

**PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, KEMUDAHAN, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG
ELEKTRONIK DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:
Indrawan Firdauzi
12804244016

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, KEMUDAHAN, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG
ELEKTRONIK DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh :

INDRAWAN FIRDAUZI

NIM. 12804244016

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di
depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.



Yogyakarta, 30 September 2016

Dosen Pembimbing

Aula Ahmad Hafidh S. F., SE., M.Si.

NIP. 197510282005011002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI




PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DI KOTA YOGYAKARTA

Oleh:

Indrawan Firdauzi
NIM. 12804244016

Telah dipertahankan di depan TIM Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta pada
tanggal 11 Oktober 2016 dan dinyatakan LULUS.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Bambang Suprayitno, M.Sc	Ketua Penguji		31/10/2016
Aula Ahmad H. S. F., M.Si	Sekretaris Penguji		07/11/2016
Drs. Supriyanto, M.M	Penguji Utama		19/10/2016

Yogyakarta, 9 November 2016
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan



Dr. Sugiharsono, M. Si
NIP. 19550328 198303 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indrawan Firdauzi

NIM : 12804244016

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan
Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang
Elektronik Di Kota Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya/pendapat yang ditulis/diterbitkan orang lain kecuali pada bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan kutipan dengan tulisan ilmiah yang lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 30 September 2016

Yang menyatakan,



Indrawan Firdauzi

NIM. 12804244016

MOTTO

No Pain, No gain

-Queen of Pain-

Pain build character

-Queen of Pain-

Every exit is an entrance to somewhere else

-Penulis-

Life is like a DOTA, sometimes we need a support, sometimes we are the support

-Nurul Shazwina-

Yang namanya teman tidak dilihat dari dia berguna atau tidak

-No Name-

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ku persembahkan skripsi ini untuk kalian...

Kedua orang tuaku, Bapak Suparyo dan Ibunda Sri Entarwati.

Serta kakak-kakakku Anang Kurniawan dan Agung Rizki Pambudi.

Untuk Indonesia-ku, semoga bermanfaat.

**PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, KEMUDAHAN, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG
ELEKTRONIK DI KOTA YOGYAKARTA**

**Oleh:
INDRAWAN FIRDAUZI
NIM. 12804244016**

ABSTRAK

Uang elektronik merupakan salah satu langkah yang baik dalam sistem pembayaran di Indonesia. Semua kegiatan dilakukan secara elektronik dan memungkinkan adanya pencatatan secara langsung saat bertransaksi. Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan uang elektronik dipengaruhi beberapa faktor. Penelitian ini memiliki 3 variabel endogen yaitu kemampuan finansial, perilaku konsumen dan kemudahan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Penelitian ini merupakan studi eksploratif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer berupa kuesioner yang berjumlah 130 responden. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk memverifikasi faktor-faktor yang menentukan faktor temuan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%. (2) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%. (3) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen sebesar 82,4%. (4) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%. (5) Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.

Kata kunci: *Kemampuan finansial, Kemudahan, Perilaku Konsumen, Minat, Uang elektronik*

THE EFFECTS CAPABILITY OF FINANCE, EASE, AND CONSUMERS' BEHAVIORS ON THE INTEREST IN THE ELECTRONIC MONEY USE IN YOGYAKARTA CITY

By:
INDRAWAN FIRDAUZI
NIM 12804244016

ABSTRACT

Electronic money is one of the good means in the payment system in Indonesia. All the activities are electronically conducted and this enables the direct record in the transaction. The decision making in the electronic money use is affected by several factors. This study uses 3 endogenous variables, namely capability of finances, consumers' behaviors, and ease aiming to find out the effects on the interest in electronic money use.

This was an exploratory study using the quantitative approach. The data were primary data from a questionnaire distributed to 130 respondents. In the study, the analysis method was Structural Equation Modeling (SEM) to verify the factors determining finding factors on the interest in the electronic money use.

The results of the study show that: (1) the variable of capability of finances has a significant positive effect on the interest by 17.2%, (2) the variable of capability of finances has a positive effect on ease by 54.7%, (3) the variable of ease has a significant positive effect on consumers' behaviors by 82.4%, (4) the variable of ease has a significant positive effect on the interest by 66.8%. and (5) the variable of consumers' behaviors has a significant positive effect on the interest by 69.3%.

Keywords: *Capability of finances, Ease, Consumers' behaviors, Interest, Electronic Money*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta” dengan lancar. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A selaku rektor UNY yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan masa studi.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si selaku dekan FE UNY yang telah memberikan ijin untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Tejo Nurseto, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi dan sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan ijin untuk menyelesaikan studi pada program studi Pendidikan Ekonomi.
4. Bapak Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri, M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dengan penuh perhatian, kesabaran dan ketelitian serta memberikan saran yang membangun untuk penulisan skripsi ini.
5. Bapak Supiryanto, M.M selaku narasumber dan penguji utama yang telah memberikan masukan dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
6. Bapak Bambang Suprayitno, M.Sc selaku Ketua Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menguji.
7. Bapak Dating Sudrajat, Selaku admin jurusan pendidikan Ekonomi yang telah membantu penulis dalam pemenuhan kelengkapan administrasi.
8. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama ini.

9. Sahabat-Sahabatku Generasi Baru Indonesia D.I Yogyakarta dan Seluruh Indonesia yang telah memberikan banyak pengalaman berorganisasi, cinta lingkungan dan berjiwa sosial serta mau menjadi tempat keluh kesah persaudaraan selama ini.
10. Sahabat-Sahabat sedari masa muda SMA : Almas Rifqi Dharmawan, Muhammad Zaini Azhar, Rananto Danang Asatman, Dimas Ramdhan, Morgan Primawan, Aristian Wibowo.
11. Seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi, Khususnya teman-teman seperjuanganku kelas 2012 B yang menjadi keluarga yang baik selama masa perkuliahan. Semoga kesuksesan mengiringi langkah kita semua.
12. Semua Pihak yang telah membantu dan mendukung dalam studi hingga terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 29 September 2016

Penulis



Indrawan Firdauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori <i>Technology Acceptance Model</i>	12
2. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
B. Kajian Pustaka	16
1. Pengertian Uang.....	16
2. Fungsi Uang	17
3. Jenis Uang.....	21
4. Evolusi Sistem Pembayaran.....	21
5. Pengertian Uang Elektronik.....	25
6. Penyelenggara Uang Elektronik	28
7. Kelemahan dan Kelebihan Uang Elektronik.....	30
8. Kemampuan Finansial	35
9. Kemudahan	37
10. Perilaku Konsumen.....	38
C. Penelitian yang Relevan.....	42
D. Kerangka Berpikir.....	44
E. Perumusan Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Desain Penelitian	49
B. Waktu dan Tempat Penelitian	49
C. Populasi dan Sampel Penelitian	49
D. Definisi Operasional Variabel.....	51
1. Variabel Laten.....	51

2. Variabel Teramati	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
1. Evaluasi Model Pengukuran	56
2. Evaluasi Model Struktural	58
3. Pengujian Efek Mediasi	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Analisis Deskriptif	61
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	61
2. Karakteristik Responden	61
B. Evaluasi Model Pengukuran	64
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reliabilitas	68
C. Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	70
1. Nilai <i>R-Square</i>	70
2. Uji Signifikansi	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
C. Keterbatasan Penelitian.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Transaksi alat pembayaran menggunakan kartu debit	6
2. Transaksi menggunakan kartu kredit	6
3. Transaksi menggunakan uang elektronik.....	7
4. Perusahaan penyelenggara uang elektronik	28
5. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	41
6. Panduan memnentukan ukuran sampel model SEM	50
7. Distribusi pembagian variabel teramati	54
8. Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	58
9. <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural	59
10. Jumlah responden dan pengembalian kuesioner.....	61
11. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	62
12. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	62
13. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	63
14. Karakteristik responden berdasarkan jenis <i>e-money</i> dimiliki	64
15. Nilai Loading Factor	65
16. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	66
17. Nilai Cross-Loading	67
18. Nilai Cronbachs Alpha.....	69
19. Nilai Composite Reliability	69
20. Tabel Nilai R-Squares	70
21. Nilai Koefisien jalur dan <i>P values</i>	74
22. Nilai koefisien jalur dan T-statistik.....	76
23. Nilai indirect effect	78

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. <i>Techonology Acceptance Model</i>	13
2. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
3. Paradigma Penelitian	45
4. Output PLS Algorithm	72
5. Output bootstrapping	73
6. Output PLS Algorithm kemudahan minat	76
7. Output bootstrapping kemudahan minat	76

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran *non-cash*, baik secara domestik maupun secara internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaanya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman (Burhanuddin, Abdullah, 2006: 9). Pada pertengahan Agustus tahun 2014 lalu Bank Indonesia telah mensosialisasikan adanya program Indonesia bebas uang fisik yang kini lebih dikenal dengan “Gerakan Nasional Non-tunai”. Gerakan nasional non-tunai atau yang biasa disebut dengan GNNT merupakan salah satu program nyata untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen non tunai uang elektronik secara langsung. Sehingga pengguna menjadi terbiasa dan mulai merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non-tunai (www.gerakannasionalnontunai.cError! Hyperlink reference not valid.

/ perjanjian, fasilitas operasional, dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan dan penerimaan instruksi pembayaran serta pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran nilai antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antra negara (Ktut Silvanita, 2009: 82).

Sebelumnya hanya segelintir masyarakat di Indonesia mengenal pembayaran non-tunai, sebelum munculnya uang elektronik program non-tunai sudah dimulai dengan adanya kartu kredit, bagi masyarakat kalangan

atas sangatlah mudah mendapat kepercayaan dari pihak perbankan, namun tidak dengan kalangan masyarakat menengah kebawah. Dengan munculnya uang elektronik seluruh lapisan masyarakat dapat menggunakannya, namun karena ketidaktahuannya masyarakat masih jarang dan bahkan tidak tahu apa itu uang elektronik, selain karena kurangnya pengetahuan pada dasarnya masyarakat Indonesia menganggap uang fisik lebih mudah dan lebih efisien untuk melakukan transaksi sehari-hari, terlebih lagi hanya sebagian kecil pengusaha yang memiliki mesin *electronic data capture* (EDC) di usahanya, bahkan ada pengusaha yang sudah memiliki mesin EDC namun para pekerjanya tidak bisa mengoperasikan alat tersebut.

Sebenarnya uang elektronik sama dengan uang tunai, hanya saja nilai uang tersebut dikonversikan ke dalam format elektronis, produk *e-money* pada umumnya dikategorikan atas dua kelompok yaitu *card-based product* dan *software based product*.

1. *Card based product*

Jenis produk ini menggunakan kartu dengan teknologi *Smart Card* (kartu pintar). Kartu pintar adalah kartu plastik, dan berisi satu atau lebih chip semikonduktor tertanam. Kartu pintar biasanya memiliki tempat penyimpanan di EEPROM berfungsi sebagai penyimpanan nilai elektronis (saldo) dan juga biasanya tersedia mikroprosesor untuk melakukan proses data untuk saldo *e-money*. Kemajuan teknologi baru-baru ini juga telah mengembangkan kartu "*contactless*" pintar, dengan kata lain *chip* dapat berkomunikasi dengan pembaca kartu dengan menggunakan identifikasi

frekuensi radio atau tanpa dimasukkan ke dalam alat pembaca kartu (Bonugli P.K, 2006).

2. *Software-based product*

Jenis produk ini berbasis server dimana nilai elektronis terletak pada sebuah server yang terhubung melalui suatu jaringan komputer / internet (Bank Indonesia, 2016). Mekanisme pemindahan dana dilakukan melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet pada saat melakukan suatu pembayaran. Biasanya jenis produk ini digunakan oleh penerbit yang berasal dari perusahaan operator telekomunikasi (non-perbankan) dikarenakan mereka sudah memiliki jaringan komunikasi yang terhubung dengan alat pembaca.

Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena nilai uang yang disimpan instrumen ini dapat ditempatkan pada suatu media tertentu yang mampu diakses dengan cepat secara *off-line*, aman dan murah (*Working paper* Bank Indonesia, 2006: 8). Tujuan dari uang elektronik atau biasa disebut *e-money* adalah sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat berupa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Selain itu pemegang kartu elektronik tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (receh). Bukan hanya itu uang elektronik juga memiliki tingkat efisiensi

yang tinggi karena sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, jalan tol, *fast food*.

Uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang *cash*, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), sebab dengan uang elektronik transaksi tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedagang (Siti Hidayati, 2006: 1). Keamanan dan kecepatan transaksi tentunya menjadi komoditi yang diperlukan dan menjadi semacam *enablers* yang cukup efektif untuk terciptanya *cash less society* (Susanto Arif, 2009). Hasil survei LCS (*Less Cash Society*) berkaitan dengan sikap, perilaku, dan preferensi dunia usaha terhadap instrumen pembayaran non-tunai menunjukkan bahwa animo dunia usaha sangat besar dalam menerima instrumen ini.

Di masyarakat, sistem pembayaran non-tunai sudah lama digunakan yaitu melalui penggunaan kartu kredit. Bagi masyarakat menengah ke atas mungkin sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan kartu kredit, tapi tidak untuk kalangan menengah ke bawah. Bagi masyarakat menengah ke bawah sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan bank dalam hal kepemilikan kartu kredit.

