbagai transaksi. Tetapi adapula sisi negatif yang e-money miliki, salah satunya membuat mahasiswa lebih konsumtif, tidak memprioritaskan kebutuhan dan keinginan, karena adanya kemudahan transaksi e-money tersebut. Kemudahan ini memiliki kekurangan seperti kebocoran data diri di server/aplikasi tertentu.

Menurut (Davis *et al.*1989:320) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah keyakinan dari kemanfaat adalah dimana tingkat user percaya dengan penggunaan sistem informasi tertentu agar peningkatan performan personal dalam bekerja. Persepsi manfaat ini menggambarkan terkait personal meyakini sistem informasi yang dipergunakan untuk bisa melakukan peningkatan

kinerjanya. Dari gambaran tersebut, ditarik kesimpulan bahwa persepsi manfaat ini menjadi proses pengambilan keputusan, yang mana seseorang percaya menggunakannya, namun sebaliknya apabila seseorang merasa tidak percaya untuk menggunakan sistem itu, tentu seseorang tidak akan (Davis, 1989) dan sebagai manfaat dalam pembentukan konstruk dari persepsi manfaat terdapat 6 item yang dipergunakan sebagai berikut : (a) Afektif, (b) Berguna, (c) Bekerja lebih cepat, (d) Mempermudah pekerjaan, (e) Meningkatkan produktivitas, (f) Prestasi kerja.

Studi yang dilakukan oleh Faradila & Soesanto (2016) menjelaskan bahwa secara awal, terdapat korelasi positif antara persepsi dan kepercayaan terhadap variabel penengah. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi mengenai teknologi, semakin tinggi juga tingkat kepercayaan yang terbentuk. Hal ini bertentangan dengan Chandra (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki korelasi penggunaan e-money, akan tetapi, pada penelitian ini tidak menjelaskan jika tidak ada peningkatan keputusan mempergunakan e-money, bukan berarti persepsi manfaat makin tinggi

Melalui indikator tingkat privasi e-money melakukan transaksi terukur tidak timbul khawatir dalam memberi informasi, karena informasi terlindungi dan uang yang ada dalam alat elektronik saat melakukan transaksi terjamin keamanannya (Waspada, 2012). Dalam penelitian (Ananda, 2009) pihak konsumen ragu akan kebijakan keamanan dan kerahasiaan, oleh karena itu, semakin percaya seseorang pada sistem kerahasiaan dan sistem keamanan layanan tersebut, maka seseorang makin sering menggunakannya. Persepsi keamanan dan privasi menjadi aspek urgensi, persepsi manfaat dan kepercayaan personal dalam memberi pengaruh penggunaan e-money.

Seseorang akan menggunakan sesuatu yang diinginkannya dan melakukan usaha agar dapat mendapatkannya, sebaliknya jika seseorang tidak terlalu menginginkannya maka tidak ada usaha yang dilakukannya, situasi yang beda menimbulkan seseorang menentukan langkah atau pengambilan keputusan yang sama (Sumarwan, 2004).

Merujuk pada pengertian dan persepsi dari muhibbin syah (2010:152) yang menyatakan minat menjadi kegairahan dan cenderung tinggi pada keinginan besar

akan sesuatu ini maka perspsi kemanfaatan dan keamanan penggunaan e-money cenderung positif. Oleh karena itu, intervensi dalam perbaikan kualitas dan pertahanan proses dalam transaksi, terlebih transaksi saat penggunaan e-money membuat seseorang merasa aman, memberi manfaat penggunaan e-money itu sendiri dan penumbuhan sikap kepercayaan personal dalam penggunaanya, pengaruh kemudahan, keuntungan teknologi dan keamanan pada ketertarikan penggunaan e-money (Waspada, 2012) menjelaskan adanya korelasi ataupun pengaruh kemudahan, manfaat penggunaan teknologi dan keamanan positif yang signifikan pada ketertarikan penggunaan e-money. Oleh sebab itu, studi ini memiliki fokus pada **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Money* Dengan Minat Pengguna Sebagai Variabel Mediasi”**.

1.2.Rumusan Masalah

Didasari dari latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pengguna mahasiswa Manajemen Universitas Jambi dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan e-money?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi keamanan terhadap minat pengguna mahasiswa manajemen Universitas Jambi dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan e-money?
3. Bagaimanakah pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan mahasiswa manajemen Universitas Jambi untuk penggunaan *e- money*?
4. Bagaimanakah pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan mahasiswa manajemen Universitas Jambi dalam menggunakan *e-money*?
5. Bagaimanakah pengaruh minat pengguna pada keputusan mahasiswa manajemen Universitas Jambi untuk menggunakan *e- money*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak persepsi manfaat terhadap minat pengguna terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik (e-money) di Program Studi Manajemen Universitas Jambi.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak persepsi keamanan terhadap minat pengguna terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik (e-money) di Program Studi Manajemen Universitas Jambi.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik (e-money) pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Jambi.
4. Menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik (e-money) pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Jambi.
5. Menganalisis pengaruh minat pengguna terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik (e-money) di Program Studi Manajemen Universitas Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Peneliti
Meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money oleh mahasiswa.
2. Teoritis
Memberikan kontribusi pengetahuan untuk pengembangan teori mengenai pengaruh persepsi keuntungan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik, dengan minat pengguna bertindak sebagai variabel moderasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Landasan Teori

2.1.1. Teori TAM

Davis mengembangkan Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diadaptasi dari teori intervensi beralasan dan terancang untuk pemodelan penerimaan pengguna pada teknologi informasi (Davis et al., 1989). Model ini memiliki hipotesis dari penggunaan sistem secara langsung pada minat penggunaan dan dipengaruhi pada sikap penggunaan sistem dan persepsi dari manfaat sistem tersebut, sikap dan persepsi juga terpengaruhi pada persepsi kemudahan penggunaan. Konstruksi asli TAM yang dirumuskan darvi ialah persepsi kegunaan, kemudahan dari pemakaian, sikap, penggunaan , niat perilaku yang ditambah dari beberapa perspektif eksternal yakni kerumitan dan pengalaman.

Menurut teori TAM ini, niat perilaku individu untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan: persepsi kegunaan, dimana orang tersebut percaya bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja, dan persepsi kemudahan penggunaan, dimana orang tersebut percaya bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya. bebas dari usaha. Beberapa investigasi empiris telah menunjukkan bahwa TAM secara konsisten menjelaskan sebagian besar variasi dalam perilaku dan niat penggunaan, tepatnya 40%. TAM membandingkannya dengan model lain seperti TRA dan TPB. Pengaruh faktor eksternal terhadap niat menggunakan menurut TAM ini memediasi persepsi utilitas dan persepsi kemudahan penggunaan. Menurut TAM, persepsi utilitas dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, karena semakin mudah suatu sistem dioperasikan, semakin tinggi pula manfaat yang dirasakan. (Venkatesh & Davis, 2000).

2.1.2. Manajemen Keuangan

Praktik manajemen keuangan perusahaan dari tahap perencanaan hingga pengendalian aset dan dana mengelola sumber daya finansial dari perencanaan hingga pengawasan proses pengelolaan keuangan yang melibatkan dana dan aset

perusahaan menjadi ahli dalam disiplin manajemen keuangan penyelenggaraan dan pengelolaan dana yang terkait dengan transaksi antar pemerintah, individu, atau entitas bisnis. Sedangkan menurut Riyanto memiliki definisi manajemen keuangan yaitu seluruh aktivitas yang memiliki keterkaitan yang erat dengan suatu usaha seperti dalam mengelola uang secara efektif dengan meminimalkan biaya dan hal yang dapat memberi keuntungan bagi perusahaan (Sundana., 2017). Dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah segala sesuatu kegiatan yang menyangkut dengan keuangan dan berkaitan pada suatu bisnis dan perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan biaya sehingga dapat memaksimalkan keuntungan yang diperoleh.

2.1.3. Fungsi Manajemen Keuangan

Pemanajemenan keuangan, pengelolaan pendanaan usaha menjadi hal urgensi dalam pembuatan rencana. Dengan pengelolaan keuangan yang efisien, perusahaan memiliki kemampuan untuk merencanakan arah prospektifnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengukur dirinya dalam jangka pendek maupun panjang. Manajemen dapat mengidentifikasi area perbaikan sesuai dengan tujuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan.

Fungsi manajemen sebagai audit internal memiliki peran penting dalam memastikan keberlangsungan pengelolaan keuangan perusahaan sesuai dengan sistemnya, tanpa adanya ketakutan akan pemeriksaan rutin dan dengan tujuan mengurangi risiko kerugian. Selanjutnya, anggaran menjadi elemen sentral dalam manajemen keuangan dengan keterkaitan erat dalam alokasi sumber daya perusahaan dan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan bisnis ke depan, karena memungkinkan analisis mendalam terhadap operasi bisnis yang sedang berjalan. Selain itu, pengawasan keuangan berperan dalam menilai pencapaian dalam aktivitas bisnis, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengurangi potensi kesalahan dalam sistem keuangan perusahaan. Terakhir, audit keuangan bisnis menjadi langkah penting dalam memverifikasi kesehatan keuangan perusahaan (Sundana, 2017).

2.1.4. Perilaku Keuangan

Perilaku finansial merupakan disiplin yang berkaitan dengan cara individu menghadapi informasi dan meresponsnya untuk mengambil keputusan demi

meningkatkan tingkat pengembalian dan mengelola risiko dengan cermat.

Perilaku keuangan menjadi studi yang mengkaji fenomena yang memengaruhi perilaku keuangan para pemain saham atau praktisi menurut Shefrin (2000). Terdapat tiga tema utama yang dibahas dalam perilaku keuangan, yang dirangkum dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah para profesional keuangan mengakui keberadaan ketidakpastian dalam kerangka pedoman yang ditetapkan untuk kebijakan keuangan tradisional yang sering disebut sebagai aturan praktis? Pendukung pendekatan keuangan tradisional cenderung menggunakan alat statistik yang tepat dan benar untuk mengumpulkan data, sementara praktisi cenderung dipengaruhi oleh bias yang didorong oleh heuristik dalam pemenuhan janji yang ada atau yang sering disebut sebagai bias yang mendorong heuristik.
2. Apakah perilaku individu mempengaruhi profesional keuangan? Pendukung pendekatan perilaku keuangan menyatakan bahwa tingkat pengembalian dan risiko tergantung pada kerangka pengambilan keputusan yang dibentuk, sementara dalam keuangan tradisional, pedoman berfokus pada keputusan yang bersifat objektif dan transparan.
3. Kesalahan dalam kerangka pengambilan keputusan dapat memengaruhi pembentukan harga, pendukung pendekatan perilaku keuangan mencakup pengaruh framing dalam pembentukan harga yang bisa jauh dari nilai fundamental, sehingga menyebabkan ketidakakuratan dalam pasar.

2.1.5. Persepsi

Merujuk kepada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi memiliki dua arti, yaitu tanggapan langsung yang muncul melalui indra-indra seseorang, dan juga proses pemahaman terhadap hal yang berkaitan. Persepsi ini menjadi faktor penentu dalam perilaku dan masalah terkait dengan bagaimana setiap hal dapat memengaruhi persepsi individu dan akhirnya perilaku yang diadopsi (Tumewu dan Wahyuni, 2018).

2.1.6. Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi manfaat mengacu pada tingkat kepercayaan seseorang terhadap efektivitas teknologi dalam meningkatkan hasil

pekerjaan mereka. Dengan kata lain, persepsi manfaat mencerminkan tingkat kepercayaan individu dalam mengambil keputusan. Dengan singkat, jika seseorang yakin akan manfaat teknologi yang digunakan, mereka akan memutuskan untuk menggunakannya.

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat merujuk pada kepercayaan pribadi dalam proses pengambilan keputusan. Ini dapat disimpulkan bahwa jika seseorang meyakini manfaat penggunaan teknologi, maka mereka akan menggunakannya, tetapi sebaliknya, jika mereka tidak meyakini, maka mereka tidak akan menggunakannya. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa aspek berikut:

- a. Kegunaan mencakup dimensi seperti membuat pekerjaan lebih sederhana, meningkatkan produktivitas, dan memberikan manfaat.
- b. Efektivitas melibatkan beberapa aspek, termasuk meningkatkan efektivitas dan meningkatkan kinerja pekerjaan.

Kemajuan teknologi sangat terkait dengan manfaatnya, pandangan pengguna dapat menjadi subjektif ketika teknologi digunakan untuk mempermudah pekerjaan seseorang (Rahmatsyah, 2011). Penggunaan kata "pemanfaatan" di sini merujuk pada pengembangan kepercayaan setiap individu terhadap teknologi yang digunakan, yang berpotensi untuk meningkatkan kinerja mereka (Adamson *et al*, 2003).

Selain itu, pemanfaatan disini memiliki korelasi pada ekonomi Indonesia, karena dapat membuat peningkatan kepuasan konsumen dan akuntabilitas transaksi, kecepatan dan transparansi (Bank Indonesia, 2018).