Oleh karena itu, sistem pembayaran non-tunai yang mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah *e-money*. Saat ini sudah banyak variasi *e-money* mulai dari kartu *e-money* sampai rekening ponsel. Selain karena

munculnya GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai), manfaat penggunaan sistem pembayaran non-tunai sangat besar sekali. Sistem ini dapat memperkecil resiko kehilangan uang. Masyarakat tidak akan khawatir uangnya dicuri, karena uang tersebut sudah tercatat hanya dalam sebuah kartu atau catatan saldo rekening ponsel.

Manfaat lainnya, dengan sistem ini Bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang di masyarakat sehingga inflasi dapat dikontrol dengan baik. Selain itu, Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, baik uang kertas maupun uang logam yang mudah rusak. Karena umur penggunaan kartu lebih lama daripada umur penggunaan uang kertas yang mudah robek, basah, dan rusak.

Banyak pandangan di masyarakat bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan, oleh sebab itu masyarakat lebih memilih untuk menggunakan uang fisik. Namun jika dilihat dari ke-efisienan antara uang fisik dengan uang elektronik sangatlah jauh. Bank Indonesia setidaknya menganggarkan Rp3,5 triliun untuk pencetakan uang setiap tahunnya ([www.kompasiana.c](http://www.kompasiana.com)Error! Hyperlink reference not valid.

Berikut adalah volume transaksi pembayaran di Indonesia yg dilakukan oleh masyarakat atau Industri baik Bank atau Non-Bank:

Tabel 1. Transaksi alat pembayaran menggunakan kartu debit

Periode	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	2.262.299.433	2.824.108.310	3.461.149.865	4.077.696.164	4.574.387.633
Nilai	2.477.041.450	3.065.080.042	3.797.370.438	4.445.073.437	4.897.794.435

Nilai dalam juta rupiah

Sumber: www.bi.go.idError! Hyperlink reference not valid.

Transaksi menggunakan kartu sebagai alat pembayaran diawali pada tahun 2007, transaksi ini berupa cek, giro, bilyet, nota debit. Transaksi yang dihasilkan secara rata-rata naik hingga tahun 2015 mulai melambungnya secara signifikan pada tahun 2013 dimana ruang sosial media mulai merambah di Indonesia dan menyebabkan maraknya penggunaan sosial media sebagai *online shop*.

Tabel 2. Transaksi menggunakan kartu kredit

Periode	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	209.352.197	221.579.851	239.098.519	254.320.061	281.325.840
Nilai	182.602.331	201.840.736	223.369.577	255.057.458	280.543.930

Nilai dalam juta rupiah

Sumber: www.bi.go.idError! Hyperlink reference not valid.

Pada sektor transaksi menggunakan kartu kredit tidaklah masif seperti alat pembayaran lainnya, karena pada dasarnya kartu kredit tidak dapat diberikan oleh perbankan kepada setiap orang, karena pemilik kartu harus memiliki jaminan untuk dapat melakukan *payback* kepada perbankan. Oleh

karena itu dari tahun ke tahun perkembangan transaksi menggunakan kartu kredit tidaklah signifikan.

Tabel 3. Transaksi menggunakan Uang Elektronik

Periode	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	41.060.149	100.623.916	100.623.916	203.369.990	535.579.528
Nilai	981.297	1.971.550	1.971.550	3.319.556	5.283.018

Nilai dalam juta rupiah

Sumber: www.bi.go.id Error! Hyperlink reference not valid.

Dari data di atas transaksi menggunakan uang non-tunai atau uang elektronik sangatlah kecil jumlahnya jika dibandingkan dengan uang kartal yang beredar dimasyarakat pada bulan Desember 2015 sejumlah Rp423.101.000.000.000 (www.bps.go.id Error! Hyperlink reference not valid).

Adapun sistem pembayaran sendiri adalah tata-cara atau prosedur yang saling berkaitan dalam pemindahan sejumlah nilai uang (alat pembayaran) dari satu pihak ke pihak lain yang terjadi karena adanya transaksi ekonomi. Menurut UU. No.23/1999 tentang Bank Indonesia Pasal 1 sampai 6, sistem pembayaran merupakan “Sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi”. Sedangkan menurut BIS (*Bank for International Settlements*) “Sebuah sistem pembayaran terdiri dari seperangkat alat, prosedur perbankan dan, biasanya mentransfer dana antar bank yang menjamin sistem peredaran uang” (Basel, 2003). Ada dua jenis ruang lingkup pembayaran di Indonesia yaitu:

1. Nilai Besar (dilakukan oleh Bank Indonesia)

- a. Bank Indonesia *Real-Time Gross Settlement* (BI-RTGS)
 - b. Bank Indonesia *Scripless Securities Settlement* (BI-SSSS)
2. Nilai Kecil (dilakukan industri bank dan non-bank)
- a. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI)
 - b. Instrumen pembayaran elektronis.

Penelitian yang akan penulis teliti mencakup pembayaran nilai kecil yaitu instrumen pembayaran elektronis, berupa kartu debit, uang elektronik dan kartu kredit. Dalam banyak manfaat dan kemudahan dalam penggunaan elektronik, masyarakat masih belum yakin dalam menggunakan uang elektronik, kenyataannya masih hanya sebagian masyarakat di Indonesia yang cenderung menggunakan uang elektronik. Dari kasus tersebut peneliti ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam penggunaan uang elektronik. Untuk itu peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang “Pengaruh Kemampuan finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, masalah dalam penelitian ini dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya masyarakat yang mengenal uang elektronik.
2. Adanya beberapa faktor yang menjadi penghambat penggunaan uang elektronik baik dari Pengusaha dan Pemilik uang elektronik, seperti tidak adanya mesin *Electronic Data Capture*.

3. Kurangnya pengetahuan para pekerja untuk mengoperasikan mesin EDC (*Electronic data capture*).
4. Masih seringnya kembalian dengan nominal kecil dihargai dengan sebuah permen.
5. Pandangan masyarakat yang terbatas terhadap uang elektronik dibuktikan dengan persepsi yang salah tentang efektif dan efisien antar uang elektronik dan uang fisik.
6. Masih kunonya bentuk pemikiran masyarakat terhadap sesuatu yang baru, karena menganggap uang elektronik berbentuk seperti kartu kredit.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian difokuskan pada pengaruh perilaku konsumen, kemampuan finansial dan kemudahan penggunaan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik yang berupa kartu debit, e-money dan kartu kredit.

D. Rumusan Masalah

Rumusan yang akan dijawab oleh peneliti adalah apakah kemudahan, kemampuan finansial dan perilaku konsumen dapat mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta. Maka pertanyaan peneliti yang bisa diambil adalah:

1. Apakah kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta?

2. Apakah kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam minat menggunakan uang elektronik di kota Yogyakarta?
3. Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam minat menggunakan uang elektronik di kota Yogyakarta?
4. Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta?
5. Apakah perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu:

1. Menjelaskan pengaruh kemampuan finansial terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta.
2. Menjelaskan pengaruh kemampuan finansial terhadap kemudahan.
3. Menjelaskan pengaruh kemudahan terhadap perilaku konsumen.
4. Menjelaskan pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta.
5. Menjelaskan pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan

acuan bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga berguna sebagai sumber literatur mengenai kondisi penggunaan uang elektronik di Kota Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan peneliti agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi kaitannya dengan ekonomi.
- b. Bagi Perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perbankan dan perusahaan penerbit uang elektronik untuk menggiatkan lebih dalam penyelenggaraan dan promosi uang elektronik dan program GNNT dalam berbagai sektor di lapisan masyarakat.
- c. Bagi Perguruan tinggi, hasil penelitian ini bisa digunakan untuk melengkapi hasil kajian terkait dengan penelitian yang mempengaruhi dalam penggunaan uang elektronik dan dapat digunakan untuk menambah wawasan untuk mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

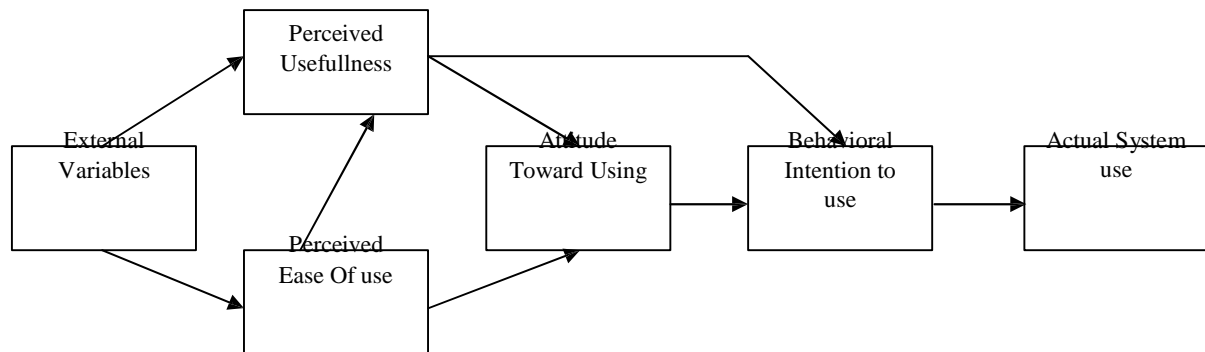
A. Landasan Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan pada tahun 1989 menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru (Priyankan Surendran, 2012: 175). Dikembangkan berdasarkan dua teori *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, TAM dikembangkan menjadi suatu model yang mempunyai fokus utama untuk mengadopsi teknologi baru sebuah organisasi, komunitas, perusahaan atau dalam konteks yang lebih luas adalah perkembangan teknologi disebuah negara untuk perkembangan pasar dan pertumbuhan ekonomi yang lebih maju (Gatignon dan Robertson, 2007: 12).

Meskipun TAM dirancang untuk memprediksi adopsi penggunaan aplikasi teknologi informasi dalam organisasi tempat bekerja, banyak para peneliti telah memodifikasi model asli untuk menjelaskan banyak kebutuhan (Keat dan Mohan, 2004: 404). Davis mencoba mengembangkan lebih lanjut model TAM untuk melihat penerimaan pengguna teknologi komputer dimana penggunaan teknologi ditentukan oleh minat perilaku,

dimana minat perilaku itu sendiri ditentukan dari sikap terhadap perilaku dan persepsi kegunaan (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989: 982).



Gambar 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: Fred Davis (1989: 319): Technology Acceptance Model

Persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi itu sendiri, yang selanjutnya akan menentukan apakah individu tersebut memiliki minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Minat untuk menggunakan teknologi akan menentukan apakah orang akan menggunakan teknologi. Dalam TAM, Davis menemukan bahwa manfaat teknologi juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan tetapi tidak berlaku sebaliknya. Dengan demikian selama individu merasa bahwa teknologi bermanfaat dalam tugas-tugasnya, ia akan berminat untuk menggunakannya terlepas apakah teknologi itu mudah atau tidak mudah digunakan.

Model TAM ini menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan sebuah teknologi baru, ada sejumlah variabel yang mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka akan

menggunakannya. Ada dua spesifik variabel, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, yang diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989).

a. *Perceived Usefulness*

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

b. *Perceived Ease of Use*

Persepsi kemudahan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem baru yang akan digunakan terbebas dari kesulitan.

c. *Attitude towards Using*

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

d. *Behavior Intention to Use*

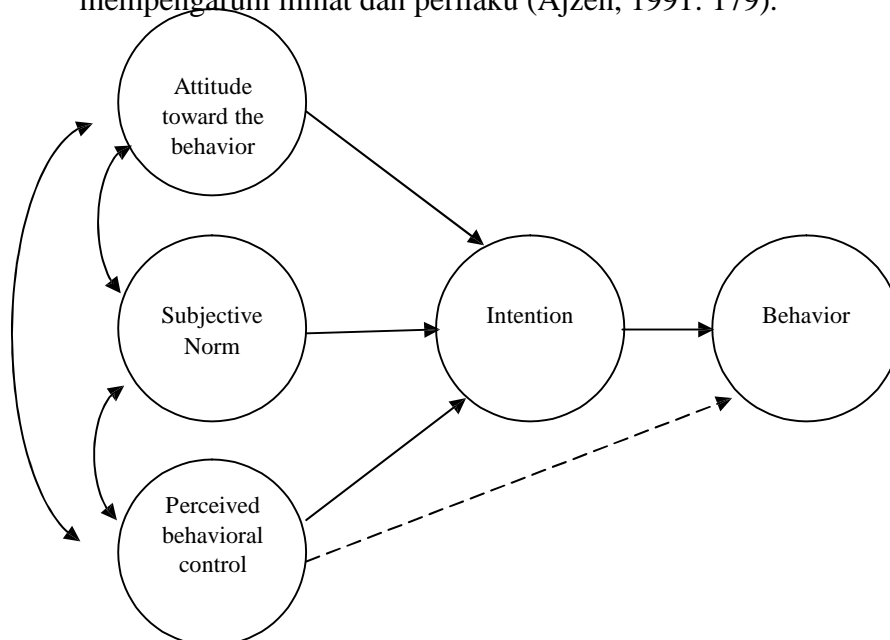
Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

e. *External Variable*

Variabel eksternal secara langsung akan mempengaruhi persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi variabel eksternal yang berkenaan dengan karakteristik sistem yang meningkatkan penggunaan dari teknologi, dalam penelitian ini dapat dicontohkan seperti uang untuk pengisian saldo, mesin EDC untuk akses uang elektronik dan internet untuk mengakses *E-banking* maupun *M-banking*.

2. *Theory of Planned Behavior*

Teori ini merupakan pengembangan dari TRA. TPB mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yaitu kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) akan mempengaruhi minat dan perilaku (Ajzen, 1991: 179).