2.1.7. Persepsi Keamanan

Usaha untuk pengontrolan dan pengendalian kegiatan untuk stabil menjadi pengertian dari keamanan, selain itu juga menjadi perangkat dari prosedur dan prosedur untuk melakukan pembuktian acuan data yang didapati dan menjamin atas kejujuran dan kerahasiaan informasi yang diperoleh. Keamanan merupakan prioritas penting dalam menjalankan transaksi, karena berperan sebagai mekanisme perlindungan data dan pencegahan dari potensi peretasan serta penipuan yang bisa terdeteksi dengan teknologi (Saputri, 2015).

Menurut (Eid, 2011) Pandangan konsumen terhadap keamanan dalam

transaksi e-commerce adalah hal yang sangat penting. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Flavian dan Guinalu (2006), persepsi keamanan adalah elemen kunci dalam membangun keyakinan masyarakat terhadap layanan uang elektronik. Ini mengindikasikan bahwa ketika persepsi keamanan konsisten dan memberikan keyakinan bahwa uang elektronik akan aman dari risiko kerugian dan sejenisnya, hal ini berkontribusi pada tingkat kepercayaan yang lebih besar.

Dari pemaparan di atas, dapat dilihat bahwa terdapat sejumlah kata kunci yang serupa, termasuk peristiwa, kondisi, dan situasi sumber data yang menjadi objek penilaian, termasuk kerusakan, penipuan, dan pengumpulan data terakhir seperti penyalahgunaan wewenang (Roca et al., 2009). Dari segi teknis, persepsi keamanan mencakup elemen-elemen seperti menjaga kerahasiaan, otentikasi, integritas, dan transaksi tanpa pencatatan (Flavian and Guinalu, 2006). Keamanan dan kerahasiaan dalam konteks ini mencerminkan keyakinan bahwa pemakaian sistem informasi adalah akurat, dengan risiko kehilangan data atau informasi yang rendah, tingkat risiko pencurian yang minim, serta perlindungan informasi pribadi pengguna yang tak dapat diakses oleh pihak ketiga (Ananda, 2009).

Sistem informasi ini difokuskan pada keamanan data yang disimpan, sebagaimana disoroti oleh Flavian dan Guinalu, untuk mencegah perubahan yang tidak diizinkan oleh pihak ketiga. Integritas sistem informasi bergantung pada ketidakmungkinan perubahan atau pemindahan data sumber tanpa izin pihak ketiga. Oleh karena itu, akses ke data hanya diberikan kepada individu yang memiliki izin, dan proses identifikasi diperlukan untuk mengaksesnya. Terakhir, prinsip non-repudiation yang tidak mencatat ini memiliki pedoman yang melindungi individu terkait dengan penyangkalan pesanan pembelian. Keamanan melibatkan penggunaan kemajuan teknologi, seperti yang disebutkan oleh Roca et al. (2009), dan berkontribusi positif terhadap perlindungan online melalui elemen seperti tanda tangan digital, sertifikat digital, dan kriptografi. Ini membantu melindungi pengguna dari risiko peretasan, phishing, dan penipuan online.

Banyak konsumen enggan untuk memberikan informasi kartu kredit kepada pedagang online, sebagaimana dinyatakan oleh Armesh et al. (2010). Hal ini disebabkan oleh ketakutan banyak pengguna akan kehilangan kontrol atas rekening mereka. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap atribut keamanan

dan fitur-fitur yang mencakup langkah-langkah seperti konfirmasi tampilan layar ketika transaksi selesai, untuk memastikan kebenaran situs, serta pengguna harus mengatur akun mereka dengan ID dan kata sandi situs.

Secara khusus, pengguna Secure Socket Layer, seperti yang dikemukakan oleh Ahmad dan Al (2011), cenderung memilihnya sebagai protokol dominan untuk pembayaran kartu kredit online. Ini disebabkan oleh perlunya mengimplementasikan desain yang memungkinkan integrasi tanda tangan digital dan sertifikasi digital yang terkait dengan kartu cerdas, penggunaan nomor identifikasi pribadi, menjalankan applet Java pada browser pengguna, dan menggunakan saluran pribadi yang dapat diandalkan untuk komunikasi antara dua entitas. Pendekatan ini menggabungkan aspek-aspek akses yang aman dan memberikan kontrol melalui metode kata sandi.

2.1.8. Keputusan Penggunaan E-Money

Dalam proses pembelian barang atau jasa, keputusan konsumen adalah hak yang melibatkan proses komprehensif dalam mengevaluasi dua atau lebih perilaku yang dapat dipilih (Sangadji et al., 2013). Keputusan ini melibatkan intervensi yang diambil saat memilih salah satu dari berbagai pilihan yang tersedia. Seperti yang diungkapkan oleh Sumarwan (2004: 289), keputusan pengguna jasa adalah langkah dalam memilih intervensi dari alternatif pilihan yang jumlahnya dua atau lebih.

Menurut Suharno (2010: 96), keputusan konsumen melibatkan fase penentuan pembeli, pemilihan produk, serta proses transaksi atau pembelian produk yang dipilih, dan juga bagaimana cara produk tersebut dikonsumsi. Menurut Kloter (2005), proses pengambilan keputusan dalam pembelian adalah salah satu opsi dalam menyelesaikan permasalahan yang melibatkan evaluasi keinginan dan kebutuhan, penilaian sumber daya, pemilihan solusi transaksi, pencarian informasi, dan perilaku yang terkait dengan pembelian. Meskipun esensi dari tahapan keputusan ini sama, namun tidak selalu dapat diterapkan dengan seragam pada setiap pelanggan (Nurrohman dan Qurniawati, 2019).

2.1.9. Minat Pengguna

ketertarikan tercermin dalam situasi individu sebelum menjadi dasar penentuan tindakan yang menjadi landasan utama dalam mengevaluasi tindakan

yang dipilih. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Davis et al. (1989), minat perilaku dapat diartikan sebagai tingkat kepribadian individu dalam memperlakukan intervensi. Minat juga merupakan dorongan pribadi untuk melakukan perilaku terkait, dan pada dasarnya, seseorang akan melaksanakannya jika ada dorongan dan minat pribadi dalam mengimplementasikannya, seperti yang disebutkan oleh Hartono (2007: 116).

Individu yang menilai sesuatu sebagai bermanfaat akan cenderung menunjukkan minat yang berhubungan dengan kepuasan yang bersinggungan dengan nilai-nilai pribadi mereka dalam kehidupan. Hal ini mirip dengan minat penggunaan e-money, yang dapat diartikan sebagai tingkat keinginan pribadi pengguna layanan tersebut sebagai alat pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Minat menjadi faktor penggerak yang memiliki pengaruh besar dalam aktivitas, dan juga berfungsi sebagai pendorong dalam memberikan arahan bagi individu dalam aktivitas tertentu. Syah (2010) juga menjelaskan bahwa minat adalah tingkat kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu yang menjadi unsur pribadi yang mencerminkan keinginan intrapersonal terhadap objek yang terkait. Lebih lanjut Ferdinand mengemukakan pada tahun 2011 bahwa minat beli dapat ditentukan oleh banyak kategori minat, seperti minat referensial dan transaksional. Individu mempunyai niat dalam aktivitas yang berhubungan dengan sentimen emosional terhadap sistem, yang berhubungan dengan niat berperilaku pembelajaran yang menguntungkan. Penelitian Tutik S. Astuti tahun 2012 juga mendukung gagasan bahwa penerimaan bunga mempengaruhi perilaku penggunaan sebenarnya.

2.2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti /	Judul	Metode Penelitian	Hasil
	Tahun			
1	Wahyu Prastiwi Umaningsih	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E- Money	Analisis regresi berganda menjadi metode yang dipergunakan, teknik sampling dalam penelitian ini adalah convinence sampling dan dalam metode penelitian ini memperoleh sampel data dari	Persepsi kemudahan dan fitur terhadap layanan dalam penelitian ini tidaklah memiliki hubungan terhadap niat dalam penggunaan <i>e- money</i> , sedangkan kemananan memiliki engaruh positif terhadap niat dalam menggunakan <i>e-money</i> .
2	Isabella Dinda Silva	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan E- Money Dengan Pemahaman Teknologi Sebagai Variabel Intervening	Data yang digunakan ialah sekunder dan primer dengan menggunakan metode incidental sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan yaitu SPSS 24.0	Variabel kepercayaan, kemanfaatan, kemudahan memiliki hubungan positif yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>e- money</i> . Artinya, dengan adanya pengaruh variabel ini dengan tidak langsung, maka keefektifan daan kebermanfaatan melalui variabel pemahaman teknologi terhadap keputusan penggunaan

3	Anjelina/ 2019	Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E- Money	Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model konseptual yakni model TAM dan perkembangan model dari hasil peneliti terdahulu. Secara empiris,model ini telah diuji kebenarnya, pengujian hipotesisnya dibantu oleh Warp PLS 6.0	Dalam penelitian ini subjective norm berimbas pada besarnya pada variabel niat untuk mengambil e-money lebih tinggi laki-laki jika dibandingkan dengan perempuan,artinya gender menjadi variabel moderasi dalam penelitian ini. namun hal tersebut secara statistic ternyata bukanlah faktor penentuan pengadopsiane-money di Indonesia. Dan merujuk pada mpikasi dari praktik penelitian ini ialah memberikan solusi bagi penyedia e-money untuk mengembangkan teknologinya.
---	-------------------	---	--	---

4	Putu Riska Widiartini(1) Ni Nyoman Kerti Yasa(2) / 2017	Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai Dengan Niat Menggunakan E- Money	Teknik analisis data yang Metode analisi yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode analisis jalur dengan teknik Uji Sobel.	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kepercayaan konsumen dan persepsi nilai memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap niat ataupun keinginan para konsumen untuk menggunakan E-Money di Denpasar. Peneliti memberikan saran kepada penerbit untuk memberikan perhatian terhadap image kualitas serta akses keamanan e- money, sehingga lebih menjangkau luas konsumen dikarenakan semakin tingginya persepsi yang dibangun dan semakin tingginya kepercayaan konsumen yang mendukung <i>less cash society</i> .
---	--	--	--	--

5	Singgih Priambodo1 , Bulan Prabawani2 / 2017	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian <i>explanatory research</i> . Dengan menggunakan kuisioner untuk melakukan pengumpulan datanya secara convenience sampling. Teknik Analisis data dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS 2.0 M3, yang akan mengevaluasi outer model dan inner model pada hasil penelitian.	Dalam penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa persepri, persepsi kemudahan penggunaan memiliki korelasi secara positif dan kuat terhadap kemauan (minat) seseorang dalam menggunakan e-money. Hal tersebut berbanding terbalik dengan variabel persepri resiko yang menunjukkan pengaruh secara tidak baik terhadap kemauan konsumen dalam menggunakan layanan e-money.
---	--	--	---	---

6	Lalu Agustino, Ujjianto, Imawati Yousida / 2022	Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin	jumlah responden 100 orang, Pengumpulan data dikumpulkan melalui kuesioner di google form. Teknik yang digunakan adalah SEM	promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berkorelasi besar dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan. Kepercayaan mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat e-wallet.
7	Rae Shita/2020	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Mandiri E-Money Bank Mandiri	Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat	Terdapat memiliki korelasi yang positif dari persepsi kemudahan dan kemanfaatan secara bersama-sama terhadap minat konsumen menggunakan kartu mandiri e- money. E- money sebesar 83,9% pengaruh variabel bebas yakni persepsi kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat konsumen

8	Yosua Arent Lonardo Aritonang1, Anton Arisman2/ 2017	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E- Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay)	Data diperoleh melalui wawancara dan kuisioner para pengguna Gopay dan menggunakan metode purposive sampling.	Hasil penelitian ini menemukan bahwa adanya imbas dari persepsi kemudahan yang berkorelasi positif dengan minat menggunakan aplikasi gopay.
9	Nyimas Artina/ 2021	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E- Money Di Kota Palembang	Metode penelitian adalah kuantitatif, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik sampling penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan secara positif dan signifikan serta secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menggunakan E-Money di Kota Palembang.

10	Adi Firman Ramadhan1) Andrian Budi Prasetyo2) Lala Irviana3) / 2016	Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E- Money	Data yang terkumpul kemudian dianalisis pada tiga tingkat. Pertama, statistik deskriptif dihitung untuk mendapatkan gambaran umum karakteristik sampel. Kedua, korelasi bivariat antar variabel dianalisis berkenaan dengan korelasi antara skala variabel dan variabel mediator.	Keamanan, privasi dan risiko keselamatan yang dikeluarkan berimbas pada persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankanbank umum, sedangkan persepsikemudahan penggunaan, keamanan dan privasi juga sebagai variabel endogen padakegiatan e- banking.
----	--	---	---	---

11	Defa Oktaviana Putri, Heri Wijayanto, Fery Setiawan, and Naning Kristiyana/ 2023	The Role of Trust in Mediation of Perceived Risk Towards Decisions to Use E- Wallet in Muhammadiyah University Students Ponorogo	The method used in this study is a quantitative method. Data from this study were obtained by distributing questionnaires and analyzed using the software. The population in this study were students using E-Wallet at the Muhammadiyah University of Ponorogo. The sample in this study was purposive sampling using 100 respondent	The results of this study indicate that:(1) There is an influence between Perceived Risk and Student Trust in E- Wallet Users at Muhammadiyah University of Ponorogo,(2) There is no influence between Perceived Risk and Decisions to Use E- Wallet on Students at Muhammadiyah University Ponorogo,(3) There is an influence between Trust and Decisions to Use E-Wallet on Students at Muhammadiyah University of Ponorogo (4) There is an influence between Perceived Risk and Decisions on Using E-Wallet on Students at Muhammadiyah University of Ponorogo through Trust as an intervening variable.
----	--	--	---	---

12	Emi Ameliaa*, Ratih Hurriyatib/ 2022	The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Interest In Using Mobile Payment: A Case On Ovo	The data analysis method used is validity and reliability test, path analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis. They are testing this hypothesis through the F test for simultaneous and partial T test using the SPSS 18.0	The results showed that simultaneously Perceived Ease of Use and perceived ease of use had a significant effect on behavioral intention of 60.8% and partially, Perceived Ease of Use had a greater influence, namely 60.06%, than Perceived Usefulness of 1.44% to behavioral intentions.
13	Dewi Khornida Marheni*1, Candy2, Julia Rahayu Putri3, Marcelino4, Dhifira Annisa Widyasari5/ 2022	Factors Determining College Students" Intention To Use E-Wallets	Data retrieval using primary data types and analyzed using multiple linear regression analysis.	While the benefits and perceived trust do not show significance.

14	Bayu Bagas Hapsoro1 *, Kismiatun/ 2022	The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePay Through E-Satisfaction	The data analysis technique used in this study is the Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS) version 3.0 analysis. This analysis technique can determine the simultaneous linear relationship between research variables and	The results of this study indicate that perceived ease of use and perceived usefulness do not have a direct influence on e-wallet Continuance intention. Meanwhile perceived security has a positive and significant effect on e-wallet Continuance intention. E-satisfaction can mediate the relationship between variables perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived security on e-wallet Continuance intention.
15	M. Dhafa Maulana Nasution 1 ,Marliyah 2/ 2023	The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On Intervention To Use Electronic Money (Shopeepay) With Consumer Attitude As An Intervening	The sample in this study was determined using the slovin formula and analyzed using multiple linear regression analysis (Path Analyst)	The results of this study indicate that Perceived Benefits have a positive and significant effect on Interest in Using Electronic Money (ShopeePay), Perceived Convenience has a positive and significant effect on Interest in Using Electronic Money (ShopeePay), Perceived Convenience have a positive and significant

		Variable		effect on Attitudes of Consumers of Electronic Money (ShopeePay),

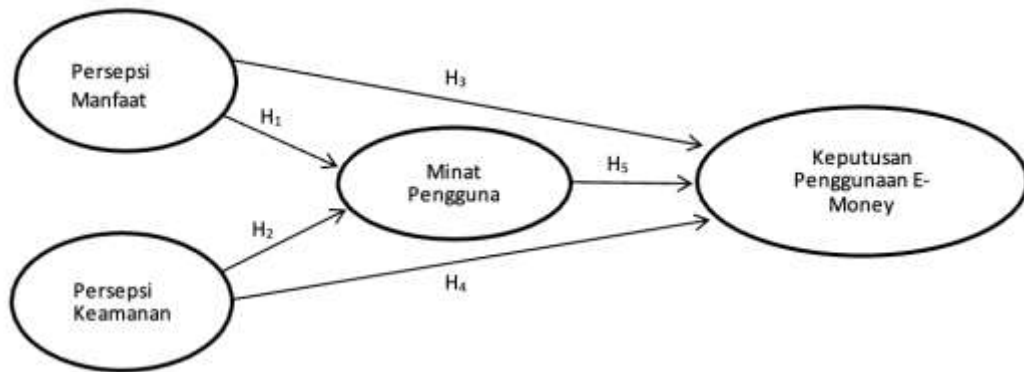
2.3.Kerangka Pemikiran

Maju dan berkembangnya teknologi menjadi pertimbangan instrument pembayaran yang disebut dengan e-money, dengan perkembangan yang ada ini, bank Indonesia melakukan perencanaan GNNT di tanggal 14 Agustus 2014. Diluar jenis kemudahan penggunaan e-money tentu memiliki sisi negative yang mana salah satunya membuat mahasiswa menjadi individu yang konsumtif, tidak melakukan prioritas keinginan dan kebutuhan, karena kemudahan dari transaksi e-money itu sendiri. Kemanana penggunaan e-money memiliki kekurangan yang mana salah satunya adalah data diri yang bocor pada aplikasi atau server terkait.

Secara sederhanya, apabila suatu individu percaya akan teknologi yang digunakan, maka keputusannya akan mempergunakannya dengan manfaatnya dan apabila individu tidak percaya dari teknologi yang digunakan, maka tentunya tidak ada keputusan untuk mempergunakannya(Jogiyanto, 2007).

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Flavian dan Guinalu (2006), persepsi keamanan adalah keyakinan individu bahwa uang yang disimpan dalam layanan uang elektronik tidak akan hilang. Minat merupakan tingkat keinginan untuk menggunakan alat pembayaran tertentu, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan e-money. Dengan dasar penjelasan ini, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi mengenai manfaat dan keamanan memiliki korelasi yang signifikan terhadap minat penggunaan e-money.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4.Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan perkiraan awal terkait dengan hasil yang mungkin diperoleh dalam penelitian. Hipotesis adalah jawaban yang diajukan oleh peneliti sebagai upaya menjawab pertanyaan yang sedang diteliti, dan hipotesis sering dirumuskan dalam bentuk dua kemungkinan, yaitu afirmatif atau negatif (Sugiono, 2018 ; 266). Hipotesis penelitian tersusun berdasarkan jawaban sementara yang terproyeksikan peneliti dengan landasan teori pendukung relevan (2018, hlm.266). Penelitian ini didukung landasan teori dengan hipotesis penelitian yakni:

Hasil penelitian oleh Adi Firman Ramadhan et al. (2016) mengungkapkan bahwa terdapat korelasi positif antara persepsi manfaat dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik. Tingkat kepercayaan ini dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap layanan uang elektronik yang mereka gunakan serta manfaat yang diperoleh dari penggunaan tersebut. Temuan ini mendukung hipotesis pertama yang mengindikasikan bahwa persepsi manfaat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik. Temuan ini juga sejalan dengan teori TAM (Technology Acceptance Model), yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang dirasakan.

Dengan merujuk kepada penjelasan di atas, hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Persepsi Manfaat memiliki korelasi positif terhadap minat mahasiswa program studi Manajemen Universitas Jambi dalam mengambil keputusan untuk

menggunakan e-money.

Privasi dalam konteks e-commerce, sebagaimana yang dijelaskan oleh Armesh et al. (2010), dapat didefinisikan sebagai tingkat kesiapan pengguna dalam mengakses berbagai informasi di jejaring online yang memiliki potensi terjadinya kebocoran informasi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan dan memeriksa fitur-fitur keamanan privasi. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi: 1. Menggunakan pertanyaan keamanan yang disediakan, 2. Menetapkan peraturan di perusahaan untuk mengatasi potensi kebocoran data oleh pihak ketiga, 3. Memanfaatkan fitur-fitur dan pengecekan jejak untuk melindungi informasi pribadi yang terkumpul. Ini berbeda dengan pandangan Kassim and Abdullah (2010), yang menekankan perlunya merujuk pada kebijakan privasi data yang terkumpul dalam sistem internet, dan sejalan dengan pernyataan Chung and Shin (2010) yang mendukung penggunaan privasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Pendekatan ini juga sejalan dengan temuan Jin and Park (2006) yang menunjukkan adanya korelasi antara perlindungan privasi dan kepuasan konsumen dalam layanan internet. Berdasarkan konteks tersebut, hipotesis kedua dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : Persepsi Keamanan memiliki dampak positif terhadap minat mahasiswa program studi Manajemen Universitas Jambi dalam mengambil keputusan untuk menggunakan e-money.

Tiarapaksi (2020) menemukan hubungan yang menguntungkan dan substansial antara manfaat yang dirasakan dan keputusan menggunakan uang elektronik dalam penelitiannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang dilakukan Wibowo dkk. (2015), yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki dampak positif dan besar terhadap minat pengguna terhadap solusi uang elektronik. Berdasarkan temuan kedua penelitian tersebut, semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan e-money, maka semakin besar kemungkinan individu mengambil keputusan yang baik dalam menggunakan e-money.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian di atas, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H₃ : Persepsi Manfaat memiliki hubungan positif dengan keputusan penggunaan

e-money.

Menurut Wahyu Prastiwi (2020), persepsi mengenai keamanan memiliki korelasi positif dengan keinginan penggunaan e-money. Keamanan yang terjamin menciptakan rasa aman, yang pada gilirannya meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan e-money. Penggunaan e-money lebih cenderung jika pengguna telah yakin akan keamanan dan kerahasiaan layanan e-money tersebut. Pengguna tidak merasa khawatir terkait penyimpanan data dan uang yang dijamin kerahasiaannya. Hal ini mendorong masyarakat untuk percaya dan terus menggunakan e-money dalam kehidupan sehari-hari.

Kesimpulan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya. Saputri (2015), misalnya, menemukan bahwa terdapat hubungan yang menguntungkan antara rasa aman dan pilihan untuk menawarkan barang secara online. Kesimpulan tersebut didukung oleh penelitian Kartika (2018) yang menemukan bahwa persepsi keamanan layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap adopsi e-money seperti GoPay. Selain itu, Oktabriantono dkk. (2017) menemukan bahwa masalah keamanan mempunyai dampak besar terhadap pengguna e-banking di kalangan pelajar.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis keempat sebagai berikut:

H₄ : Persepsi Keamanan memiliki hubungan positif dengan keputusan penggunaan e-money.

Minat menggambarkan suatu keadaan dalam diri seseorang yang mencakup hubungan antara individu tersebut dan berbagai tindakan yang mungkin diambil. Muhibbin Syah (2010) menyederhanakan minat sebagai kegairahan tinggi atau dorongan yang kuat terhadap sesuatu. Istilah minat ini digunakan untuk menggambarkan aspek pribadi yang mencerminkan kemauan dan dorongan individu untuk memilih objek yang serupa. Dengan kata lain, untuk meningkatkan minat individu, diperlukan peningkatan persepsi individu terkait dengan kemudahan penggunaan uang elektronik, manfaat yang diperoleh, dan pengurangan persepsi risiko dalam penggunaan uang elektronik. Masyarakat perlu memahami aspek-aspek tersebut, termasuk kemudahan, manfaat, dan risiko terkait penggunaan uang elektronik. Berdasarkan pemahaman di atas, maka minat

pengguna memiliki pengaruh terhadap keputusan individu untuk menggunakan e-money. Oleh karena itu, hipotesis kelima dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₅ : Pada keputusan penggunaan e-money minat pengguna berkorelasi positif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis pada data numerik yang dilanjutkan dengan tahapan analisis secara statistik guna melakukan uji hipotesis peneliti yang dibuat, sehingga diperoleh gambaran ataupun korelasi (Sugiyono, 2015:14). Berdasarkan hal tersebut, digunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS). Adapun tujuan penelitian kuantitatif ini ialah sebagai pengukuran yang kaitanya erat dengan pengukuran bersifat numerik yang mana hasilnya nanti akan memperlihatkan korelasi antar variabel yang diteliti.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Sesuai dengan Sugiyono (2018: 223), kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang harus diisi oleh responden. Pertanyaan dalam kuesioner harus dirancang sedemikian rupa sehingga mampu menjawab tujuan penelitian. Sujarweni (2015: 89) menjelaskan bahwa data primer merujuk pada data penelitian yang berasal langsung dari sumber pertama, yaitu responden, dan data ini diperoleh dengan cara yang menggunakan metode pengumpulan data primer.

3.2.1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Sugiyono (2018). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dan pengisian kuesioner. Metode pengumpulan informasi ini melibatkan responden yang diminta untuk merespons pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner, dan mereka bersedia menjadi responden dalam penelitian dengan mengisi lembar yang diberikan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, penggunaan survei dilakukan dengan menggunakan pertanyaan skala ordinal. Instrumen penelitian terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang dengan indikator yang relevan (Sugiyono, 2018). Skala Likert 5 poin digunakan sebagai standar penilaian dalam pengisian kuesioner.

SS , artinya sangat setuju	5
S, artinya setuju	4
KS, artinya kurang setuju	3
TS, artinya tidak setuju	2
STS, artinya sangat tidak setuju	1

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber yang ada dan sering digunakan oleh peneliti sebelumnya. Sumber data sekunder meliputi makalah ilmiah, sumber online, catatan pemerintah, dan sumber informasi lain yang tidak dikumpulkan peneliti secara langsung (Sugiyono, 2018). Data sekunder ini merupakan informasi yang telah ada sebelumnya dan bisa ditemukan dalam berbagai bentuk seperti catatan, survei, dan wawancara yang telah dilakukan oleh pihak lain.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengadopsi metode kuesioner, dalam proses pengumpulan data. Menggunakan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti merupakan teknik pengumpulan dan diberikan kepada responden melalui wawancara, sejalan dengan Surjaweni. (2015: 94).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Seluruh subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian adalah definisi populasi. Nilai yang diperoleh disebut parameter. Mahasiswa Manajemen Universitas Jambi yang berjumlah 643 orang adalah populasi dalam penelitian.