Gambar 2. Theory Of Planned Behavior
Sumber: Azjen (1991: 179): Theory of Planned Behavior

Pada TPB ada tiga faktor utama sebagai penentu dari minat, pertama adalah sikap yang mencerminkan sejauh mana individu memiliki penilaian setuju atau tidak setuju untuk melakukan perilaku. Kedua, faktor sosial yang juga disebut norma subyektif, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Terakhir adalah kontrol perilaku, yang mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku. Ajzen (1991: 200) menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku dirasakan positif berkaitan dengan minat tentang perilaku. Minat tentang perilaku demikian akan memprediksi perilaku yang sebenarnya dari konsumen.

B. Kajian Pustaka

1. Pengertian Uang

Seiring perkembangan uang yang semakin pesat, definisi uang mempengaruhi jenis-jenis uang yang masuk dalam definisi tersebut (Sri Mulyani, 1998). Ekonom mendefinisikan uang sebagai sesuatu yang secara umum diterima dalam pembayaran barang dan jasa atau pembayaran atas utang. Tetapi definisi ini masih sangat sederhana. Diperlukan definisi yang lebih kompleks dan lebih luas (Frederic Miskhin, 2008). Sedangkan menurut Mankiw (2006), uang adalah persediaan asset yang dapat dengan segera digunakan untuk melakukan transaksi.

M. Manullang (1977) memberi definisi uang sebagai berikut: “uang adalah segala sesuatu yang umum diterima sebagai alat penukar dan sebagai alat pengukur nilai, yang pada waktu bersamaan bertindak sebagai

alat penimbun kekayaan”. Dari definisi ini, beliau mengatakan bahwa segala sesuatu yang sudah memenuhi definisi ini sudah dianggap uang, baik itu terbuat dari logam, kertas atau benda lainnya yang sudah diterima oleh masyarakat sebagai alat penukar, pengukur nilai dan sebagai alat penimbun kekayaan.

Dengan demikian pengertian uang adalah sebuah alat pembayaran yang diterima secara umum untuk segala macam transaksi baik barang atau jasa.

2. Fungsi Uang

Uang merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari denyut kehidupan ekonomi masyarakat. Stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh sejauh mana peranan uang dalam perekonomian oleh masyarakat dan otoritas moneter. Definisi uang bisa dibagi dalam dua pengertian, yaitu definisi uang menurut hukum (law) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh undang-undang sebagai uang dan sah untuk alat transaksi perdagangan. Sedangkan definisi uang menurut fungsi, yaitu sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdagangan serta untuk pembayaran hutang-piutang (Yuliadi, 2014: 4).

Fungsi uang dalam perekonomian adalah sebagai alat untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan hidup, uang mempunyai beberapa fungsi. Fungsi-fungsi uang dapat digolongkan dalam fungsi asli dan fungsi turunan. Yang termasuk fungsi asli uang adalah sebagai alat

tukar dan alat satuan hitung. Sedangkan fungsi turunan mencakup standar atau ukuran pembayaran yang ditunda, alat penyimpan kekayaan dan alat pengalih kekayaan (Alam S, 2007: 245).

Uang dikenal mempunyai empat fungsi, dua diantaranya merupakan fungsi yang sangat mendasar sedangkan dua lainnya adalah fungsi tambahan. Dua fungsi dasar tersebut adalah peranan uang sebagai (Boediono, 1994: 10):

a. Alat tukar (*Means of exchange*).

Peranan uang sebagai alat tukar mensyaratkan bahwa uang tersebut harus diterima oleh masyarakat sebagai alat pembayaran. Artinya, si penjual barang mau menerima uang sebagai pembayaran untuk barangnya karena ia percaya bahwa uang tersebut juga diterima oleh orang lain (masyarakat umum) sebagai alat pembayaran apabila ia nanti memerlukan untuk membeli suatu barang.

b. Alat penyimpan nilai/daya beli (*Store of value*).

Terkait dengan sifat manusia sebagai pengumpul kekayaan. Pemegangan uang merupakan salah satu cara untuk menyimpan kekayaan. Kekayaan tersebut bisa dipegang dalam bentuk-bentuk lain seperti tanah, kerbau, berlian, emas, saham, mobil dan sebagainya. Syarat utama untuk ini adalah bahwa uang harus bisa menyimpan daya beli atau nilai. Dan fungsi tambahan lainnya adalah:

c. Satuan hitung (*Unit of account*).

Sebagai satuan hitung, uang juga mempermudah tukar-menukar. Dua barang yang secara fisik sangat berbeda, seperti misalnya kereta api dan apel, bisa menjadi seragam apabila masing-masing dinyatakan dalam bentuk uang.

- d. Ukuran untuk pembayaran masa depan (*Standard for deferred payment*).

Sebagai ukuran bagi pembayaran masa depan, uang terkait dengan transaksi pinjam-meminjam atau transaksi kredit, artinya barang sekarang dibayar nanti atau uang sekarang dibayar dengan uang nanti. Dalam hubungan ini, uang merupakan salah satu cara menghitung pembayaran masa depan tersebut.

3. Jenis Uang

Membicarakan jenis uang lebih lanjut, ditinjau dari bentuk atau jenisnya menurut Suherman Rosyidi uang mempunyai dua bentuk, yaitu:

- a. Uang Kartal (*Chartal*)
- b. Uang Giral

Uang kartal adalah uang yang kita lihat sehari-hari, mulai pecahan satu seratus rupiah hingga pecahan seratus ribu rupiah. Sedangkan uang giral adalah uang yang diciptakan oleh sistem perbankan dalam aktivitas kreditnya. (Suherman Rosyidi, 2011: 276-277). Dalam bukunya tersebut Suherman menyebutkan bahwa orang menyimpan dengan berbagai bentuk. Pertama; dalam bentuk giro (*Checking deposit* atau *demand*

deposit). Kedua; Tabungan (*saving deposit*). Ketiga; deposit berjangka (*time deposit*).

Uang dapat dibedakan atas dasar pihak yang mengeluarkan, bahan uang, Negara yang mengeluarkan, dan nilai uang (Alam S, 2007: 246).

a. Jenis Uang berdasarkan pihak yang mengeluarkan

Berdasarkan pihak yang mengeluarkan, uang dibedakan menjadi uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat. Uang giral adalah alat pembayaran berupa cek, bilyet giro, dan sejenisnya.

b. Jenis Uang berdasarkan Bahan Uang

Berdasarkan bahan yang digunakan uang untuk membuat, uang dibedakan atas uang logam dan uang kertas. Uang logam adalah uang yang bahannya terbuat dari logam berupa emas, perak atau logam lainnya yang beredar sebagai alat pembayaran. Sedangkan, uang kertas adalah uang yang bahannya terbuat dari kertas serta penggunaannya diatur oleh undang-undang dan kebiasaan.

c. Jenis Uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan

Berdasarkan Negara yang mengeluarkan, uang dibedakan atas uang dalam negeri (*domestik/nasional*) dan uang luar negeri. Uang dalam negeri adalah uang yang dikeluarkan oleh Negara yang bersangkutan. Uang luar negeri adalah uang yang beredar dalam suatu Negara, tetapi yang mengeluarkannya adalah Negara lain.

d. Jenis Uang berdasarkan Nilai uang

Berdasarkan perbandingan nilai bahan dengan nilai tukar, uang dibedakan atas uang bernilai penuh dan uang tidak bernilai penuh. Uang nilai penuh (*full bodied money*) adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) sama dengan nilai nominal atau nilai penuh yang terdapat pada standar emas. Uang tidak bernilai penuh adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) lebih kecil daripada nilai nominalnya (Alam S, 2007: 246-247).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis uang secara sederhana dapat dijelaskan dengan uang giral dan uang kartal, namun jika dijelaskan secara mendetail jenis uang dapat dibedakan menjadi 4 yaitu berdasarkan pihak yang mengeluarkan, jenis uang berdasarkan bahan uang, jenis uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan dan jenis uang berdasar nilai uang. Pada tahun 2007 muncul istilah baru dalam sistem pembayaran di Indonesia yaitu uang elektronik atau *e-money*, yang kemudian pada bulan agustus tahun 2014 dipelopori oleh Bank Indonesia dengan diluncurkannya program gerakan nasional non-tunai (GNNT), yaitu gerakan sosial penggunaan uang non-fisik (*less cash society*) sebagai bentuk pengurangan transaksi menggunakan uang fisik atau yang dikenal dengan uang kartal.

4. Evolusi Sistem Pembayaran

Fungsi dan bentuk uang mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal ini dapat kita lihat melalui evolusi sistem pembayaran (*payments system*). Miskhin (2008) berpendapat bahwa evolusi sistem

pembayaran yang dimaksud ialah cara bagaimana transaksi dilakukan dalam perekonomian. Sistem pembayaran telah berubah sepanjang waktu, demikian pula dengan bentuk uang.

Pada awalnya, emas digunakan sebagai alat pembayaran utama kemudian asset kertas seperti cek dan uang kertas mulai digunakan untuk sistem pembayaran dan dianggap sebagai uang. Miskhin (2008) juga berpendapat bahwa sistem pembayaran berujung pada memiliki makna penting terhadap bagaimana uang akan didefinisikan di masa mendatang. Diawali dari uang komoditas (*commodity money*), dimana uang terbuat dari logam berharga atau komoditas berharga lainnya; misal, emas atau perak. Dari zaman dahulu uang komoditas dijadikan sebagai alat pembayaran utama dikalangan masyarakat kecuali masyarakat yang primitif. Tentu terdapat kelemahan atau permasalahan yang muncul dari uang komoditas ini. Selain berat, uang komoditi juga sulit untuk dibawa dalam jumlah besar. Terlebih kalau terjadi transaksi yang mempunyai nilai besar. Kemudian muncullah uang berbentuk kertas yang dinamakan uang fiat (*fiat money*). Uang fiat berarti uang kertas yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai alat pembayaran yang sah tetapi tidak dapat dikonversikan ke dalam bentuk koin atau logam berharga. Kelebihan dari uang koin adalah bentuknya yang lebih ringan. Tetapi uang kertas dapat diterima sebagai alat pembayaran jika ada kredibilitas dari otoritas yang menerbitkan uang kertas tersebut. Sama seperti uang koin, kelemahan dari uang kertas adalah mudah dicuri dan cukup mahal untuk dibawa dalam

jumlah besar. Maka untuk mengatasi permasalahan dari kelemahan-kelemahan alat pembayaran sebelumnya, muncullah cek, yaitu suatu tahapan baru dalam evolusi sistem pembayaran. Cek juga merupakan suatu hasil dari perkembangan perbankan modern.

Pengertian cek sendiri adalah suatu instruksi dari pihak pertama ke Bank pihak pertama untuk mengirimkan uang dari rekening pihak pertama ke rekening pihak kedua ketika pihak kedua tersebut menyetorkan cek yang diterimanya. Cek menutupi kelemahan uang logam dan uang kertas, yaitu mahal jika dibawa dalam jumlah besar. Bentuk cek hanya sehelai kertas yang dapat memungkinkan terjadinya transaksi dalam jumlah besar tanpa harus membawa sejumlah besar mata uang. Penemuan cek adalah suatu inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi sistem pembayaran. Keuntungan lain dari cek adalah dapat mengurangi kerugian seandainya cek tersebut dicuri, dan karena cek memberikan bukti pembelian dengan nyaman.

Tetapi terdapat juga permasalahan/kelemahan dari cek. Pertama, dibutuhkannya waktu untuk memberikan cek dari pihak pertama ke pihak kedua jika mereka berada di tempat yang berbeda, terlebih dengan kondisi membutuhkan pembayaran dengan cepat. Kedua, tingginya biaya administrasi dalam proses pencairan cek. Tahapan evolusi sistem pembayaran berikutnya adalah pada zaman teknologi yang sudah mulai maju dan berkembang, yaitu pada saat ini. Meluasnya penggunaan internet dan juga semakin murahnya computer memunculkan pembayaran secara

elektronik. Apalagi biayanya tidaklah terlalu mahal dan sangat efisien. Beberapa bentuk dari pembayaran secara elektronik adalah *E-Banking* dan *E-money*. *E-banking* memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Tidak perlu ngantri di kantor cabang, tidak perlu biaya prangko untuk mengirim cek. Nasabah hanya tinggal membuka komputer dan meng-klik saja, maka transaksi sudah selesai. Terlebih sekarang muncul yang disebut dengan *Smartphone*, jadi bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Bentuk kedua dari pembayaran secara elektronik ialah *e-money* (uang elektronik). Uang elektronik akan menggantikan posisi dari uang tunai dari sistim pembayaran. Bentuk dari *e-money* adalah kartu yang terdapat chips di dalamnya.

Uang elektronik memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Hanya tinggal membawa kartu, menggesek maka transaksi selesai. Tidak perlu ada kembalian, karena jumlah pembelian langsung dipotong dari saldo yang ada di kartu. Tetapi terdapat kelemahan dari alat pembayaran *e-money* yang berakibat uang tunai masih dipakai di masyarakat, yaitu pertimbangan pribadi masyarakat akan keamanan, baik keamanan dari uang yang didalamnya maupun data atau informasi dari nasabah. Karena sekarang ini sudah banyak kejahatan berbasis teknologi yang disebut *Cyber Crime*.