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Manajemen Universitas Jambi

No.	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2019	178
2	2020	178
3	2021	278

Sumber: Survey Lapangan

3.4.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono adalah sebagian dari seluruh partisipan penelitian yang diambil sebagai representasi keseluruhan dari populasi. Purposive sampling merupakan pendekatan pengumpulan data berdasarkan kriteria tertentu seperti kemudahan, pengetahuan, dan keakuratan data yang dikumpulkan.

Dalam penelitian ini, adapun kriteria populasinya adalah:

- a. Mahasiswa/i Manajemen Universitas Jambi angkatan 2019-2021.
- b. e-money user.
- c. Bisa dan tahu menggunakan e-money

Mahasiswa angkatan 2020 hingga 2021 yang terdaftar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dan mengambil jurusan manajemen merupakan sampel penelitian ini. Rumus Taro Yamane yang digunakan sebagai pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Ket.:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

d² : Presisi yang ditetapkan.

$$n = \frac{634}{634 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{634}{7.34}$$

$$n = 86,37 \text{ dibulatkan menjadi } 86.$$

Ukuran sampel minimal sebesar 86 orang berdasarkan perhitungan diatas.

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Proporsi	Sampel Keseluruhan	Jumlah Sampel	Jumlah Sampel per Kategori
(1)	(2)	(3) = (2)/634	(4)	(5) = (3) x (4)	(6) = Pembulatan (5)
2019	178	28,07%	86	24,14	24
2020	178	28,07%		24,14	24
2021	278	43,84%		37,70	38
Total	634	100,00%		86	86

3.5. Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel digunakan untuk merinci variabel yang sedang diteliti. Ini mencakup definisi, pertanyaan dalam kuesioner, indikator, dan skala penelitian. Variabel penelitian adalah konsep yang memiliki nilai variasi (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Skala
Persepsi Manfaat (x1)	Persepsi manfaat merupakan kepercayaan untuk mengambil keputusan yang disimpulkan jika	a. E-Money Lebih Efisien	E-Money memberi kemudahan individu dalam melakukan transaksi kapan dan dimanapun	Ordinal

	pengguna teknologi percaya manfaat dan akan <u>digunakan</u> , namun jika tidak percaya ia tidak akan menggunakannya Davis (1989)	b. Prestasi Kerja	E-Money membantu individu dalam mencapai prestasi kerja	Ordinal
		c. Meningkatkan Produktivitas	Dengan e-money individu bisa lebih produktif	Ordinal
		d. Efektivitas	Dengan e-money individu menggunakan waktu lebih sedikit saat transaksi	Ordinal
		e. Membuat Pekerjaan Lebih Mudah	E-Money membuat pekerjaan terasa lebih mudah	Ordinal
		f. Berguna	E-Money memudahkan individu	Ordinal
Persepsi Keamanan (x2)	Persepsi keamanan dan kerahasiaan menjadi keyakinan personal pada sistem informasi yang aman dan resiko yang rendah serta informasi pribadi yang dijamin kerahasiaannya dan yang paling urgensi adalah tidak ada pihak ketiga yang	a. Aman	Dengan adanya e-money keamanan bertransaksi lebih terjamin	Ordinal
		b. Resiko hilangnya data informasi kecil	Penggunaan e-money dapat meminimalisir resiko hilangnya data pribadi pengguna	Ordinal
		c. Resiko pencurian kecil	E-Money dapat meminimalisir resiko pencurian	Ordinal

	mengetahui (Ananda (2009:17))		aset seseorang	
		d. Terjamin kerahasiannya	Data pengguna e-money lebih terjaga kerahasiannya	Ordinal
Keputusan Penggunaan (y)	Keputusan penggunaan jasa menjadi keputusan sebagai pemilihan suatu intervensi dari pilihan yang lebih dari satu atau alternatif lainnya (Sumarwan (2004 : 289))	a. Kesesuaian dengan kebutuhan	Dengan menggunakan e-money kebutuhan penggunaan bisa disesuaikan	Ordinal
		b. Waktu yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan	Dengan menggunakan e-money personal akan lebih efektif dalam mengambil keputusan	Ordinal
		c. Kemantapan <u>penggunaan jasa</u>	Kelebihan dari e-money membuat seseorang tidak ragu untuk menggunakannya	Ordinal
Minat (z)	(Syah, 2010) menyatakan bahwa kecenderungan dan gairah dari keinginan yang besar akan sesuatu ataupun diistilahkan penggambaran dari	a. Minat Transaksional	Kecenderungan seseorang untuk menggunakan e-money	Ordinal
		b. Minat Refrensial	Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain	Ordinal

	yang muncul dari dalam personal terhadap objek tertentu.	c. Minat Prefensial	Kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada orang lain atau menyesuaikan selera diri sendiri	Ordinal
		d. Minat Eksploratif	Kecenderungan seseorang untuk mencari informasi sebelum menggunakan atau menentukan sebuah produk	Ordinal

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1. Structural Equation Modelling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah teknik analisis statistik yang populer. SEM merupakan teknik yang menggabungkan komponen analisis faktor dan analisis regresi statistik. SEM awalnya digunakan pada tahun 1950an dan sejak itu berkembang menjadi pendekatan analisis data yang sangat efektif untuk menggambarkan hubungan antar variabel penelitian.

Model persamaan struktural ini menggabungkan elemen analisis jalur, menciptakan sebuah model statistik yang komprehensif. Dalam analisis data, peneliti biasanya tidak menggunakan metode analisis manual karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan untuk meningkatkan ketepatan analisis. Oleh karena itu, analisis SEM sering dilakukan menggunakan perangkat lunak (software) khusus.

SEM merupakan salah satu metode analisis multivariat yang paling tepat, terutama ketika skala yang digunakan adalah nominal atau rasio. Dalam banyak kasus, peneliti menggunakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, seperti kepuasan konsumen, dorongan, komitmen organisasional, dan lain sebagainya.

Beberapa variabel tidak dapat diukur secara langsung, sehingga peneliti perlu mempertimbangkan indikator yang digunakan agar dapat memperoleh hasil yang baik. Ini berbeda dengan variabel yang dapat diukur. Ketika peneliti menggunakan analisis statistik regresi, variabel dianggap sebagai variabel yang dapat diukur secara langsung dan komprehensif.

Salah satu kekurangan metode SEM adalah potensial terjadinya kesalahan pengukuran yang dapat berdampak pada hasil penelitian. Namun, keunggulan lain dari SEM adalah kemampuannya dalam menguji penelitian yang bersifat kompleks dan melibatkan heterogenitas variabel secara bersamaan. SEM memungkinkan analisis yang dilakukan dalam satu estimasi tunggal dengan menggabungkan perhitungan analisis faktor dan regresi secara simultan.

Metode analisis Partial Least Square (PLS) dikenal memiliki keunggulan dalam kekuatan validitasnya karena tidak hanya mengandalkan opini subjektif dan tidak memerlukan asumsi distribusi normal data. Selain itu, PLS dapat digunakan dengan sampel yang relatif kecil (Ghozali, 2015). Metode PLS memungkinkan peneliti untuk mengonfirmasi teori dan menjelaskan korelasi antara variabel laten, yang menjadi dasar pemilihan PLS dalam penelitian ini. PLS memungkinkan analisis korelasi antara variabel laten yang penting dalam penelitian ini. Dengan mempertimbangkan empat variabel laten dalam penelitian ini dan menggunakan indikator reflektif, metode PLS menjelaskan bahwa variabel laten berpengaruh terhadap indikatornya. Hubungan sebab-akibat dari konstruk ke indikator, juga dikenal sebagai hubungan indikator (Ghozali, 2015). Oleh karena itu, diperlukan evaluasi ulang terhadap korelasi antara variabel laten. Model analisis PLS dilakukan dengan menilai baik outer model dan inner model.

1. Analisis outer model

Sebagai pemastian dari pengukuran yang benar untuk pemanfaatan dari pengukuran dilakukan analisis valid dan reliabel. Model ini diartikan sebagai hubungan variabel laten dan indikator yang digunakan.

a. *Convergent Validity*

Kaitan antara skor indikator dan variabel menunjukkan bahwa model pengukuran mempunyai validitas konvergen. Validasi dikatakan efektif jika angka Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0,5 atau indikator utama memiliki

faktor loading lebih besar dari 0,5. Menurut Ghazali dan Latan (2015), nilai AVE harus lebih dari 0,5, namun faktor muatan 0,5 hingga 0,6 mungkin cukup ketika membuat skala pengukuran untuk pertama kalinya. Selain itu, variasi diperkenalkan dengan menormalkan pemuatan indikator di seluruh prosedur algoritma PLS berulang (Abdullah, 2015).

b. Discriminant Validity

Dengan menggunakan indikator reflektif Uji validitas diskriminan dapat dilakukan, untuk memastikan hasil yang memadai, disarankan agar nilai cross-loading tiap variabel melebihi 0,7, sesuai dengan rekomendasi Ghazali (2015). Untuk menilai validitas diskriminan yang baik, kita dapat membandingkan akar kuadrat dari rata-rata varian Average Variance Extracted (AVE) dari setiap konstruk dengan variabel lainnya, sesuai dengan metode yang diajukan oleh Fornell dan Larcker (1981) [Ghazali, 2015].

c. Composite Reliability

Alpha Cronbach dan Reliabilitas Komposit adalah dua pendekatan yang menggunakan indikator refleksi untuk menilai kepercayaan terhadap ide. Alpha Cronbach dapat digunakan untuk menilai ketergantungan konstruk.

Evaluasi keandalan tercermin dalam skor keseluruhan dependabilitas. Ketika tingkat keandalan komposit melebihi 0,7, itu dianggap sebagai batasan yang dapat diterima untuk keandalan komposit, sesuai dengan Abdullah (2015).

d. One Order Confirmatory Factor Analysis

Representasi seluruh variabel dalam model konstruksi termasuk dalam model orde pertama yang digunakan dalam penelitian ini. Pergeseran dari konsep laten ke setiap item variabel terjadi dalam analisis PLS, yang setara dengan uji konstruk orde pertama. Menurut Ghazali (2015), ketika nilai t-statistik melampaui 1,96, maka tingkat signifikansi masing-masing indikator pada dimensi variabel laten terungkap dalam tabel koefisien jalur bootstrapping.

2. Analisis inner model

a. R-Square (R²)

Kapasitas prediktif model struktural yang telah dihitung sebelumnya dapat diukur dengan menghitung nilai R-Squared (R²) untuk setiap variabel endogen. Peneliti mungkin mempelajari bagaimana perubahan nilai R-Squared (R²) sebagai

respons terhadap masuknya variabel eksogen untuk menilai apakah variabel laten eksogen mempunyai pengaruh besar terhadap variabel laten endogen. Model dengan nilai R-Squared (R^2) masing-masing sekitar 0,75, 0,50, dan 0,25 memiliki daya prediksi kuat, sedang, atau lemah.

b. Q^2 Predictive Relevance

Kegunaan prediktif model PLS dapat dievaluasi menggunakan validasi silang sintetik dan fungsionalitas pemasangan dengan memperkirakan variabel yang diamati dan parameter konstruksi. Nilai Q^2 , selain nilai R-Square, dapat digunakan dalam evaluasi ini. Jika nilai Q^2 lebih besar dari nol, model mempunyai kekuatan prediksi. Jika nilainya kurang dari nol, model mungkin tidak memberikan prediksi yang akurat (Ghozali, 2015). Q^2 adalah alat yang berguna untuk mengevaluasi estimasi model dan parameter berdasarkan data observasi.

c. Q^2 Predictive Relevance

Model PLS memerlukan validasi silang sintetik dan fungsi penyesuaian yang menggunakan estimasi variabel yang dapat diamati dan membuat parameter. Selain nilai R-Square, model PLS dapat menyertakan indikator relevansi yang diprediksi seperti Q^2 selama proses evaluasi. Jika angka Q^2 lebih besar dari nol, berarti model tersebut bersifat prediktif. Jika nilainya kurang dari nol maka model tersebut mungkin tidak signifikan dalam prediksi (Ghozali, 2015). Q^2 membantu dalam menentukan kemandirian estimasi model dan parameter yang diperoleh.

d. Uji Hipotesis

Pada pengevaluasian signifikansi dampak variabel, uji hipotesis dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping*. Dalam prosedur ini, sampel ulang dilakukan bersamaan dengan proses *bootstrapping*.

e. Ono Order Confirmatory Factor Analysis

Ketika semua variabel diwakili oleh item dan dimasukkan ke dalam model konstruksi, model satu tingkat digunakan. Analisis PLS, seperti tes satu tahap, memerlukan peralihan dari konstruksi laten ke item untuk setiap variabel. Apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 maka tabel koefisien bootstrapping akan menunjukkan tingkat signifikansi masing-masing indikator konstruk terhadap variabel laten. (2015) (Ghozali).