Menurut Bank Indonesia alat pembayaran boleh dikatakan berkembang sangat pesat dan maju. Jika kita menengok kebelakang yakni awal mula alat pembayaran itu dikenal, sistem barter antarbarang yang

diperjualbelikan adalah kelaziman di era pra-modern. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*non-cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran paperless seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card-based*) (Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar) (Sumber: www.bi.go.id **Error! Hyperlink reference not valid.**

Dengan demikian perkembangan sistem pembayaran sangatlah pesat, berawal dari teknik barter, kemudian menjadi logam mulia, namun karena dinilai terlalu mahal maka diganti dengan uang barang, lalu seiring perkembangan jaman, uang mulai menjadi hal baku yaitu uang secara umum atau yang kita kenal sebagai uang fisik, berupa uang kertas dan uang logam, di era modern perkembangan uang mengikut perkembangan jaman, mulai muncul adanya uang berbentuk elektronik atau kartu (*Less Cash*) baik berupa ATM, Kartu Kredit, Uang elektronik, *E-Banking*, dan Rekening Telepon.

5. Pengertian Uang Elektronik

Dalam Salah satu publikasi *Bank for International Settlement* mendefinisikan uang elektronik sebagai Produk *Stored-Value* atau *Prepaid* dimana uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki

seseorang. (*Basel*: BIS, 1996:1). Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Veithal Rivai, 2001: 1367).

Menurut Peraturan Bank Indonesia NOMOR: 11/12/PBI/2009, Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. (Sumber: www.bi.go.id Error! Hyperlink reference not valid.

Uang elektronik (*electronic money*) di Indonesia menurut Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 berdasarkan pencatatannya memiliki 2 jenis yaitu *registered* dan *unregistered*. Uang elektronik (*Electronic money*) *registered* adalah uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit. Uang elektronik *unregistered* adalah uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit. Berdasarkan pencatatannya uang elektronik (*electronic money*) berbeda maka fasilitas yang ditawarkan berbeda pula. Menurut peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 tentang perubahan atas peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Tentang uang elektronik perbedaan tersebut yaitu pada transfer dana dan tarik tunai. Di dalam *electronic money registered* memiliki fasilitas transfer dana dan tarik tunai, sedangkan *electronic money unregistered* tidak memiliki kedua fasilitas tersebut.

Beberapa perbedaan lain dari kedua jenis *electronic money* menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/11/DASP tahun 2009. Kedua perbedaan tersebut adalah batas maksimal nilai yang terdapat dalam *electronic money*. Batas maksimal nilai *electronic money registered* adalah Rp 5.000.000 sedangkan untuk *electronic money unregistered* adalah sebesar Rp 1.000.000. Namun, keduanya memiliki batas maksimal jumlah transaksi perbulan sebesar Rp 20.000.000.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa uang elektronik merupakan sebuah media atau alat untuk pembayaran sebagai pengganti

uang fisik yang dalam tahapan penerbitannya calon pemegang menyetorkan sejumlah uang kepada penerbit uang elektronik, dan kemudian nominal tersebut akan menjadi nilai uang pada media tersebut.

6. Penyelenggara Uang Elektronik

Penyelenggara uang elektronik yang wajib mengajukan izin sebagaimana peraturan Bank Indonesia (PBI) No.11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik dan surat edaran Bank Indonesia (SE BI) No.11/11/DASP tentang uang elektronik adalah prinsipal, penerbit, *acquirer*, penyelenggara kliring maupun penyelenggara penyelesaian akhir (Sumber: www.bi.go.id **Error! Hyperlink reference not valid.**

Indonesia yang resmi dan tercatat di Bank Indonesia:

Tabel 4. Perusahaan Penyelenggara Uang Elektronik

No.	Nama	Alamat	Surat dan Tanggal Izin
1	PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	Menara Thamrin 6 th Floor, Jl. M.H. Thamrin Kav. 3, Jakarta 10340	No. 14/327/DASP tanggal 9 Mei 2012
2	PT. Bank Central Asia Tbk	Menara BCA, Grand Indonesia, Jl. MH. Thamrin No. 1, Jakarta 10310	No. 11/424/DASP tanggal 3 Juli 2009
3	PT. Bank CIMB Niaga	Jl. Jend. Sudirman Kav. 58, Jakarta 12190	No. 15/119/DASP tanggal 13 Februari 2013
4	PT. Bank DKI	Jl. Ir. H. Juanda III No. 7-9, Jakarta 10120	No. 11/429/DASP tanggal 3 Juli 2009
5	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk	Plaza Mandiri, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 36 – 38, Jakarta 12190	No. 11/434/DASP tanggal 3 Juli 2009
6	PT. Bank Mega Tbk	Menara Bank Mega, Jl. Kapten Tendean Kav.	No. 11/443/DASP tanggal 3 Juli 2009

		12-14A, Mampang Prapatan, Jakarta 12790	
7	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Gedung BNI, Jl. Jend. Sudirman Kav. 1, Jakarta 10220	No. 11/438/DASP tanggal 3 Juli 2009
8	PT. Bank Nationalnobu	Nobu Center, Plaza Semanggi, Jl. Jend. Sudirman Kav 50, Jakarta 12930	No. 15/148/DASP tanggal 26 Februari 2013
9	PT. Bank Permata	Retail Liability and e-channnel Permata bank Tower I, Jl. Jend. Sudirman Kav. 27, Jakarta	No. 15/26/DASP tanggal 11 Januari 2013
10	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Jl. Jend. Sudirman No. 44-46, Jakarta 10210	No. 12/691/DASP tanggal 13 Agustus 2010
11	PT. Finnet Indonesia	Menara Bidakara Lt. 21	No. 14/277/DASP tanggal 16 April 2012
		Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 71-73	
		Pancoran, Jakarta 12870	
12	PT. Indosat, Tbk	Jl. Medan Merdeka Barat No. 21, Jakarta 10110	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009
13	PT. Nusa Satu Inti Artha	Plaza Asia Office Park Unit 3, Jl. Jend. Sudirman Kav. 59, Jakarta 12190	No. 14/898/DASP tanggal 20 Desember 2012
14	PT. Skye Sab Indonesia	Saberro House Building	No. 11/431/DASP tanggal 3 Juli 2009
		Jl. Kemang Raya No. 10A, Jakarta Selatan 12730	
15	PT. Telekomunikasi Indonesia	Jl. Japati No. 1 Bandung	No. 11/432/DASP tanggal 3 Juli 2009
16	PT. Telekomunikasi Seluler	Kantor Pusat, Wisma Mulia Mezzanine 19 th floor, Jl. Gatot Subroto No. 42, Jakarta 12710	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009
17	PT. XL Axiata, Tbk	Grha XL Jalan DR. Ide Anak Agung Gde Agung Lot E 4-7 No. 1	No. 12/816/DASP tanggal 6 Oktober 2010
18	PT. Smartfren	Jl. H. Agus Salim No.	No. 16/85/DKSP tanggal

	Telecom Tbk	45, Menteng, Jakarta 10340	26 Mei 2014
19	PT. MVCommerce Indonesia	Cipinang Indah II Business Park, Jl. Rajawali Block BB No. 1, Jakarta 13430	No. 16/98/DKSP tanggal 17 Juni 2014
20	PT. Witami Tunai Mandiri	Jl. Taman Sari 8 No.27 Jakarta Barat 11150	No.16/129/DKSP tanggal 18 Juli 2014

(Sumber:

<http://www.bi.go.id>Error!

Hyperlink reference not valid.

Penyelenggara uang elektronik adalah perusahaan yang memiliki surat izin atas penerbitan uang elektronik dengan ketentuan yang terdapat pada peraturan Bank Indonesia (PBI) No.11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik dan surat edaran Bank Indonesia (SE BI) No.11/11/DASP tentang uang elektronik adalah prinsipal, penerbit, *acquirer*, penyelenggara kliring maupun penyelenggara penyelesaian akhir.

7. Kelemahan dan Kelebihan Uang elektronik

Menurut Mada Aryanugraha yang merupakan konsulat dari Ardana Consulting dalam majalah Tabloid Nova menyebutkan Kekurangan Menggunakan uang elektronik:

- Sulitnya mengecek saldo menjadi kekurangan menggunakan uang elektronik. Sehingga, saat melakukan pembayaran bisa jadi konsumen tidak mengetahui saldonya habis. Contohnya, saat membayar di gerbang tol, pengendara terpaksa meminta bantuan petugas karena tak mengetahui saldonya habis. Akibatnya, terjadi hambatan saat transaksi.
- Belum banyaknya *merchant* yang menyediakan fasilitas uang elektronik di Indonesia. Ini membuat seseorang yang memiliki uang

elektronik alias *e-money* menjadi tidak maksimal menggunakan kartunya. Bahkan untuk beberapa *merchant*, misalnya perusahaan taksi yang sudah menggunakan uang elektronik, terkadang supirnya menyembunyikan alat ini. Alasannya, mereka tidak bisa mendapat uang lebih. Berbeda jika dibayar tunai, ada kelebihan uang yang bisa mereka terima.

- c. Selain itu, kekurangan menggunakan uang elektronik adalah kalau kartunya hilang, uangnya pun ikut hilang. Beda dengan ATM yang saat hilang masih bisa diblokir rekeningnya dan uang pun masih utuh. Sedangkan *e-money* tidak bisa diblokir dan tidak bisa diklaim. Tapi, orang yang menemukan kartu tersebut bisa memakainya karena tidak memakai PIN.
- d. Tak dilengkapi dengan pin dan di dalam kartu tak tertera nama pemilik, melainkan hanya data saldo. Sehingga mudah tertukar atau hilang dengan prosedur pengembalian yang sulit.

Sedangkan kelebihan menggunakan uang elektronik adalah:

- a. Uang elektronik memudahkan dan mempercepat transaksi. Misalnya, saat antre di gerbang tol atau naik Transjakarta. Pembayaran di gerbang tol cenderung lebih cepat karena masih jarang yang menggunakan uang elektronik ini sehingga terhindar dari masalah antre.

- b. Uang elektronik sangat fleksibel dan tidak perlu membawa uang tunai. Bahkan lebih mudah mengontrol pengeluaran karena dana. Ini bisa menjadi pos untuk transportasi atau makan yang sudah dijatahkan.
 - c. Uang elektronik juga sangat berguna bagi pengguna yang konsumtif dan malas mencatat pengeluaran. Ketika dana tersebut memang sudah saatnya habis, tinggal diisi lagi sesuai bujet. Sehingga pengeluarannya terkontrol, tidak asal menggesek kartu saja.
 - d. Selain itu, uang elektronik juga efektif diberikan pada sopir atau asisten rumah tangga, untuk keperluan membeli bensin, parkir, belanja di supermarket dan sebagainya, karena mempermudah pengontrolan
- (Sumber: www.tabloidnova.cError! Hyperlink reference not valid.

Seiring dengan populernya *e-money* ini, masyarakat juga harus mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan *e-money* sebagai pengganti uang kas ini. Berikut beberapa hal yang harus perhatikan. Ada beberapa kelebihan *e-money* dibanding uang fisik. Pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tak perlu menghitung berlembar uang. Namun, ada juga kekurangan *e-money*. Pertama, belum semua transaksi bisa memakai *e-money* karena *e-money* baru bisa dipakai di *merchant* yang bekerja sama dengan penerbit. Kedua, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan *e-money* (Sumber: www.atmbersama.cError! Hyperlink reference

not

valid.

Kelebihan lain *e-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *on-line*, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *off-line* biaya dapat dikurangi. Dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer. Perkembangan *e-money* bukan disebabkan oleh BI, namun disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengendalikan pasar untuk menggunakan *e-money* tersebut. *E-money* menjadi salah satu alternatif pembayaran dalam segmen mikro seperti: pembayaran tol atau tiket. *E-money* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Namun demikian, untuk mencapai itu *e-money* harus mengorbankan aspek lain, yaitu aspek keamanan. Dalam proses pembayaran sama sekali tidak ada proses otorisasi untuk meningkatkan risiko keamanan yang ditanggung oleh pihak pengguna/pemilik kartu. Proses pembayaran dilakukan dengan menempelkan kartu *e-money* pada alat scan yang disediakan, tanpa melalui proses otorisasi baik berupa PIN (*Personal Identification Number*) atau proses otorisasi transaksi lainnya. Apabila pengguna kehilangan kartu *e-money*, kartu tersebut dicuri, atau kejadian lain yang menyebabkan kepemilikan kartu beralih dari kita ke pihak orang lain, maka kartu tersebut tetap dapat dipergunakan oleh orang lain itu. Sehubungan dengan ini, pihak yang kehilangan kartu tidak dapat melakukan upaya lain untuk

memperjuangkan haknya. Pemilik kartu tidak dapat melakukan blokir atas kartu *e-money* yang tercuri tersebut. Di samping itu telah dinyatakan dalam perjanjian pembuatan kartu *e-money* antara bank/Issuer dengan pengguna bahwa risiko kehilangan kartu merupakan risiko pengguna.

Kelemahan kedua dari sistem pembayaran *e-money* ini adalah isu interoperabilitasnya. Interoperabilitas adalah kapabilitas dari suatu produk atau sistem yang antar mukanya diungkapkan sepenuhnya untuk berinteraksi dan berfungsi dengan produk atau sistem lain, kini, atau di masa mendatang, tanpa batasan akses atau implementasi. Dengan demikian, jika dikaitkan dengan *e-money*, permasalahan interoperabilitas yang dihadapi adalah setiap instrument *e-money* yang dikeluarkan oleh salah satu penerbit tidak bisa digunakan untuk pembayaran di merchant penerbit lainnya. Contoh sederhananya adalah kartu *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank BRI tidak bisa melakukan transaksi di Flazz *reader* milik BCA. Permasalahan seperti ini terjadi akibat tidak adanya standarisasi pada *microprocessor chip*, alat pembaca, aplikasi, dan/atau frekuensi radio yang dipergunakan untuk mentransmisi data moneter dari kartu *e-money* ke *operator network* pada setiap produk *e-money* yang ada di Indonesia saat ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uang elektronik banyak memiliki kelebihan, yaitu mudahnya dalam membawa tidak perlu banyak membawa uang fisik yang banyak memakan tempat menyimpan seperti dompet atau tas, kemudian tidak perlu ada sepeserpun uang yang

hilang karena tidak adanya kembalian dari toko, bahkan kembalian ditukar dengan sebuah permen yang pada tahun 2012 muncul bahwa menukar kembalian dengan permen adalah tindakan ilegal, sehingga jika uang kembalian kita kurang Rp25,- maka uang tersebut menjadi hak toko. Selain itu kenyamanan uang elektronik dapat mengatur pengeluaran dan perkiraan untuk kebutuhan mendatang. Namun adanya kelebihan pasti diikuti oleh kelemahan, yaitu jika uang elektronik tersebut hilang maka uang yang ada di kartu tersebut karena tidak adanya sistem pengaman seperti PIN (*Personal Identification Number*) yang ada pada ATM, selain itu tidak semua transaksi dapat dilakukan karena kadang toko tersebut hanya memiliki merchant tertentu, seperti yang sudah dibahas dalam penyelenggara uang elektronik di Indonesia memiliki 20 perusahaan, yang berarti ada 20 merchant yang berbeda.

8. Kemampuan Finansial

a. Pengertian Kemampuan

Kemampuan adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Kemampuan adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Pada dasarnya kemampuan terdiri dari atas dua kelompok faktor (Stephen, 2007: 57) yaitu:

- 1) Kemampuan intelektual (*intellectual ability*) yaitu kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktifitas mental-berfikir, menalar dan memecahkan masalah.

- 2) Kemampuan fisik (*physical ability*) yaitu kemampuan melakukan tugas-tugas yang menuntut stamina, ketrampilan, kekuatan dan karakteristik serupa.

b. Pengertian Finansial

Menurut Hailwood (2007:37) *finansial literacy* akan mempengaruhi bagaimana orang menabung, meminjam, berinvestasi dan mengelola keuangan lebih jauh, kecakapan finansial disini juga lebih menekankan pada kemampuan untuk memahami konsep dasar dari ilmu ekonomi dan keuangan, hingga bagaimana menerapkannya secara tepat. Kecerdasan finansial dibutuhkan agar seseorang tidak terjebak dalam dua kutub permasalahan keuangan, kekurangan uang atau kelebihan uang (Imam Supriyono, 2004: 9). Penelitian yang dilakukan oleh Hogart (2002: 48), menunjukkan bahwa orang-orang yang memiliki tingkat melek keuangan (*finansial literacy*) yang lebih tinggi cenderung lebih baik dalam mengelola keuangan termasuk dalam berinvestasi pada berbagai jenis produk finansial.

Jadi, kemampuan finansial adalah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu.

9. Kemudahan

Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991). Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa persepsi Kemudahan memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2008).

Kemudahan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Dari penjelasan di atas kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan

yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya

10. Perilaku Konsumen

Dalam mengenal konsumen diperlukan pemahaman mengenai perilaku konsumen yang merupakan perwujudan seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Perilaku konsumen menurut Umar (2003) adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Sunarto (2006) mendefinisikan perilaku konsumen suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan (James F. Engel, 1994: 8).

Definisi sederhana ini mengandung konsep penting. Pertama, konsumen tidak dapat mengelak dari proses pertukaran di mana segala sumberdaya transfer di antara kedua belah pihak. Proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan

atau akusisi, lalu ketahap konsumsi dan berakhir dengan tahap disposisi produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pelanggan dibagi dua macam yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk (Umar, 2005).

Perilaku konsumen perlu dipelajari untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam memasarkan suatu produk. Menurut (Sunarto: 2006) Pemahaman tentang konsumen dan proses konsumsi akan menghasilkan sejumlah manfaat, yang diantaranya adalah kemampuan untuk membantu para manajer mengambil keputusan, memberikan para peneliti pemasaran pengetahuan dasar ketika menganalisis konsumen membantu legislatif negara serta pembuat peraturan menciptakan hukum dan peraturan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa, dan membantu konsumen menengah dalam pengambilan keputusan yang lebih baik perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan

menyusuli tindakan ini. Subyek ini dapat dibagi dari beberapa perspektif yaitu: (1) pengaruh konsumen, (2) menyeluruh, (3) antar budaya. Kategori-kategori ini akan bertumpang tindih sampai jangkauan tertentu. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang dengan berbagai alasan, berhasrat mempengaruhi atau mengubah perilaku itu termasuk mereka yang kepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan, dan perlindungan konsumen serta kebijakan umum (Engel, 1994).

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan: pendekatan nilai guna (*cardinal utility*) dan pendekatan nilai guna ordinal. Dalam pendekatan nilai guna *cardinal* dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dapat dikuantifikasikan (Sadono Sukirno, 1994: 153). Seseorang konsumen bersedia membeli suatu barang ialah karena barang itu berguna baginya. Demikian pula seseorang itu mau pula membayar suatu jasa karena jasa tersebut bermanfaat baginya. Seorang konsumen tidak hanya menginginkan satu macam saja, tetapi ia membutuhkan banyak dan beragam barang. Tiap-tiap macam barang itu ada gunanya bagi konsumen yang bersangkutan, ada barang yang gunanya tinggi, ada yang gunanya sedang, dan sebaliknya juga ada yang gunanya rendah. Analisis perilaku konsumen dengan pendekatan kardinal menggunakan asumsi bahwa

kepuasan seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang dapat diukur dengan satu satuan kepuasan yang akan diperoleh konsumen tersebut dalam jumlah tertentu. Tambahan kepuasan yang diperoleh dari penambahan jumlah barang yang dikonsumsi ini disebut kepuasan marjinal (Hariati dalam Lutfiah, 2006).

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di luar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis (Simamora, 2004).

Tabel 5. Faktor Internal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Personal	Kebudayaan	Psikologi	Sosial
Usia	Kultur	Motivasi	Kultur Rujukan
Tahap daur Hidup	Subkultur	Persepsi	Keluarga
Jabatan	Kelas Sosial	Pembelajaran	Peran dan Status
Keadaan Ekonomi		Sikap	
Gaya Hidup		Kepercayaan	
Kepribadian			
Konsep Diri			

Sumber: Simamora, 2004

Perilaku konsumen dapat diartikan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan yang ada pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap

pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk yaitu nilai guna cardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil tindakannya antara lain dari faktor budaya, sosial, psikologi, personal.

C. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Arsita Ika Adiyanti (2015) dalam skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kemampuan finansial, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi, Dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan E-Money”* Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *e-money* dengan menggunakan regresi linear berganda. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Brawijaya Malang dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini memperoleh responden sebanyak 60 orang mahasiswa dari semua Jurusan Universitas Brawijaya yang minimal pernah menggunakan *e-money*. Peneliti menggunakan *software* E-Views untuk menguji data penelitian. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa Kemampuan finansial, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah perbedaan variabel bebas, dan alat analisis yang digunakan.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat penggunaan uang elektronik.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ya-Yueh Shih dan Kwoting Fang (2004) dalam jurnalnya yang berjudul “*The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan*”. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kepercayaan, sikap, norma, subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi niat seseorang. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah manfaat dan kompleksitas berkaitan dengan sikap sedangkan *compability* tidak berkaitan dengan sikap. Dengan kata lain, walaupun seseorang mengetahui keuntungan penggunaan internet banking namun banyak dari mereka belum menggunakannya sehingga mereka belum bias merasakan internet banking kompatibel dengan nilai dan gaya hidup mereka. Perbedaan dalam penelitian ini adalah Ya-Yueh Shih meneliti tentang *internet banking*. Persamaan dalam penelitian ini adalah penilaian menggunakan perilaku konsumen sebagai variabelnya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsi dan Fenny (2006) dalam jurnalnya yang berjudul “*Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas penggunaan internet banking di Surabaya*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap *internet banking* di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 106, yang merupakan pengguna

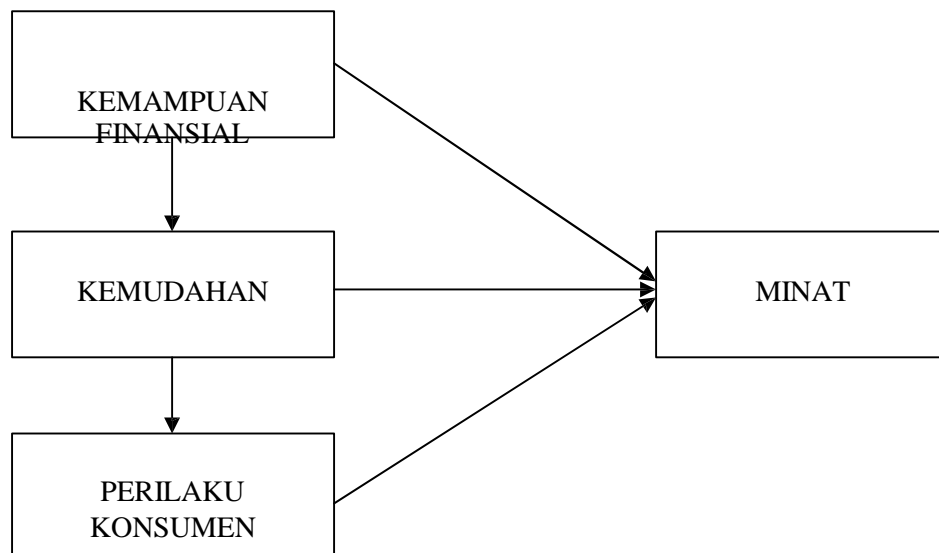
internet banking dari BCA, Lippo, Mandiri, Niaga, BII, Permata, Bukopin dan Mega. Alat statistik yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Data dianalisis dengan menggunakan *software* statistik LISREL 8.30. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *opportunistic behavior control* merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap *internet banking*, diikuti oleh *shared value* dan komunikasi, penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan berperan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas penggunaan *internet banking*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel yang diuji adalah kepercayaan terhadap loyalitas kepada pengguna *internet banking*. Persamaan dalam penelitian ini adalah alat analisis yang digunakan adalah sama yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM).

D. Kerangka Berpikir

Penggunaan uang elektronik memiliki banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi dan saling berkaitan. Pertama adalah kemudahan, kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan uang elektronik dapat mempengaruhi para pengguna dan calon pengguna untuk menerbitkan uang elektronik. Kemudahan juga menjadi salah satu alasan pengguna untuk menggunakan terus uang elektroniknya. Kedua adalah kemampuan finansial, kemampuan finansial dapat dianggap sesuatu yang vital dalam perekonomian, karena merupakan sumber daya dalam menggerakkan perputaran uang. Selain itu dengan adanya kemampuan finansial dapat memudahkan pengguna untuk

mengisi uang elektroniknya, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan finansial dapat mempengaruhi kemudahan dalam penggunaan uang elektronik. Ketiga adalah perilaku konsumen, seperti yang telah dibahas pada landasan teori diatas perilaku konsumen memiliki banyak indikator, seperti motivasi, persepsi, kepercayaan dan pembelajaran dimana kesemua aspek tersebut dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan elektronik.

Berikut adalah gambar yang dapat menggambarkan kerangka berpikir tersebut.



Gambar 3. Paradigma Penelitian

E. Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah kesimpulan sementara yang masih akan dibuktikan kebenarannya. Hipotesis disebut sebagai kesimpulan karena hipotesis ini merupakan dari kegiatan kajian teoritik yang telah dilakukan oleh peneliti sebelum pelaksanaan penelitian (Hadi dan Widyarini, 2009: 51). Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Kemampuan finansial terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik

Semakin tinggi kemampuan finansial seseorang maka resiko yang ditanggung seseorang untuk memegang uang secara langsung atau tunai semakin besar. Oleh karena itu semakin tingginya kemampuan finansial seseorang maka akan semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk menyimpannya di bank yang dimana dinilai lebih aman, dan lebih mudah dalam pembukuan.

H1 : Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

2. Kemampuan finansial terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik

Kemampuan finansial secara langsung merupakan aspek penting dalam kemudahan menggunakan uang elektronik. Hal ini dikarenakan, kemampuan finansial adalah sebagian besar sumber utama dari simpanan uang elektronik berasal. Sehingga jika uang elektronik yang dimiliki memiliki sumber daya yang cukup maka akan memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi secara elektronik. Dalam teori yang dikemukakan oleh Fred Davis (1986), tentang *Theory Acceptance Model* (TAM) yang ia kembangkan dari teori milik Fishbein dan Ajzen bahwa ada pengaruh dari *variable external* untuk mengoptimalkan *actual system in-use* dalam hal ini faktor eksternal yang dimiliki agar dapat mengakses

uang elektronik salah satunya adalah kemampuan finansial, karena salah satu syarat dapat menggunakan uang elektronik adanya saldo yg terisi pada uang elektronik tersebut.

H2 : Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

3. Kemudahan dalam penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen

Kemudahan dalam menggunakan uang elektronik sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan, konsumen cenderung memilih untuk menggunakan kembali suatu produk jika dirasa produk tersebut bermanfaat dan mudah untuk digunakan. Dalam teori yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) tentang TPB (*Theory Planned Behavior*) menyatakan bahwa, ease of use memiliki hubungan dengan behavioral intention dan sangat berpengaruh. Sehingga hipotesis pertama adalah:

H3 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.