BAB IV

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Universitas Jambi

Akademi Bisnis Djambi beroperasi di bawah naungan Yayasan Pendidikan Tinggi Djambi sejak tahun 1960, menyusul upaya tokoh masyarakat dan Pemerintah Jambi. R. Sudarsono menjabat Walikota Jambi saat itu. Akademi Bisnis Jambi berganti nama menjadi Fakultas Ekonomi pada tahun 1961, seiring dengan berdirinya Fakultas Hukum. Fakultas-fakultas tersebut akhirnya digabung menjadi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Atas dasar kedua fakultas tersebut, tokoh masyarakat dan Pemerintah Daerah Jambi bersatu untuk memperjuangkan berdirinya pendidikan tinggi di Jambi. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri PTIP Nomor 105 Tahun 1962, upaya tersebut diwujudkan melalui Panitia Persiapan Pendirian Universitas Negeri Jambi. Panitia Persiapan Pendirian Universitas Jambi secara resmi didirikan pada tanggal 15 Agustus 1962, di bawah arahan Kolonel MJ. Singkedekane yang saat itu menjabat Gubernur Provinsi Jambi.

Kerja keras panitia ini membuahkan hasil dengan berdirinya Universitas Negeri Jambi pada tanggal 1 April 1963 yang diakui secara hukum dengan Surat Keputusan Menteri PTIP Nomor 25 Tahun 1963 tanggal 23 Maret 1963. Panitia persiapan juga berhasil membentuk dua universitas baru. perguruan tinggi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, yang dibuka pada tanggal 1 April 1963. Universitas Negeri Jambi sebelumnya terdiri dari empat fakultas: Pertanian, Peternakan, Ekonomi, dan Hukum.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 148 diterbitkan pada tahun 1966, yang menetapkan Universitas Jambi sebagai universitas. Namun karena sudah beberapa tahun tidak diterimanya surat keputusan di Jambi, maka universitas tersebut kini dikenal dengan nama Universitas Negeri Jambi.

Pendirian Universitas Negeri Jambi diamanatkan oleh Keputusan Menteri PTIP Nomor 25 Tahun 1963 yang dipimpin oleh Kolonel MJ. Singkedekane yang saat itu menjabat sebagai Gubernur Jambi dan juga ketua panitia persiapan. Universitas ini pertama kali dikelola dengan sistem presidium pada tahun 1963

hingga tahun 1977, ketika Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengangkat Drs. Kemas Mohammad Saleh sebagai rektor.

4.2. Visi Misi Universitas Jambi

4.2.1. Tujuan Universitas Jambi

Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkembang menjadi masyarakat modern yang menjunjung tinggi nilai-nilai taqwa dan iman dengan penguasaan ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi.

1. Mendorong perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif, berpengetahuan, berakhlak mulia, disiplin, etis, dan memiliki pendidikan tinggi. Mereka harus dapat beradaptasi dan bersaing dalam pengembangan ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi.

2. Bertujuan untuk mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta mendorong pemanfaatannya guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Selain itu, penting juga untuk menjaga dan memperkaya warisan budaya nasional.

3. Membangun suasana demokratis di mana kebebasan akademik dihargai dan mendukung otonomi ilmu yang bertanggung jawab.

4. Meningkatkan dan memperkuat tata kelola organisasi agar berjalan dengan baik dan sehat.

4.2.2. Misi Universitas Jambi

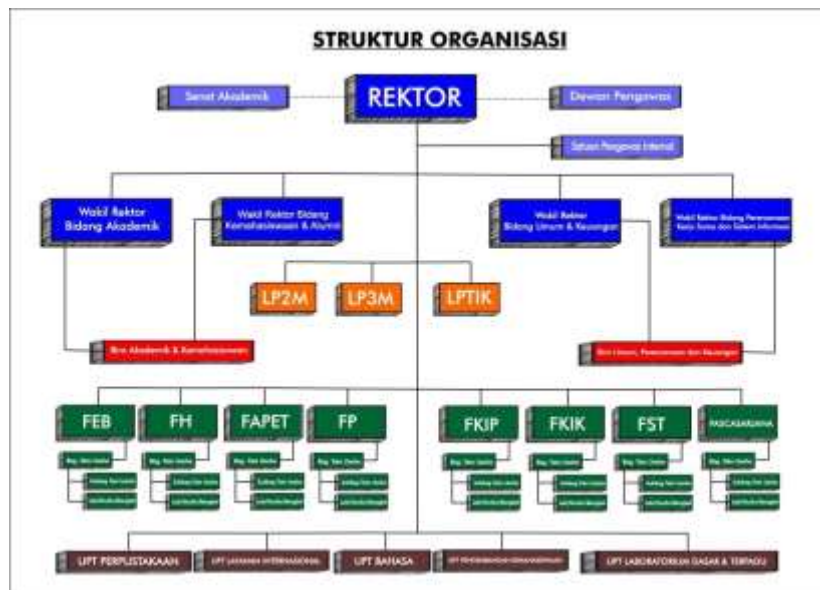
Didedikasikan untuk menyediakan akses terhadap pendidikan tinggi yang berkualitas tinggi dan terjangkau bagi semua sektor masyarakat berdasarkan cita-cita kesetaraan dan layanan pendidikan tinggi yang unggul.

1. Menyebarkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, pengabdian masyarakat, dan penelitian.
2. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan memfasilitasi pengembangan kreativitas dan jiwa wirausaha sesuai minat dan bakat mahasiswa.
3. Mengembangkan lulusan yang berjiwa wirausaha dan kemampuan memanfaatkan ilmu pengetahuan secara profesional dalam disiplin ilmu yang kompetitif.
4. Menyelenggarakan penelitian yang inovatif dan kreatif di tingkat nasional

dan internasional untuk meningkatkan pendidikan unggul dengan sikap kewirausahaan.

5. Meningkatkan persyaratan mutu akademik untuk memenuhi norma nasional dan internasional.

4.3. Struktur Organisasi Universitas Jambi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Universitas Jambi

4.5. Lokasi Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi berlokasi di Jl. Jambi – Muara Bulian No. KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kabupaten Muara Jambi, Jambi.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi dampak dari persepsi utilitas dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik, dengan mempertimbangkan minat pengguna sebagai variabel moderasi. Data dikumpulkan dari responden yang tergabung dalam Program Studi Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Bagian ini akan memberikan gambaran singkat tentang data responden dan hasil analisis statistik deskriptif. Selanjutnya, hasil analisis data akan dijabarkan secara lebih detail.

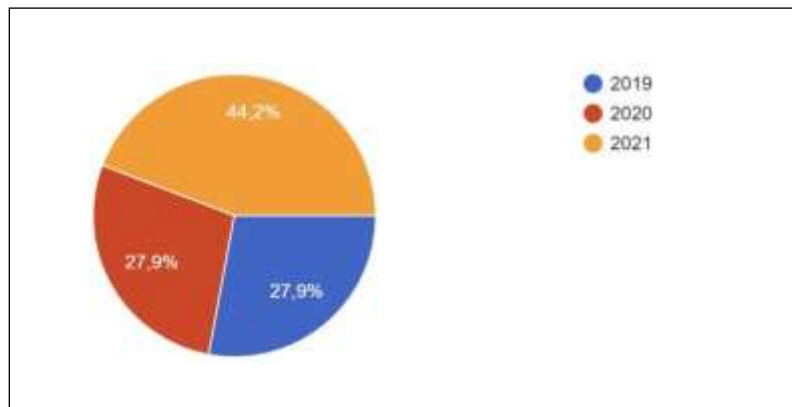
5.1. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, adapun gambaran umum responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Responden Berdasarkan Angkatan

Dari kuesioner yang didistribusikan kepada mahasiswa/i program studi manajemen di Universitas Jambi, yang merupakan angkatan tahun 2019 hingga 2021, diperoleh jumlah responden sebagaimana tercantum di bawah ini:

Gambar 5.1 Responden Berdasarkan Angkatan



Sumber : Data Primer, 2023 (data diolah)

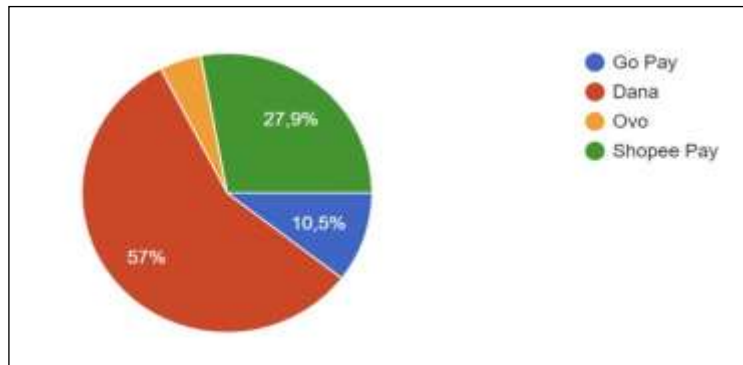
Dari gambar 5.1 Dapat dipastikan Angkatan 2019 menjawab sebanyak 24 orang, Angkatan 2020 sebanyak 24 orang, dan Angkatan 2021 sebanyak 38 orang.

2. Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi E-Money

Aplikasi e-money yang paling umum digunakan dapat ditemukan melalui ringkasan data responden di bawah ini:

Gambar 5.2 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi E-Money

Sumber : Data Primer, 2023 (data diolah)



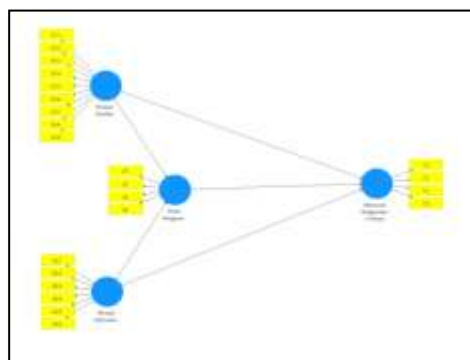
Dari gambar 5.2, terlihat bahwa dari 86 responden, 57% dari mereka menggunakan Dana, 27,9% memilih Shopee Pay, 10,5% menggunakan Go Pay, dan 4,7% memilih Ovo. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi lebih memilih aplikasi Dana sebagai pilihan e-money mereka.

5.2. Pengujian Data dan Model Penelitian

Diagram rute pembuatan model luar dan model dalam pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 5.3

Outer Model dan Inner Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Model luar dan model dalam dari model PLS keduanya dievaluasi. Model luar digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model, sedangkan model dalam digunakan untuk memperkirakan hubungan sebab akibat antara variabel laten dan kriteria pengukuran. Pendekatan analisis data menggunakan SmartPLS3 yang mengevaluasi outer model menggunakan validitas konvergen, diskriminan, dan Cronbach's alpha. Sedangkan prosedur bootstrapping digunakan untuk menghasilkan estimasi korelasi kausalitas dengan menggunakan parameter uji T-statistik untuk inner model (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

5.3.1. Evaluasi Model

1. Menilai Outer Model atau Measurement Model (Model Pengukuran)

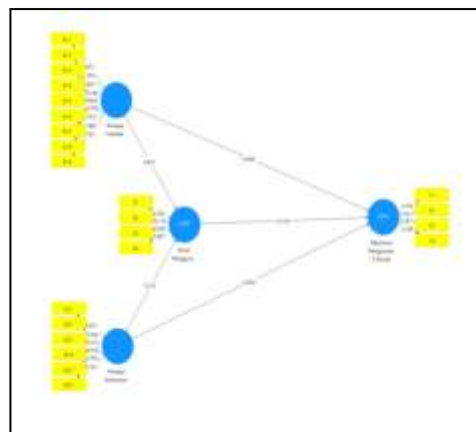
Validitas konvergen, diskriminan, reliabilitas komposit, dan Cronbach's alpha adalah beberapa kriteria yang digunakan untuk menguji model luar dengan SmartPLS3.

a. Coonvergent Validity

Pemeriksaan validitas konvergen dilakukan dengan mencerminkan indikator dalam analisis PLS. Loading indikator dalam pengukuran konstruk digunakan untuk menguji hal tersebut (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Ketika korelasi dengan pengukuran konsep lebih dari 0,70, pemuatan faktor dianggap kuat, khususnya dalam pengaturan konfirmatori. Namun Chin (1998) berpendapat bahwa nilai faktor pemuatan 0,5 hingga 0,6 sudah cukup pada tahap awal pembuatan skala pengukuran (Ghozali, 2015). Batas faktor pemuatan 0,70 akan digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 5.4

Outer Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berikut ini merupakan table outer loading hasil kalkulasi algoritma untuk *outer model*:

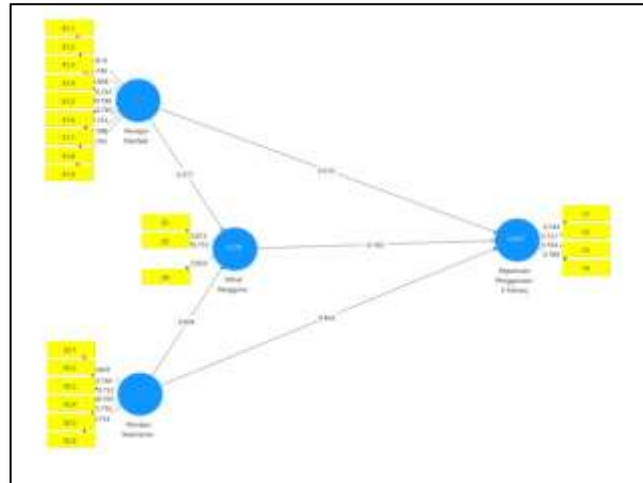
Tabel 5.1 Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.813	Valid
	X1.2	0.744	Valid
	X1.3	0.807	Valid
	X1.4	0.798	Valid
	X1.5	0.800	Valid
	X1.6	0.740	Valid
	X1.7	0.761	Valid
	X1.8	0.788	Valid
	X1.9	0.765	Valid
Persepsi Keamanan (X2)	X2.1	0.810	Valid
	X2.2	0.766	Valid
	X2.3	0.751	Valid
	X2.4	0.765	Valid
	X2.5	0.792	Valid
	X2.6	0.754	Valid
Keputusan Penggunaan E-Money (Y)	Y1	0.740	Valid
	Y2	0.732	Valid
	Y3	0.797	Valid
	Y4	0.789	Valid
Minat Pengguna (Z)	Z1	0.783	Valid
	Z2	0.718	Valid
	Z3	0.581	Tidak Valid
	Z4	0.807	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa pada tahap awal, beberapa indikator dalam outer model tidak memenuhi kriteria validitas konvergen yang ditetapkan, dengan nilai loading factor di bawah 0,70. Akibatnya, indikator dengan faktor muatan kurang dari 0,70 dikeluarkan dari penelitian karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Setelah indikasi yang salah dihilangkan, model dihitung ulang dan diperbarui, menghasilkan hasil sebagai berikut:

Gambar 5.5
Outer Model setelah dikalkulasi ulang



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Pada Gambar 5.5, terlihat bahwa koefisien regresi atau tingkat sensitivitas yang dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan e-money (0,510) lebih tinggi daripada tingkat sensitivitas yang dipengaruhi oleh variabel persepsi keamanan (0,462). Ini mengindikasikan bahwa perubahan dalam persepsi manfaat memiliki dampak yang lebih besar pada keputusan penggunaan e-money daripada perubahan dalam persepsi keamanan. Selain itu, dalam proses analisis, beberapa indikator dihapus dari model karena nilai validitasnya tidak memenuhi kriteria. Sehingga, hanya indikator yang memiliki nilai valid yang dipertahankan dalam model. Hasil dari perhitungan ulang pada tabel outer loading model adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2
Outer Loading setelah di kalkulasi ulang

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.813	Valid
	X1.2	0.744	Valid
	X1.3	0.807	Valid
	X1.4	0.798	Valid
	X1.5	0.8	Valid
	X1.6	0.74	Valid
	X1.7	0.761	Valid
	X1.8	0.788	Valid
	X1.9	0.765	Valid
Persepsi Keamanan (X2)	X2.1	0.81	Valid
	X2.2	0.766	Valid
	X2.3	0.751	Valid
	X2.4	0.765	Valid
	X2.5	0.792	Valid
	X2.6	0.754	Valid
Keputusan Penggunaan E-Money (Y)	Y1	0.74	Valid
	Y2	0.732	Valid
	Y3	0.797	Valid
	Y4	0.789	Valid
Minat Pengguna (Z)	Z1	0.783	Valid
	Z2	0.718	Valid
	Z4	0.807	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Setelah dilakukan perhitungan ulang, seluruh faktor loading untuk setiap indikasi pada Tabel 5.2 memiliki nilai lebih besar dari 0,70. Hasilnya, untuk setiap variabel, tidak ada lagi konstruk yang dihapus dari model.

b. Discriminat Validity

Model mempunyai validitas diskriminan yang dapat diterima jika akar

AVE setiap konsep lebih besar dibandingkan korelasi antara konstruk dengan komponen lainnya (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Untuk menguji validitas diskriminan, digunakan nilai cross-loading dari penilaian konsep. Dianggap sah jika nilai cross loading suatu variabel lebih besar dari 0,70. Cara lainnya adalah dengan membandingkan root AVE setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Berikut hasil uji validitas diskriminan:

Tabel 5.3
Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

	Persepsi Manfaat	Persepsi Keamanan	Keputusan Penggunaan E-Money	Minat Pengguna
X1.1	0.814	0.734	0.611	0.66
X1.2	0.746	0.608	0.551	0.491
X1.3	0.808	0.698	0.593	0.61
X1.4	0.797	0.691	0.631	0.577
X1.5	0.798	0.688	0.664	0.547
X1.6	0.74	0.648	0.567	0.458
X1.7	0.761	0.684	0.628	0.552
X1.8	0.788	0.653	0.667	0.566
X1.9	0.765	0.686	0.541	0.627
X2.1	0.661	0.809	0.604	0.543
X2.2	0.673	0.766	0.52	0.663
X2.3	0.62	0.752	0.545	0.543
X2.4	0.603	0.765	0.54	0.526
X2.5	0.739	0.792	0.67	0.54
X2.6	0.718	0.754	0.682	0.572
Y1	0.611	0.619	0.744	0.292
Y2	0.533	0.522	0.731	0.42
Y3	0.673	0.658	0.794	0.515
Y4	0.543	0.538	0.788	0.381
Z1	0,598	0,591	0,398	0,813

Sumber : Pengolahan data PLS 2023

Berdasarkan data pada Gambar 5.6 dapat disimpulkan bahwa setiap indikator variabel penelitian mempunyai nilai cross loading yang paling besar pada variabel yang diwakilinya jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada

variabel lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik ketika mengukur karakteristik yang dievaluasi.

c. *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

PLS melakukan pengujian reliabilitas untuk memastikan konsistensi internal alat ukur. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability adalah dua pendekatan untuk menguji reliabilitas PLS (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui keakuratan dan konsistensi suatu alat ukur pada saat melakukan pengukuran. Karena dapat diandalkan, alat ukur yang dapat dipercaya dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Alat ukur yang andal akan memberikan hasil yang dapat diandalkan (Hartono, 2019). Ghozali (2015) merekomendasikan penggunaan ketergantungan Komposit untuk mengukur ketergantungan pembangunan. Hal ini disarankan karena Cronbach's Alpha cenderung memberikan hasil yang lebih rendah atau meremehkan ketergantungan ketika digunakan untuk mengukur keandalan konstruk. Menurut Rambut dkk. (2008), sebagaimana dikutip dalam Abdillah dan Jogiyanto (2015), nilai Composite Reliability harus lebih baik dari 0,70 agar dapat dianggap reliabel. Nilai Reliabilitas Komposit masing-masing variabel adalah sebagai berikut

Tabel 5.4
Composite Realibility

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Keputusan Penggunaan E-Money	0,849
Minat Pengguna	0,839
Persepsi Keamanan	0,899
Persepsi Manfaat	0,933

Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2023

Tabel 5.4 menunjukkan dengan bukti nilai Keandalan Komposit lebih dari 0,70 bahwa konstruksi tersebut memenuhi kriteria keandalan.

Berikut disajikan nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.5

Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Keputusan Penggunaan E-Money	0,764
Minat Pengguna	0,712
Persepsi Keamanan	0,866
Persepsi Manfaat	0,919

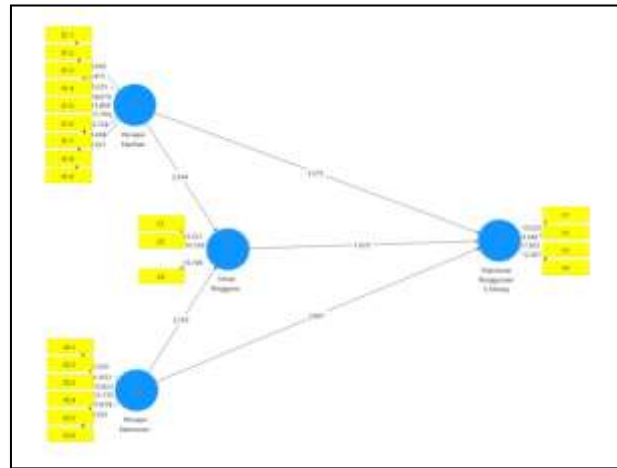
Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berdasarkan tabel 5.14, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,70.

2. Pengujian *inner model* (model structural)

Dalam analisis Partial Least Squares (PLS), R-Square digunakan untuk menilai model yang kompleks atau struktural. Ini mengukur sejauh mana perubahan dalam variabel independen berdampak pada variabel dependen. Nilai R-Square yang semakin tinggi menunjukkan semakin tepat model prediksi yang diperoleh dari penelitian ini. Selain itu, pengujian bootstrap dilakukan pada model bagian dalam (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Hasil pengujian bootstrapping pada inner model adalah sebagai berikut:

Gambar 5.6
Inner Model (Model Struktural)



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Untuk mengukur signifikansi dalam pengujian hipotesis, inner model struktural dievaluasi menggunakan R-Square dan nilai koefisien jalur atau nilai t untuk setiap jalur (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Gambar 5.7 menunjukkan bahwa nilai koefisien rute maksimum untuk variabel persepsi keuntungan dalam keputusan pemanfaatan e-money adalah sebesar 0,510. Sedangkan variabel minat pengguna terhadap pilihan memanfaatkan e-money mempunyai nilai koefisien jalur paling kecil yaitu -0,183. Seluruh variabel dalam model ini mempunyai nilai positif yang menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka semakin besar nilai koefisien jalur variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel 5.15 juga menampilkan hasil estimasi R-Square menggunakan SmartPLS 3.

Tabel 5.6
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Keputusan Penggunaan E-Money	0,657
Minat Pengguna	0,570

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Nilai uji R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar angka R-Square maka semakin akurat model prediksi penelitian ini.

. Nilai uji R-Square digunakan untuk mengetahui sejauh mana v. Dua variabel independen (X), Persepsi Manfaat (X1) dan Keamanan (X2), satu variabel dependen (Y), dan satu variabel mediasi, Minat Pengguna (Z).), digunakan dalam penelitian ini.

Perubahan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Semakin besar angka R-Square maka semakin akurat model prediksi penelitian ini.

Selama penelitian ini diperoleh nilai R-square sebesar 0,657 atau sekitar 66% untuk satu variabel independen dan 0,570 atau sekitar 57% untuk variabel independen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 66% dan 57% variasi perubahan variabel terikat masing-masing dapat dijelaskan oleh variabel bebas dan variabel media yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

5.4 Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, nilai koefisien rute atau inner model digunakan untuk menentukan derajat signifikansi. Tabel 5.6 merangkum hasil pengujian model struktural.

Tabel 5.7
Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Persepsi Manfaat -> Keputusan Penggunaan E- Money	0,510	0, 511	0,143	3,573	0,000
Persepsi Keamanan -> Keputusan Penggunaan E- Money	0,462	0,453	0,116	3,997	0,000
Persepsi Manfaat -> Minat Pengguna	0,404	0,406	0,147	2,745	0,006
Persepsi Keamanan -> Minat Pengguna	0,377	0,381	0,148	2,544	0,011
Minat Pengguna -> Keputusan Penggunaan E- Money	-0,183	-0,169	0,109	1,679	0,094

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Dari tabel 5.7, hasil pengujian dengan metode bootstrapping menggunakan PLS mengungkapkan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

- 1. Uji Hipotesis I Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan E-Money**

Berdasarkan temuan uji hipotesis, koefisien jalur mempunyai nilai positif sebesar 0,510 dan P-Value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara tingkat literasi keuangan dengan kesuksesan perusahaan. Nilai T-Statistics sebesar 3,573 juga berada pada kisaran sangat baik. Berdasarkan kriteria umum, apabila nilai P-Values sebesar 0,05 dan nilai T-Statistic lebih dari 1,96 maka hipotesis diterima dan H_0 ditolak. Hasilnya, manfaat yang dirasakan berdampak pada keputusan penggunaan uang elektronik secara positif dan substansial (hipotesis saya diterima).

2. Uji Hipotesis II Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money

Temuan uji hipotesis menunjukkan bahwa koefisien jalur mempunyai nilai positif sebesar 0,462 dan P-Value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup besar antara kualitas literasi keuangan dengan kinerja perusahaan. Nilai T-Statistik, 3,997, juga termasuk dalam kategori baik. Pedoman umum menyatakan jika nilai P-Values sebesar 0,05 dan nilai T-Statistic lebih dari 1,96 maka hipotesis diterima dan H_0 ditolak. Hasilnya, persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemanfaatan uang elektronik (Hipotesis II dapat diterima).

3. Uji Hipotesis III Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Pengguna

Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien rute dengan arah positif sebesar 0,404. Nilai P-Values yang menunjukkan pengaruh variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan e-money sebesar 0,006 dan nilai T-Statistic sebesar 2,745. Jika nilai P-Values sebesar 0,05 dan nilai T-Statistic lebih dari 1,96 maka hipotesis diterima dan H_0 ditolak. Hasilnya, literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keberhasilan perusahaan (Hipotesis III diterima).

4. Uji Hipotesis IV Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Pengguna

Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien rute positif sebesar 0,377. Hasil P-Values sebesar 0,011 menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh terhadap minat pengguna. Selain itu, nilai T-Statistic memberikan hasil yang baik yaitu 2,544. Jika P-Value kurang dari 0,05 dan T-

Statistic lebih besar dari 1,96 maka hipotesis diterima dan H_0 ditolak. Sebagai konsekuensinya, persepsi kegunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat pengguna (Hipotesis IV diterima).