4. Kemudahan terhadap minat penggunaan uang elektronik

Kemudahan adalah aspek yang penting dalam mempengaruhi uang elektronik. Hal ini dikarenakan semakin mudah suatu hal digunakan maka minat dalam menggunakan hal itu akan semakin bertambah. Kwon dan Chidambaram dalam Budiman (2003) menjelaskan bahwa bila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk memakai produk. Dalam penelitian yang

dilakukan oleh Setyo Ferry W. dan Dede Rosmauli menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat seseorang dalam menggunakan *e-money card* pada *commuter line* di Jakarta sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Davis Fred (1989) menunjukkan bahwa kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap minat.

H4 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

5. Perilaku konsumen terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik

Dalam teori yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) tentang *theory of reasoned action* yang kemudian berkembang menjadi *theory of planned behavior* bahwa kontrol perilaku konsumen sangat menentukan minat dalam penggunaan suatu produk. Ada beberapa aspek dalam perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi yaitu sikap, motivasi, kepercayaan, dan persepsi. Jika kesemua aspek tersebut mengarah secara positif maka minat dalam menggunakan uang elektronik akan menjadi signifikan.

H5 : Perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Karena data utama diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada masyarakat di kota Yogyakarta. Penelitian ini bersifat kuantitatif untuk melihat bagaimana minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta melalui variabel-variabel yang ditawarkan. Penelitian ini juga bersifat eksploratif, yang artinya tidak untuk mengkonfirmasi teori, melainkan mengkombinasikan beberapa teori ke dalam satu model. Data utama didapat melalui penyebaran kuesioner secara langsung dengan jumlah 130 responden yang ditentukan tabel penentuan model SEM.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Yogyakarta, D.I Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama Agustus hingga September 2016.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna uang elektronik yang telah menggunakan uang elektronik sekurangnya selama 3 bulan dan berdomisili di Kota Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sampling yang mulanya kecil, kemudian sampel tersebut diminta untuk memilih responden lain untuk dijadikan sampel lain, begitu seterusnya sehingga jumlah menjadi banyak

(Umar, 2011). Selain itu teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang diketahui sebelumnya (Umar, 2011). Adapun kriteria / karakteristik yang digunakan adalah orang yang tinggal dan berdomisili di kota Yogyakarta dan telah menggunakan uang elektronik di kota Yogyakarta minimal selama 3 bulan. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang digunakan oleh Cohen yaitu dengan mempertimbangkan *stastical power* dan *effect size* ketika menentukan ukuran sampel. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melihat berapa jumlah anak panah terbesar yang mengenai satu konstruk, kemudian tentukan berapa tingkat signifikansi, dan yang terakhir yaitu minimum yang akan digunakan. Berikut acuan yang digunakan oleh Cohen dalam menentukan ukuran sampel dalam model SEM (Sholihin, 2013: 13):

Tabel 6. Panduan menentukan ukuran sampel model SEM

<i>Minimum Number of Arrows pointing of a constuction</i>	<i>Significance Level</i>											
	1%				5%				10%			
	<i>Minimum R²</i>				<i>Minimum R²</i>				<i>Minimum R²</i>			
	0,1	0,2	0,5	0,75	0,1	0,2	0,5	0,75	0,1	0,2	0,5	0,75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	35
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35

	<i>Minimum R^2</i>				<i>Minimum R^2</i>				<i>Minimum R^2</i>			
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	256	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	159	76	49	41

Berdasarkan tabel di atas, maka penulis menggunakan jumlah minimal sebanyak 124 sampel. Hal ini berdasarkan jumlah panah terbanyak yang mengarah pada satu konstruk yaitu lima panah, kemudian besaran minimal *R-square* yang digunakan yaitu 0,1, serta signifikansi yang digunakan sebesar 5%. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 sampel. Hal ini dilakukan karena semakin besar sampel, maka akan meningkatkan ketepatan dan konsistensi hasil estimasi SEM-PLS (Sholihin, 2013: 11).

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam Peneliain yang menggunakan analisis SEM, terdapat dua variabel utama, yaitu variabel laten dan variabel teramati.

1. Variabel laten

Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi harus diukur terlebih dahulu indikator atau manifest (Sholihin, 2013). Adapun variabel laten dibagi dua yaitu :

a. Variabel Laten Endogen

Variabel endogen adalah variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain didalam model (dikenai anak panah). Variabel endogen dalam penelitian ini adalah minat, perilaku konsumen dan kemudahan.

1) Kemudahan

Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang didapat dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya

2) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen dapat diartikan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan yang ada pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk yaitu nilai guna cardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung. Dalam penelitian ini menggunakan persepsi, norma sosial dan sikap dari para pengguna uang elektronik yang dalam pengukurannya akan menggunakan skala likert.

3) Minat

Minat adalah kondisi seseorang dimana memiliki ketertarikan untuk terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk

mengetahui lebih lanjut. Dalam penelitian ini minat penggunaan uang elektronik menjadi variabel dependen atau variabel terikat. minat diukur dengan hasil perhitungan dari variabel bebas yang kemudian diakumulasikan untuk menyimpulkan tingkat keberminatan masyarakat dalam menggunakan uang elektronik.

b. Variabel Laten Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain diluar model (Tidak dikenai anak panah). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kemampuan finansial.

1) Kemampuan Finansial

Kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu.

2. Variabel Teramati

Variabel teramati adalah variabel yang diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut sebagai indikator pada penelitian. Pada metode survei dengan menggunakan kuesioner, setiap pertanyaan mewakili sebuah variabel teramati (Wijanto, 2008). Dalam penelitian ini terdapat 23 pertanyaan, yang berarti terdapat 23 variabel teramati.

Tabel 7. Distribusi Pembagian Variabel Teramati

No	Variabel laten	Variabel teramati	Jumlah indikator
1	Kemudahan	Eksploratif tingkat kemudahan, pengalaman, afektif, afektif, keberadaan media.	5
2	Perilaku Konsumen	Pengaruh lingkungan, referensi, kognitif, afektif, konatif, manfaat, persepsi, sikap, eksperimental, perbandingan, keberminatan, keluarga.	12
3	Kemampuan finansial	Kemampuan keuangan, kepercayaan kemampuan	2
4	Minat	Persepsi, kepercayaan, lingkungan sosial, eksperimental	4
Jumlah			23

Skala yang digunakan dalam mendeskripsikan nilai dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu (Umar, 2011: 70).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Soeratno dan Lincolin Arsyad (2008: 91), kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk diisi. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan kesahihan cukup tinggi.

2. Wawancara

Metode wawancara juga dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Wawancara ditunjukan kepada responden pengguna uang elektronik. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, karena pewawancara tidak memasukkan situasi wawancara dengan urutan

pertanyaan yang terencana untuk ditanyakan kepada responden (Sekaran, 2006).

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Structural Equation Modeling (SEM). Structural Equation Modeling selanjutnya disebut SEM merupakan gabungan antardua metode statistik, yaitu (1) analisis faktor yang dikembangkan dalam analisis psikologi/psikometri atau sosiologi dan (2) model persamaan simultan yang dikembangkan dalam ekonometri (Yamin & Kurniawan, 2009:3). Ada dua kelebihan utama alasan penggunaan SEM, yaitu SEM mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan dan mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung serta memperhitungkan kesalahannya (Sholihin, 2013: 3).

Pada perkembangannya SEM dibagi menjadi dua jenis, yaitu Covariance Based SEM (CB-SEM) dan Variance –Based SEM atau lebih dikenal Partial Least Squares (SEM-PLS) (Sholihin, 2013: 6). Terdapat beberapa alasan dalam memilih metode SEM mana yang akan digunakan. Dari segi tujuan, jika penelitian bertujuan untuk menguji teori, konfirmasi teori atau membandingkan berbagai alternatif teori, maka yang digunakan adalah CB-SEM. Berbeda dengan CB-SEM, SEM-PLS bersifat eksploratoris atau perluasan teori yang sudah ada.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode SEM-PLS. Alasan penggunaan SEM-PLS dikarenakan penelitian ini bersifat eksploratif atau

perluasan teori yang sudah ada serta bertujuan untuk mengidentifikasi variable determinan utama atau memprediksi konstruk tertentu. Adapun software yang digunakan yaitu SmartPLS 3.0. Secara umum, ada dua tahapan utama yang harus dilakukan dalam pengujian metode SEM, yaitu : Evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.

1. Evaluasi Model Pengukuran

Pada umumnya sebelum melakukan analisis model struktural, terlebih dahulu dilakukan pengukuran model (*measurement model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten tersebut. *Outer model* dengan indikator reflektif diukur dengan validitas konvergent dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali, 2015: 87).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner (Asnawi dan Masyhuri, 2011: 45). Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, bahwa terdapat dua validitas yang digunakan untuk melihat validitas suatu kuisioner, yaitu validitas konvergent dan diskriminan.

1) Validitas Konvergent

Validitas konvergent berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Ghozali, 2015: 74). Suatu indikator dapat dikatakan telah memenuhi

kriteria validitas konvergent apabila nilai loading nya lebih besar dari 0,70 (Sholihin, 2013: 16). Lebih jauh Ghazali (2015, 2015: 74) menyatakan bahwa nilai loading factor harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory, dan nilai loading factor antara 0,6-0,7 untuk penelitian yang bersifat exploratory masih dapat diterima serta nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0,5.

2) Validitas diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Selanjutnya yaitu nilai loading indikator ke konstruk yang diukur lebih besar daripada loading ke konstruk lain (cross-loadings rendah) (Sholihin, 2013: 16).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama (Umar, 2011: 168). Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam SEM-PLS, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu cronbach's alpha dan composite reliability. Namun demikian penggunaan cronbach's alpha untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan

composite reliability harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai 0,6-0,7 untuk penelitian yang bersifat exploratory (Ghozali, 2015: 75).

Tabel 8. Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Pengukuran

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Validitas Konvergent	<i>Loading Factor</i>	a. >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> b. >0.60 untuk <i>Exploratory Research</i>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,50 untuk <i>confirmatory</i> maupun <i>exploratory research</i>
Validitas Diskriminan	<i>Cross Loading</i>	Loading ke konstruk lain lebih rendah daripada nilai loadingnya pada konstruknya
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	a. >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> b. >0.60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	a. >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> b. >0.60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>

Sumber : Chin (1998) dan Ghazali (2015: 76)

2. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model pengukuran telah dibahas dalam bahasan uji instrumen penelitian. Sedangkan dalam menilai evaluasi model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel terikat sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada OLS regresi. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan variabel laten tertentu terhadap variabel terikat apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghazali, 2015: 78).

Selanjutnya evaluasi model dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Prosedur *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali (Ghazali, 2015: 80). Namun demikian beberapa literatur menyarankan *number of bootstrap sample* sebesar 200-1000 sudah cukup mengoreksi *standar error* estimasi PLS (Ghozali, 2015: 80). Nilai signifikansi yang digunakan yaitu 5%.

Tabel 9. *Rule of Thumb* evaluasi Model Struktural

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-square</i>	0,67, 0,33 dan 0,19 (menunjukkan mode kuat, moderate dan lemah)
<i>Significance level</i>	5% (0,05)

Sumber : Ghozali, 2015: 81

3. Pengujian Efek Mediasi

Bagian ini bertujuan untuk melihat efek mediasi dari model, yaitu hubungan antara variabel bebas dan terikat melalui variabel penghubung. Artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bisa secara langsung tetapi juga bisa melalui variable penghubung atau mediasi.

Pengujian efek mediasi dalam program SmartPLS 3.0 menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny. Menurut Baron dan Kenny terdapat tiga tahapan model untuk menguji efek mediasi (Ghozali, 2015: 149), yaitu :

- a. Model pertama, menguji pengaruh variable bebas (X) terhadap terikat (Y) dan harus signifikan $<5\%$ (0,05)

- b. Model kedua, menguji pengaruh variabel bebas (X) terhadap mediasi (M) dan harus signifikan $<5\%$ (0,05).
- c. Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel bebas (X) terhadap mediasi (M) terhadap variabel terikat (Y). pada pengujian tahap terakhir diharapkan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) menjadi tidak signifikan, sedangkan pengaruh variabel mediasi (M) terhadap variabel terikat (Y) harus signifikan $<5\%$ (0,05).

Pengambilan kesimpulan tentang mediasi adalah (Sholihin, 2013: 57):

- a. Jika koefisien pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tetap signifikan dan tidak berubah, maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien pengaruh variabel bebas terhadap terikat nilainya turun tetapi tetap signifikan, maka mediasi adalah mediasi sebagian.
- c. Jika koefisien pengaruh variabel bebas terhadap terikat nilainya turun dan tidak signifikan, maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh.

Tahap terakhir yaitu dengan melihat nilai koefisien dan signifikansi dari pengaruh antar variabel yang menggunakan variabel mediasi (M). Hal ini bisa dilihat melalui koefisien *indirect effect* dan nilai signifikansi *Indirect effect* 5% (0,05) yang tersedia dalam program SmartPLS 3.0.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. Hasil Penyebaran Kuesioner

Tabel 10. Jumlah responden dan pengembalian kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total Penyebaran secara manual	80
Total Penyebaran secara online	50
Total Kuesioner disebar	130
Total Pengembalian	130
Jumlah yang tidak kembali	0
Tingkat pengembalian $(130:130)*100$	100%
Jumlah Responden	130
Total Kuesioner yang diolah	130

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari hasil 130 kuesioner yang dibagikan, sebesar 130 kuesioner yang dijadikan sampel penelitian. Kuesioner secara online disebar via media sosial tanpa meninggalkan syarat dari sampel yang berlaku dan mendapatkan hasil sebanyak 50 responden. Sedangkan penyebaran secara manual dilakukan di Indomaret point stasiun tugu dikarenakan berbagai tempat tersebut banyak kalangan yang memungkinkan memiliki kepemilikan dan transaksi elektronik terjadi di toko grosir tersebut. Walaupun dengan 124 data saja data sudah memenuhi untuk pengujian data, namun semakin besar sampel, maka akan meningkatkan ketepatan dan konsistensi hasil estimasi SEM-PLS (Sholihin, 2013: 13).

2. Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 30 Juli 2016 hingga 21 Agustus 2016. Dengan objek penelitian adalah masyarakat kota

Yogyakarta secara umum atau yang berdomisili di kota Yogyakarta dan telah memakai uang elektronik sekurang-kurangnya selama 3 bulan.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh perbandingan antara laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Tabel 11. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	92	70,8
Perempuan	38	29,2
Jumlah	130	100

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 92 orang dan perempuan dengan jumlah 38 orang. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan metode random sampling, dimana penulis meminta kepada responden yang tidak secara sengaja ditemui pada saat pengambilan data berlangsung.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh perbandingan usia sebagai berikut:

Tabel 12. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
15-20	50	38,5
21-25	75	57,7
26-30	5	3,8
Jumlah	130	100

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa rentang usia terbesar adalah 21-25 tahun, hal ini terjadi karena mayoritas masyarakat di kota Yogyakarta merupakan mahasiswa dan pendatang dari kota lain. Selanjutnya, disusul oleh rentang usia 15-20 tahun, masih sama dengan halnya penyebab yang sama dengan rentang 21-25 tahun karena masyarakat di Yogyakarta merupakan mahasiswa dan pendatang dari kota lain. Sedangkan yang terakhir adalah rentang usia 26-30 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dimiliki sebagai berikut:

Tabel 13. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	88	67,7
PNS	5	3,8
Swasta	11	8,5
Wirausaha	13	10
Lainnya	6	4,6
Tidak Bekerja	7	5,4
Jumlah	130	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan terbesar responden adalah mahasiswa sebanyak 88 responden, selanjutnya dengan ditempati oleh wirausaha sebanyak 13 responden, kemudian swasta dengan 11 responden, lalu 7 responden tidak bekerja, kemudian lainnya sebanyak 6 responden, dan terakhir PNS memiliki 5 responden.

- d. Karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang dimiliki

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang dimiliki sebagai berikut:

Tabel 14. Karakteristik responden berdasarkan jenis *e-money* dimiliki

Jenis Uang elektronik	Jumlah	Presentase (%)
ATM / Kartu debit	123	94,6
Kartu kredit	7	5,4
Uang Elektronik	18	13,8
M-Banking	24	18,5
E-Banking	16	12,3
Jumlah	188	144,6

Sumber: data primer diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah dan presentase melebihi dari jumlah responden yang menjawab, hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang memiliki lebih dari 1 jenis uang elektronik.

B. Evaluasi Model Pengukuran

Sebelum melakukan analisis model struktural, terlebih dahulu dilakukan pengukuran model (measurement model) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten tersebut. *Outer model* dengan indikator reflektif diukur dengan validitas konvergen dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali, 2015:87).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Asnawi dan Masyhuri, 2011: 45). Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa terdapat dua validitas yang digunakan untuk melihat validitas suatu kuesioner, yaitu validitas konvergent dan diskriminan.

a. Uji Validitas Konvergent

Validitas konvergent bertujuan untuk melihat korelasi antar indikator-indikator yang digunakan dalam suatu satu konstruk. Sebuah penelitian dikatakan telah memenuhi syarat validitas konvergent apabila indikator-indikator yang digunakan dalam satu konstruk saling berkorelasi (Ghozali, 2105). Secara statistik, syarat validitas konvergen yang harus dipenuhi adalah memiliki nilai *loading* yang lebih besar dari 0,70 (Sholihin, 2013). Ghazali (2015: 74) menyatakan bahwa nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*, dan nilai *loading factor* antara 0,6-0,7 untuk penelitian bersifat *exploratory* masih dapat diterima serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih dari 0,5.

Tabel 15. Nilai Loading Factor

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan Lolos
Perilaku Konsumen	1	0.752	Lolos
	2	0.757	Lolos
	3	0.780	Lolos
	4	0.606	Lolos
	5	0.696	Lolos
	6	0.677	Lolos

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan Lolos
	7	0.778	Lolos
	8	0.716	Lolos
	9	0.616	Lolos
	10	0.753	Lolos
	11	0.702	Lolos
	12	0.753	Lolos
Kemampuan finansial	1	0.879	Lolos
	2	0.902	Lolos
Minat	1	0.781	Lolos
	2	0.770	Lolos
	3	0.749	Lolos
	4	0.744	Lolos
Kemudahan	1	0.776	Lolos
	2	0.851	Lolos
	3	0.836	Lolos
	4	0.832	Lolos
	5	0.671	Lolos

Sumber: data primer diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *loading* dari semua indikator lebih besar dari batas minimal nilai *loading* yang diisyaratkan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi salah satu syarat dari validitas konvergen.

Tabel 16. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai	Keterangan Lolos
Kemudahan	0,633	Lolos
Minat	0.580	Lolos
Kemampuan finansial	0.793	Lolos
Perilaku Konsumen	0,515	Lolos

Sumber: data primer diolah

Dari tabel AVE di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai AVE lebih besar dari batas minimal nilai AVE yang diisyaratkan (>0.5), sehingga hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian telah memenuhi syarat kedua validitas konvergen. Berdasarkan kedua tabel

di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi syarat pengujian validitas konvergent.

b. Validitas Diskriminan.

Validitas diskriminan bertujuan untuk melihat korelasi antar indikator-indikator dalam suatu konstruk dengan indikator dari konstruk lainnya. Suatu penelitian dikatakan memenuhi kriteria validitas diskriminana apabila indikator-indikator dari konstruk yang berbeda tidak berkorelasi. Selanjutnya yaitu nilai *loading* indikator ke konstruk yang diukur lebih besar daripada loading ke konstruk lain (*cross-loadings* rendah) (Sholihin, 2013).

Tabel 17. Nilai Cross-Loading

	Kemudahan	Minat	Kemampuan finansial	Perilaku konsumen
CB01	0.590	0.569	0.391	(0.752)
CB02	0.596	0.564	0.382	(0.757)
CB03	0.643	0.576	0.447	(0.780)
CB04	0.428	0.572	0.344	(0.606)
CB05	0.605	0.632	0.436	(0.696)
CB06	0.525	0.641	0.464	(0.677)
CB07	0.544	0.680	0.540	(0.778)
CB08	0.524	0.522	0.467	(0.716)
CB09	0.614	0.589	0.377	(0.616)
CB10	0.710	0.585	0.463	(0.753)
CB11	0.602	0.557	0.397	(0.702)
CB12	0.659	0.679	0.603	(0.753)
COF01	0.494	0.502	(0.879)	0.520
COF03	0.482	0.609	(0.902)	0.585
IOU1	0.595	(0.781)	0.547	0.681
IOU2	0.445	(0.770)	0.407	0.647
IOU3	0.539	(0.749)	0.453	0.591
IOU4	0.574	(0.744)	0.494	0.620
PEOU01	(0.776)	0.599	0.452	0.644
PEOU02	(0.851)	0.536	0.440	0.668
PEOU03	(0.836)	0.584	0.487	0.646
PEOU04	(0.832)	0.623	0.473	0.738

	Kemudahan	Minat	Kemampuan finansial	Perilaku konsumen
PEOU05	(0.671)	0.457	0.301	0.569

Sumber: data primer diolah

Nilai *cross-loading* dapat dilihat dengan membandingkan nilai *loading* ke konstruknya sendiri dengan nilai *loading* ke konstruk yang lain. Angka yang diberi tanda tutup buka tutup kurung adalah nilai *loading* konstruknya sendiri, sedangkan angka yang tidak diberi tanda adalah nilai *loading* ke konstruk lain atau disebut *cross-loading*. Kemudian melalui kedua angka (*loading* dan *cross-loading*) tersebut dapat dilihat apakah nilai *cross-loading* lebih kecil dari nilai *loading* ke konstruknya, apabila lebih kecil dari nilai *loading* konstruknya, berarti data indikator pada penelitian ini telah telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai *cross-loading* dari indikator-indikator yang digunakan tidak lebih besar dari nilai *loading* ke konstruknya, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hal ini menunjukkan bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda tidak berkolerasi tinggi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dan ketepatan indikator dalam mengukur konstruk. Dalam SEM-PLS, dengan indikator relfektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Selain itu juga dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *composite reliability* yang harus lebih besar dari 0,7

untuk penelitian bersifat confirmatory dan nilai 0,6-0,7 untuk penelitian bersifat *exploratory* (Ghozali, 2015).

Tabel 18. Nilai Cronbachs Alpha

Variabel	Cronbachs Alpha	Keterangan (>0,6)
Kemudahan	0,853	Lolos
Minat	0,759	Lolos
Kemampuan finansial	0,740	Lolos
Perilaku Konsumen	0,913	Lolos

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa seluruh variabel konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dari nilai minimal yang disyaratkan yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini telah memenuhi salah satu syarat reliabilitas. Selanjutnya akan ditampilkan tabel nilai *composite reliability*.

Tabel 19. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan (>0,6)
Kemudahan	0,896	Lolos
Minat	0,847	Lolos
Kemampuan finansial	0,885	Lolos
Perilaku Konsumen	0,927	Lolos

Sumber: data primer diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa seluruh variabel konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* yang lebih besar dari minimal yang disyaratkan yaitu 0,6, sehingga telah memenuhi salah satu syarat reliabilitas. Berdasarkan hasil dari kedua tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas. Artinya bahwa seluruh indikator yang digunakan memiliki

akurasi, konsistensi dan ketepatan yang baik dalam mengukur setiap konstruk yang ada pada penelitian ini.

C. Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

1. Nilai *R-Squares*

Dalam menilai model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menjelaskan laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Nilai *R-squares* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghazali, 2015).

Tabel 20. Tabel Nilai R-Squares

Variabel	R-Square	Keterangan
Minat	0,299	Lemah
Perilaku Konsumen	0,717	Kuat
Kemudahan	0,679	Kuat

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat tiga nilai *R-square* yang ada dalam penelitian ini. Pertama yaitu nilai *R-square* dari variabel minat, dimana nilai *R-square* yang didapat yaitu sebesar 0,299 atau tergolong lemah. Artinya bahwa varians dari variabel minat mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 29,9% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kedua yaitu nilai *R-square* dari variabel perilaku konsumen, dimana nilai yang diperoleh sebesar 0,717 atau tergolong dalam kategori kuat. Artinya bahwa varians dari variabel perilaku konsumen mampu dijelaskan

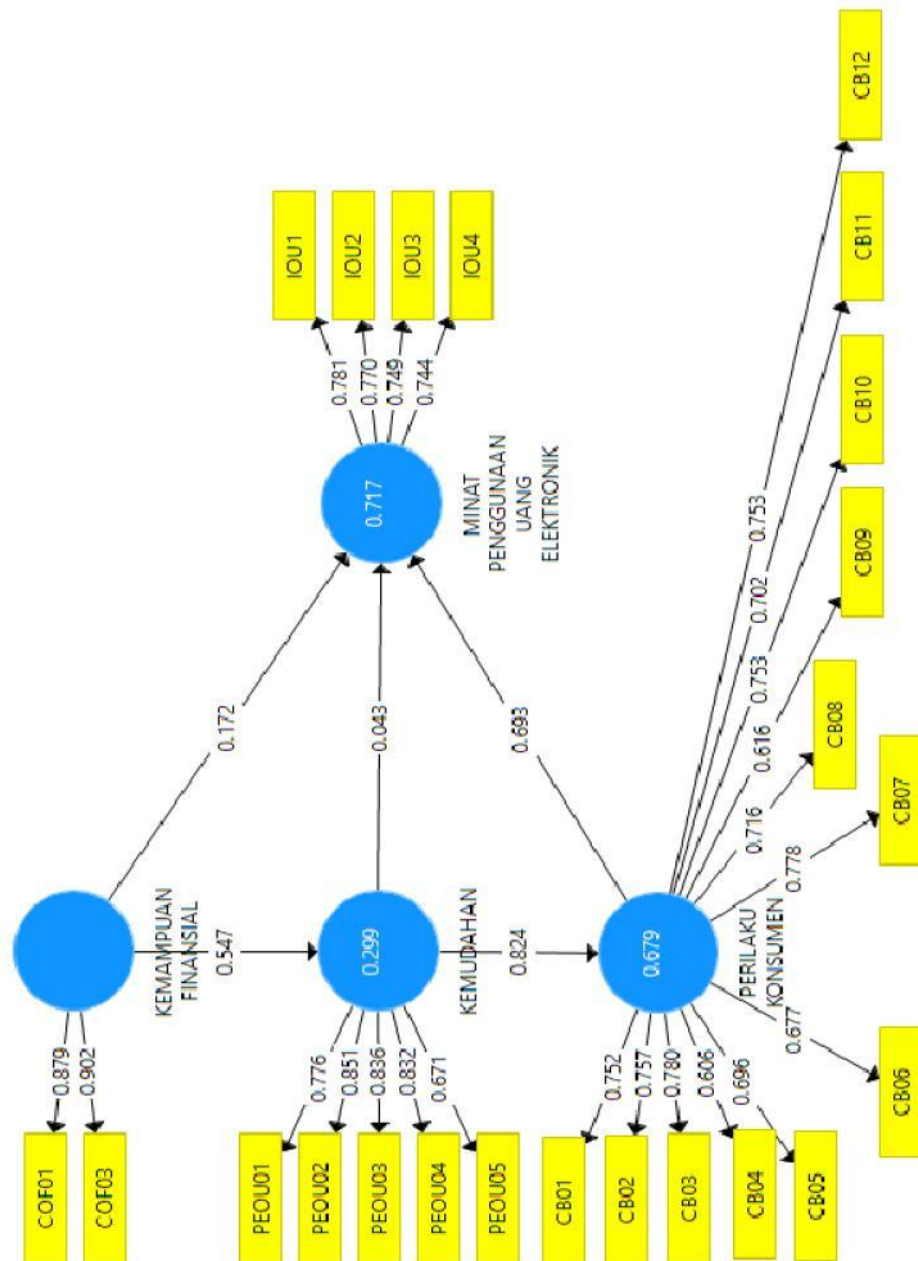
oleh variabel dalam model sebesar 71,7% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Ketiga yaitu nilai *R-square* dari variabel kemudahan, dimana nilai *R-square* yang di dapat yaitu sebesar 0,679 atau tergolong kuat. Artinya bahwa varians dari variabel kemudahan mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 67,9% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