5. Uji Hipotesis V Pengaruh Minat Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan E-Money

Koefisien rute negatif sebesar -0,183 ditemukan dari temuan uji hipotesis. Nilai P-Values sebesar 0,094 menunjukkan pengaruh faktor minat pengguna terhadap pilihan memanfaatkan e-money. Selain itu, nilai T-Statistic memberikan hasil yang baik yaitu 1,679. Jika P-Values kurang dari 0,05 dan nilai T-Statistic lebih dari 1,96 maka hipotesis dan H_0 diterima. Konsekuensinya, minat pengguna tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap perlu tidaknya menggunakan e-money (Hipotesis V diterima).

5.5. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi menunjukkan bahwa persepsi utilitas dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan penggunaan e-money, dengan minat Pengguna Fakultas sebagai variabel moderasi. Berikut penjelasan analisa hasil SmartPLS 3 :

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan E- Money

Berdasarkan hasil penelitian, Perceived Benefits (X_1) berpengaruh positif dan besar terhadap Keputusan Penggunaan E-Money (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien rute sebesar 0,510 dimana nilai T-statistic sebesar 3,573 diatas nilai T-tabel sebesar 1,96 dan nilai P-Values sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan siswa, semakin baik keputusan mereka untuk menggunakan e-money. Siswa yang merasakan manfaat yang menguntungkan lebih cenderung membuat penilaian yang baik saat menggunakan e-money, sehingga mereka dapat menikmati manfaat tambahan seperti efisiensi waktu saat melakukan transaksi.

Kesimpulan penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang diterbitkan pada tahun 2020 oleh Reza Nurzanita¹ dan Novi Marlina², yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap keputusan penggunaan Gopay. Selain itu, temuan penelitian yang

dilakukan pada tahun 2022 oleh Isabella Dinda Silva dkk. melengkapi kesimpulan tersebut, menunjukkan bahwa variabel kegunaan mempunyai pengaruh positif yang kuat terhadap keputusan adopsi e-money.

2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E- Money

Berdasarkan temuan penelitian ini, Persepsi Keamanan (X2) mempunyai pengaruh baik dan besar terhadap Keputusan Penggunaan E-Money (Y). Faktanya, temuan penelitian ini menunjukkan koefisien jalur positif sebesar 0,462, nilai T-statistik sebesar 3,997 yang berada di atas ambang batas (T-tabel) 1,96, dan P-Value sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Akibatnya, semakin baik rasa aman seorang pelajar, semakin mereka mendukung pengambilan keputusan yang bijaksana saat menggunakan uang elektronik. Persepsi positif terhadap keamanan akan menanamkan kepercayaan pada siswa karena data pribadi mereka lebih terlindungi dan kemungkinan kehilangan uang saat menggunakan e-money berkurang.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya, seperti yang dilaporkan oleh Ahmad Iliyin dan Widiartanto (2020), yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan penggunaan. Senada dengan hal tersebut, Susanti dan Febriyantoro (2021) menemukan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan penggunaan e-money.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil penelitian, Perceived Benefits (X1) berpengaruh positif dan besar terhadap Minat Pengguna (Z). Koefisien jalur diketahui memiliki nilai positif sebesar 0,404, nilai t (T-statistik) sebesar 2,745 yang melampaui angka 1,96 yang merupakan nilai T-tabel, dan P-Values sebesar 0,006 yang kurang dari 0,05 . Temuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula antusiasme pelajar dalam memanfaatkan e-money. Siswa yang mempunyai pendapat baik mengenai manfaatnya lebih cenderung menggunakan uang elektronik dibandingkan uang tunai.

Temuan penelitian ini kembali dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) yang menemukan bahwa manfaat yang dirasakan mempunyai pengaruh yang baik dan besar

terhadap minat konsumen dalam mengadopsi layanan uang elektronik. Namun menurut penelitian Henry Kurnianingsih (2020), walaupun persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang baik, namun tidak signifikan dalam hal minat memanfaatkan e-money.

4. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan temuan penelitian ini, Persepsi Keamanan (X_2) mempunyai pengaruh positif yang kuat terhadap Minat Pengguna (Z). Nilai koefisien jalur positif sebesar 0,510, nilai (T -statistik) sebesar 2,544 yang melampaui nilai (T -tabel) sebesar 1,96, dan nilai P -Values sebesar 0,011 yang kurang dari 0,05 semuanya mendukung hal tersebut. Akibatnya, semakin kuat persepsi keamanan yang diberikan oleh mahasiswa, maka semakin besar pula keinginan pengguna dalam memanfaatkan e-money. Pelajar lebih tertarik memanfaatkan e-money yang dinilai aman dalam menjaga keamanan data pribadi penggunanya.

Temuan penelitian ini kembali mendukung penelitian sebelumnya, seperti penelitian Apriliya Kartika (2018) yang menemukan bahwa persepsi keamanan berhubungan positif dengan minat memanfaatkan e-money. Adi Firman Ramadhan dkk. (2016) menemukan hasil serupa yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan bahaya mempunyai pengaruh positif terhadap minat memanfaatkan e-money.

5. Pengaruh Minat Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan E- Money

Berdasarkan temuan penelitian ini, Minat Pengguna (Z) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan E-Money (Y). Hal ini didukung dengan nilai koefisien rute yang negatif sebesar -0,183, nilai (T -statistik) sebesar 1,679 > 1,96 (T -tabel), dan P -Values penelitian sebesar 0,094 > 0,05. Dalam skenario ini, temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat minat pengguna memiliki dampak kecil terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Siswa dapat menggunakan uang elektronik terlepas dari besarnya motivasi pribadi mereka karena banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan tersebut, seperti norma budaya atau peraturan lingkungan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Iis Qoimatul Ummah, et.al., 2023) yang menyatakan bahwa minat menggunakan e-money syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan e-money.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Partial Least Square (PLS), diperoleh pemahaman bahwa variabel keputusan penggunaan e-money berkontribusi sebesar 66%, sedangkan minat pengguna berkontribusi sebesar 57% terhadap hasilnya. Sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keputusan penggunaan e-money pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi memiliki pengaruh signifikan terhadap manfaat persepsi. Semakin positif persepsi terhadap manfaat e-money, maka semakin besar kemungkinan seseorang memutuskan untuk menggunakannya.
2. Pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-money. Artinya, semakin tinggi tingkat rasa aman pengguna, semakin baik persepsi keamanan terhadap e-money karena e-money dianggap lebih terjamin keamanannya dibandingkan uang tunai.
3. Pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi persepsi manfaat berdampak pada minat penggunaan e-money. Dengan kata arti lain, semakin tinggi minat individu untuk menggunakannya, semakin positif persepsi terhadap manfaat e-money.
4. Pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat pengguna e-money. Dengan artian, semakin baik persepsi keamanan, semakin besar minat seseorang untuk menggunakan e-money.
5. Namun minat pengguna tidak mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dalam memanfaatkan e-money. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun seseorang memiliki tingkat suku bunga yang tinggi, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusannya dalam memanfaatkan e-money.

6.2. Saran

Kesimpulan dari penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Instansi:

Disarankan agar otoritas terkait mengadakan seminar atau acara untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai relevansi dan urgensi adopsi e-money. Konferensi ini secara efektif akan menyampaikan fakta mengenai ambisi pemerintah Indonesia untuk mendorong masyarakat menuju masa depan tanpa uang tunai. Selain itu, upaya untuk meminimalisir risiko penggunaan e-money juga perlu ditekankan agar pengguna merasa lebih aman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan perluasan objek penelitian dan penambahan variabel lain yang relevan. Selain itu, penting untuk menggali lebih dalam informasi terkait persepsi keputusan personal dalam penggunaan e-money. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan e-money dari sudut pandang individual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I. & Shine, J. (2003). Extending The New Technology Acceptance Model To Measure The End User Information Systems Satisfaction In A Mandatory Environment: A Bank Treasury. *Technology Analysis & Strategic*, 15
- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In Aswaja Pressindo.
- Abdillah, Willy, Hartono, Jogiyanto (2015) Partial Least Square (Pls) - Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta : Andi Offset.
- Adi Firman Ramadhan (2016) Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money Vol. 13 No. 2 Oktober 2016
- Ananda. 2009. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara. 45 halaman.
- Ahmad, Aemk. And Ha. Al Zu'Bi. 2011. Ebanking Functionality And Outcomes Of Customer Satisfaction. An Empirical Investigation. *International Journal Of Marketing Studies*. 3 (1). 50-65
- Ahmad Iliyin, Widiartanto (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*
- Ajzen, I And Fishbein, M. (2011). Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall
- Armash, H., H. Salarzahi, Nm. Yaghoobi, A. Heydari And D. Nikbin. 2010. The Effects Of Security And Privacy Information On Trust And Trustworthiness And Loyalty In Online Marketing In Malaysia, *International Journal Of Marketing Studies*. 2 (2). 223-234
- Baddeley, Michelle. 2004. Using E-Cash In The New Economy: An Economic Analysis Of Micropayment Systems. *Journal Of Electronic Commerce*

- Research, 5 (4), 239-253.
- Bank, I.(2018). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 Tentang elektronik. (Www.Bi.Go.Id.Diakses Pada 30 November 2022)
- Chandra, C. (2017). Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Layanan, Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia).
- Chung, KH. and JI. Shin. 2010. The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 22 (4). 473- 491
- Eid, Mi. 2011. Determinants Of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In Saudi Arabia. Journal Of Electronic Commerce Research. 12 (1). 78-93.
- Faradilla Dan Soesanto (2016) Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 13 (2016) Desember 149 - 160 [Http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo](http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo)
- F.D. Davis. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", Mis Quarterly, Vol. 13, No. 3, Pp. 319-340.
- Febriyantoro, Susanti (2021) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society Vol. 1 No. 2 (2021): Fortunate Business Review
- Flavia'N, C. And M. Guinali'U. 2006. Consumer Trust, Perceived Security And Privacy Policy Three Basic Elements Of Loyalty To A Web Site. Industrial Management & Data Systems. 106 (5). 601-620
- Ghozali, I. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Undip. [Http://Libstie.Latansamashiro.Ac.Id//Index.Php?P=Show_Detail&Id=2022](http://Libstie.Latansamashiro.Ac.Id//Index.Php?P=Show_Detail&Id=2022)

- Hartono, J. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85-92.
- Jin, B. and JY. Park. 2006. The Moderating Effect of Online Purchase Experience on the Evaluation of Online Store Attributes and the Subsequent Impact on Market Response Outcomes. *Advances in Consumer Research*. 33. 203-211.
- Kartika, Aprillya (2018) Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang
- Kassim, Norizan, Dan Abdullah, Nor Asiah, (2010),"The Effect Of Perceived Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In E-Commerce Settings: A Cross Cultural Analysis", *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, Vol. 22 Iss: 3 Pp. 351 – 371
- Ki-Han Chung, Jae-Ik Shin, (2010),"The Antecedents And Consequents Of Relationship Quality In Internet Shopping", *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, Vol. 22 Iss: 4 Pp. 473 – 491
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas, Jilid 1. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok Gramedia
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet
- Nurrohman Dan Qurniawati (2019) “23 Among Makarti Vol.12 No.24, Desember 2019 Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di

Lingkungan Iain Surakarta

- Novi, Reza (2020) Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Akuntabel 17 (2), 2020 277-288
[Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Akuntabel](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Akuntabel)
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Akuntabel, 17(2), 277-288..
- Oktabriantono, A. P. Et Al. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Univeritas Pendidikan Ganesha. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1, 8(2).
- Prabawani, Singgih (2016) Journal Article // Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(2), 127-135.
- Putra, Ummah (2023) Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi Dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening
[Http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie](http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(01), 2023, 1586-1595
- Rahmat Syah, Deni. 2011 Analisa Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus :Uang Elektronik Kartu Flazz Bca). Universitas Indonesia.
- Rahmadoni, Isabella (2022) Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan

- Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan pemahaman Teknologi Sebagai Variabel intervening. Akdbb Journal Of Economics And Business (Ajob) Vol. 1 No. 1juni 2022 Hal 52-66
- Roca, Jc., Jj. Garci'A And Jj. De La Vega. 2009. The Importance Of Perceived Trust, Security And Privacy In Online Trading Systems. Information Management & Computer Security. 17 (2). 96-113
- Robbins, Stephen P. & Judge, Timothy A. (2017). Perilaku Organisasi (Edisi 16). Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. Mamang Dan Sopiah. (2013). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Saputri, A. F. B. A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. Skripsi.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. Ekonomi & Bisnis, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/Eb.V18i2.2493>
- Syah, Muhibbin. (2010). Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Setyo Ferry Wibowo & Dede Rosmauli (2015) Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi) | Vol. 6, No. 1, 2015
- Shefrin, Hersh, 2000, Beyond Greed And Fear: Understanding Behavioral Finance And Psychology Of Investing, Harvard Business School Press.
- Shin JK, Chung KH, Oh JS, Lee CW.2010. "The Influence Of Site Quality On Repurchase Intention In Internet Shopping Through Mediating Variable: Student Cases In South Korea. Manajemen 33 (3): 453-463.
- Silva, I. D., Yunita, A., & Rahmadoni, F. (2022). Pengaruh kepercayaan,

kemudahan dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan e-money dengan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening (Studi kasus pada mahasiswa pengguna Shopeepay di Universitas Bangka Belitung). *AKDBB Journal of Economics and Business*, 1(1), 52-66.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Sundana. (2017). *Manajemen Keuangan Perusahaan.*, 8, 62--71.