2. Uji Signifikansi

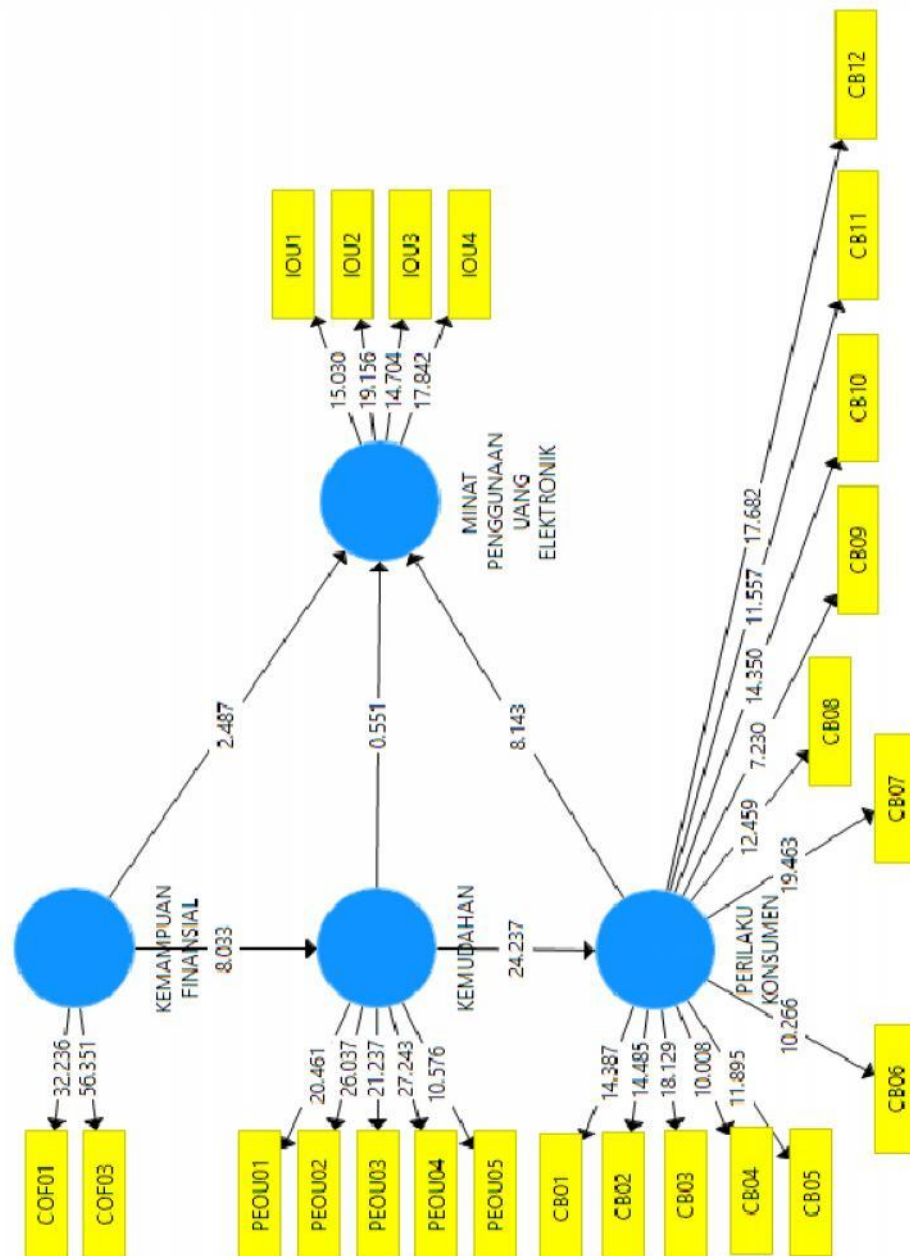
Tahap terakhir dari evaluasi model struktural dilakukan dengan melihat nilai signifikansi melalu prosedur *bootstrapping*. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Sebelum dilakukan interpretasi dari hasil uji signifikansi, terlebih dahulu akan ditampilkan output PLS algorithm dan *bootstrapping*. Output PLS algorithm digunakan untuk melihat besaran nilai koefisien jalur antar variabel laten, sedangkan output *bootstrapping* digunakan untuk melihat besaran nilai signifikansi t-statistik. Berikut akan ditampilkan output PLS algorithm dan *bootstrapping* SEM menggunakan SmartPLS

3.0.



Gambar 4. Output PLS Algorithm

Pada gambar di atas dapat dilihat besaran koefisien jalur tiap variabel laten. Selanjutnya untuk nilai signifikansi dapat dilihat melalui gambar selanjutnya.



Gambar 5. Output bootstrapping

Pada gambar di atas dapat dilihat besaran nilai t-statistik hubungan dari tiap variabel laten. Dari kedua gambar di atas pada dasarnya sudah dapat dilihat besaran nilai koefisien jalur dan nilai t-statistik, namun untuk

lebih jelas, akan ditampilkan dalam bentuk tabel di bawah ini dan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

Tabel 21. Nilai Koefisien jalur dan *P values*

	Original Sample	P Values
Kemudahan Minat	0,043	0,582
Kemudahan Perilaku Konsumen	0,824	0,000
Kemampuan finansial Kemudahan	0,547	0,000
Kemampuan finansial Minat	0,172	0,013
Perilaku konsumen Minat	0,693	0,000

Sumber: data primer diolah

- a. Kemampuan finansial terhadap minat penggunaan uang elektronik

H1: Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 21, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,013 dan koefisien jalur sebesar 0,172. Karena *p-value* < 0,05, maka H2 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

- b. Kemampuan finansial terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

H2: Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 21, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,547. Karena *p-value* < 0,05, maka H3 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

- c. Kemudahan dalam penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen

H3: kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan tabel 21, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,824. Karena *p-value* < 0,05, maka H1 diterima. Jadi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.

- d. Kemudahan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

H4: Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Khusus untuk hipotesis ini, nilai koefisien jalur dan *p-value* tidak berasal dari tabel 21, dikarenakan nilai yang tercantum dalam tabel tersebut merupakan nilai yang sudah dimasukkan variabel mediasi. Maka dari itu perlu dilakukan uji tanpa melibatkan variabel lain.

- e. Perilaku konsumen terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik.

H5: Perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 21, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,693. Karena *p-value* < 0,05, maka H4 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

Dari keterangan pengujian hipotesis di atas antara variabel kemudahan dan minat diperkirakan memiliki variabel mediasi, maka dari itu perlu adanya pengujian variabel mediasi.



Gambar 6. Output PLS Algorithm kemudahan minat



Gambar 7. Output bootstrapping kemudahan minat

Tabel 22. Nilai koefisien jalur dan T-statistik

		Original sampel	P values
Kemudahan	Minat	0,716	0,000

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan pada tabel 22 dapat dilihat bahwa p-value sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,716. Karena p-value $< 0,05$ serta koefisien jalur sebesar 0,716 maka H5 diterima. Jadi kemudahan mempengaruhi minat dalam penggunaan uang elektronik.

Selanjutnya yaitu pengujian efek mediasi, dikarenakan model ini terdapat model yang menggunakan efek mediasi, yaitu kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik melalui

Kemampuan finansial dan perilaku konsumen. Pengujian efek mediasi dalam program SmartPLS 3.0 menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny. Menurut Baron dan Kenny terdapat tiga tahapan model untuk menguji efek mediasi yaitu (Ghozali, 2015):

- 1) Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap endogen (Y) dan harus signifikan pada *p-value* 5%. Seperti yang sudah dijelaskan pada hipotesis 5 nilai *p-value* <0,05 serta koefisien jalur sebesar 0,716, yang artinya telah memenuhi syarat pertama.
- 2) Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel mediasi (M) dan harus signifikan pada *p-value* 5%.

Dalam model ini, terdapat dua variabel mediasi yaitu Kemampuan finansial dan perilaku konsumen. Seperti yang sudah dijelaskan pada hipotesis 1 dan 3 bahwa *p-value* <0,05 yang artinya telah memenuhi syarat kedua.

- 3) Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen (X) terhadap mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y). pada pengujian tahap terakhir diharapkan pengaruh variabel eskogen (X) terhadap variabel endogen (Y) menjadi tidak signifikan, sedangkan pengaruh variabel mediasi (M) terhadap varabel endogen (Y) signifikan pada *p-value* 5%. Untuk syarat ketiga, *p-value* yang digunakan yaitu nilai yang terdapat pada tabel 21, dikarenakan

nilai pada tabel tersebut adalah nilai yang sudah menggunakan variabel mediasi.

Berdasarkan pada tabel 21, *p-value* yang didapat lebih dari 5% yaitu 0,582 ($>0,05$), yang artinya telah memenuhi syarat ketiga. Berdasarkan hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemampuan finansial dan perilaku konsumen memediasi penuh hubungan antara pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik.

Tahap terakhir yaitu dengan melihat nilai koefisien dan signifikansi dari pengaruh antar variabel yang menggunakan variabel mediasi (M). hal ini bisa dilihat melalui nilai koefisien *indirect effect* dan signifikan pada *p-value* $<5\%$ yang tersedia dalam SmartPLS 3.0.

Tabel 23. Nilai indirect effect

	Original Sample	T-statistic (O/STDEV)	P value
Kemudahan Minat	0,571	7.723	0,000

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan pada tabel 23, *p-value* sebesar 0,000 serta koefisien jalur sebesar 0,571. Artinya bahwa model mediasi pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik melalui Kemampuan finansial dan perilaku konsumen diterima.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kemampuan finansial terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik. Hal ini berdasarkan *p-value* sebesar 0,013 serta koefisien jalur sebesar 0,172. Artinya Kemampuan finansial besarnya Kemampuan finansial mempengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik.

Hal ini dapat diasumsikan karena semakin besar Kemampuan finansial seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menyimpannya dalam tabungan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori *absolute income hypothesis* yang dikemukakan oleh John Maynard Keynes (1941) bahwa semakin tinggi Kemampuan finansial seseorang maka tingkat konsumsi dan tabungannya akan semakin bertambah.

2. Pengaruh Kemampuan finansial terhadap kemudahan penggunaan uang elektronik

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik. Hal ini berdasarkan *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,547. Artinya semakin besarnya Kemampuan finansial seseorang maka semakin memudahkan orang tersebut dalam menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena jika seseorang memiliki Kemampuan finansial yang cukup akan semakin memudahkan dalam pengisian uang elektronik, sehingga akses ke uang elektronik tersebut tidak terhambat. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan

Technology Acceptance Model milik Fred Davis bahwa faktor eksternal dimana dalam penelitian ini berupa Kemampuan finansial berpengaruh terhadap kemudahan.

3. Pengaruh kemudahan dalam penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berdasarkan pada *p-value* sebesar 0,000 serta koefisien jalur sebesar 0,824. Artinya keberadaan kemudahan dalam penggunaan uang elektronik mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena kemudahan ditawarkan oleh uang elektronik memungkinkan konsumen lebih memilih uang elektronik dalam bertransaksi. Jadi semakin banyak kemudahan yang ditawarkan maka keinginan konsumen untuk menggunakan uang elektronik semakin besar. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deni Rahmatsyah (2011) bahwa kemudahan tidak mempengaruhi sikap yang merupakan salah satu aspek dari perilaku konsumen.

4. Pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik. Hal ini berdasarkan nilai *p-value* sebesar 0,000 serta koefisien jalur sebesar 0,571. Artinya semakin besar kemudahan yang ditawarkan, maka semakin besar minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik.

Hal ini dapat diasumsikan karena semakin mudah produk yang ditawarkan, jika produk tersebut memang sangat berguna maka akan semakin besar minat seseorang untuk menggunakan produk tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyo Ferry W (2015) tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card pada studi commuter line di Jakarta.

5. Pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan uang elektronik

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hal ini berdasarkan dari nilai *p-value* sebesar 0,000 serta koefisien jalur sebesar 0,693. Artinya semakin tinggi nilai utilitas yang ditawarkan kepada konsumen menjadikan minat penggunaan terhadap uang elektronik semakin bertambah.

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan teori *the law diminishing marginal utility* yang dikembangkan oleh