Suharno. 2010. *Marketing In Practice*. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, V. R., & Febriyantor, M. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-money Pada Era Cashless Society. *Fortunate Business Review*, 1(2), 1-8.

S Tutik (2012). “Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”. Vol.6 No.1 Tahun 2012

Tumewu, James & Wahyuni, Wiwin (2018). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Mengenai Penggelapan Pajak (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Jiafe*. Vol. 4 No.1, Hal 37-54.

Tiarapaksi, B. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan Privasi dan Fitur Layanan Teknologi Finansial Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Indomaret Card sebagai Alat Transaksi* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

- Ummah, I. Q., Ma'ani, B., & Putra, D. (2023). Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi Dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Venkatesh, V., Dan Michael G. Moris, (2000), "Why Don't Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social Influence, And Their Role In Technology Acceptance And Usage Behavior", *Mis Quarterly*, 24/1.
- Waspada, Ikaputera (2012) *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Vol.16, No.1 Januari 2012, Hlm. 122–131 Terakreditasi Sk. No. 64a/Dikti/Kep/2010 [Http://Jurkubank.Wordpress.Com](http://Jurkubank.Wordpress.Com)
- Wibowo, Setyo Ferry Dan Dede Rosmauli (2015), "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, Vol. 6, No. 1, 2015
- Wahyu Prastiwi Umaningsih (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money Vol. 5 No. 3 Nopember 2020, Hlm. 11

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan Minat Pengguna sebagai Variabel Mediasi

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Dengan hormat,
Sehubung dengan adanya pelaksanaan penelitian yang dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DENGAN MINAT PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”, maka penelitian memohon kesediaan mahasiswa/i Prodi Manajemen angkatan 2019, 2020 dan 2021 untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang diberikan oleh mahasiswa/i akan dijaga kerahasiannya dan hanya untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas kesediaan dan partisipasi mahasiswa/i dalam mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis

Sulis Tiyenni C1B019048

10	Dengan menggunakan e-money seseorang mudah mengetahui riwayat transaksi yang dilakukannya					

b. Persepsi Keamanan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan adanya e-money keamanan bertransaksi lebih terjamin					
2	Penggunaan e-money dapat meminimalisir resiko hilangnya data pribadi pengguna					
3	E-Money dapat meminimalisir resiko pencurian aset seseorang					
4	Data pengguna e-money lebih terjaga kerahasiannya					
5	E-money dapat memecahkan masalah saya dari resiko kehilangan uang tunai					
6	Saya merasa khawatir menggunakan e-money karena berpotensi gagal melakukan transaksi pada saat signal tidak stabil atau adanya kendala lain					

c. Minat Pengguna (Z)

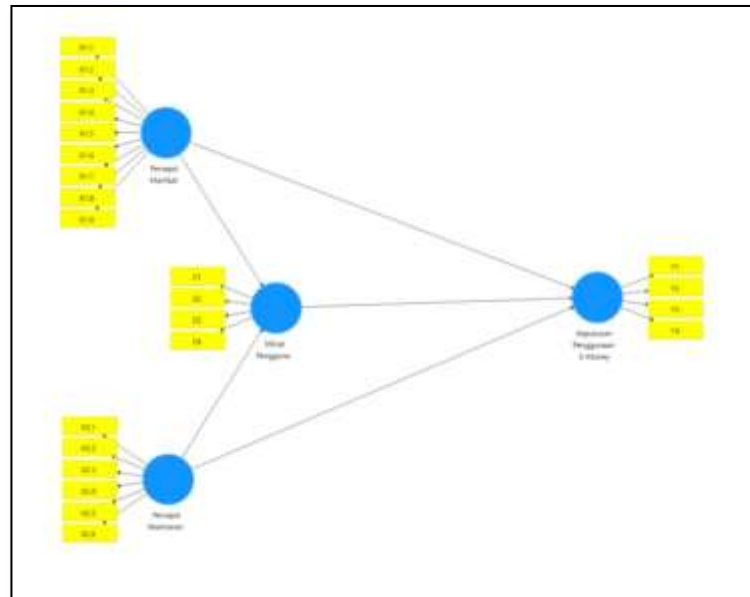
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa cenderung lebih tertarik menggunakan e-money daripada cash atau tunai					
2	Saya merekomendasikan atau mereferensikan e-money kepada orang lain					
3	Saya cenderung memilih e-money sesuai keinginan sendiri daripada rekomendasi orang lain					
4	Saya cenderung mencari informasi sebelum memilih jenis produk e-money yang akan saya gunakan					

d. Keputusan Penggunaan (Y)

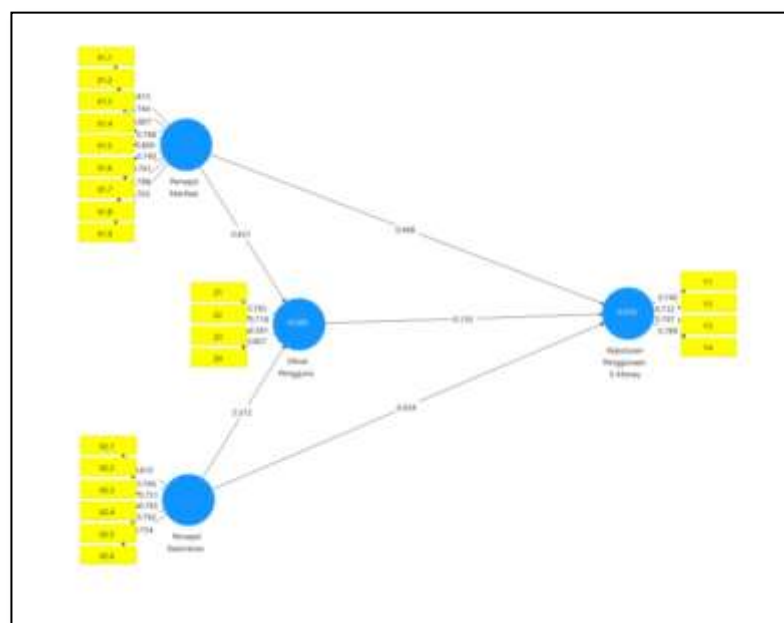
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	E-Money dapat meyakinkan seseorang untuk menggunakan jasa					
2	E-Money memudahkan seseorang dalam melakukan kebajikan					
3	E-Money dapat meningkatkan integritas pengguna					
4	Saya akan terus menggunakan e-money di masa yang akan datang					

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Dengan PLS

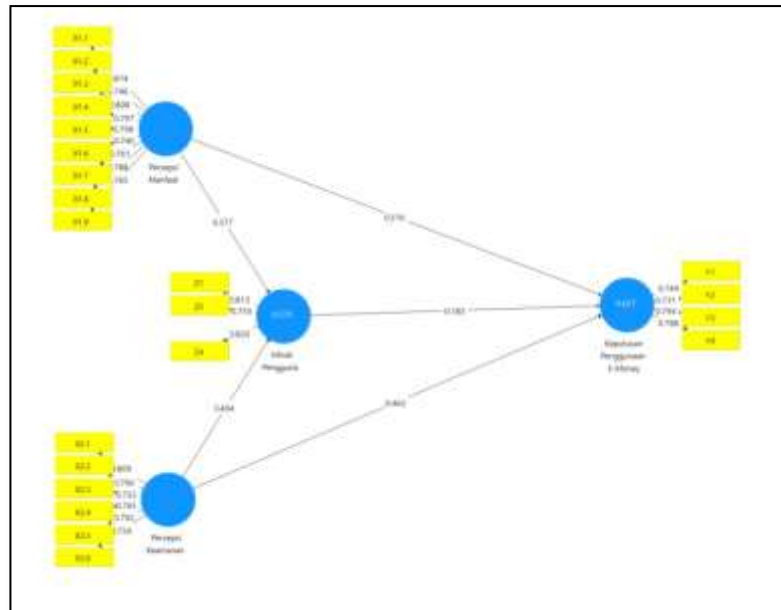
1. Hubungan antar variabel laten



2. Outer Model



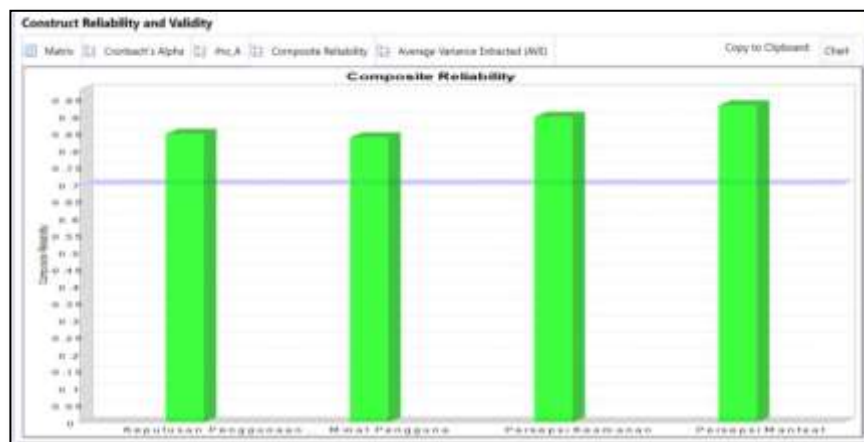
3. Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



4. Matrix Composite Reliability

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Copy to Clipboard	Excel Format	R Format
Keputusan Penggunaan E-Money	0.764	0.768	0.849	0.585			
Minat Pengguna	0.712	0.715	0.839	0.625			
Persepsi Keamanan	0.800	0.847	0.899	0.398			
Persepsi Manfaat	0.818	0.821	0.933	0.606			

5. Diagram Composite Reliability



6. Matrix *Cronbach's Alpha*

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Copy to Clipboard	Excel Format	R Format
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)			
Keputusan Penggunaan E-Money	0.764	0.768	0.848	0.585			
Minat Pengguna	0.712	0.715	0.819	0.625			
Persepsi Keamanan	0.866	0.867	0.899	0.598			
Persepsi Manfaat	0.919	0.921	0.933	0.606			

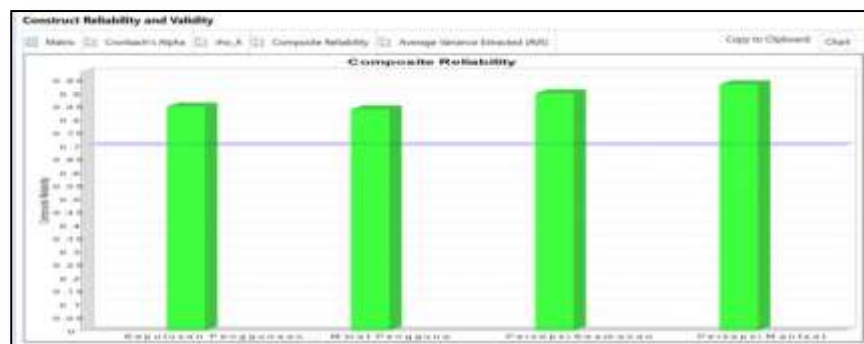
7. Diagram *Cronbach' Alpha*



8. Matrix *Composite Reliability* Setelah Dikalkulasi Ulang

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Copy to Clipboard	Excel Format	R Format
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)			
Keputusan Penggunaan E-Money	0.764	0.768	0.848	0.585			
Minat Pengguna	0.712	0.715	0.819	0.625			
Persepsi Keamanan	0.866	0.867	0.899	0.598			
Persepsi Manfaat	0.919	0.921	0.933	0.606			

9. Diagram *Composite Reliability* Setelah Dikalkulasi Ula



10. Matrix *Cronbach's Alpha* Setelah Dikalkulasi Ulang

Construct Reliability and Validity					Copy to Clipboard	Excel Format	R Format
Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)			
Keputusan Penggunaan E-Money	0.764	0.768	0.849	0.585			
Minat Pengguna	0.712	0.715	0.839	0.625			
Persepsi Keamanan	0.800	0.807	0.899	0.590			
Persepsi Manfaat	0.818	0.821	0.922	0.606			

11. Diagram *Cronbach's Alpha* Setelah Dikalkulasi Ulang



12. Path Coefficients

Path Coefficients							Copy to Clipboard	Excel Format	R Format
Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples						
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values				
Persepsi Manfaat -> Keputusan Penggunaan E-Money	0.510	0.511	0.143	3.573	0.000				
Persepsi Keamanan -> Keputusan Penggunaan E-Money	0.462	0.453	0.116	3.997	0.000				
Persepsi Keamanan -> Minat Pengguna	0.404	0.406	0.147	2.745	0.006				
Persepsi Manfaat -> Minat Pengguna	0.377	0.381	0.148	2.544	0.011				
Minat Pengguna -> Keputusan Penggunaan E-Money	-0.183	-0.169	0.109	1.679	0.094				

13. R-Square

R Square			
Matrix	R Square	R Square Adjusted	
	R Square	R Square Adjusted	
Keputusan Penggunaan E-Money	0.657	0.644	
Minat Pengguna	0.570	0.559	

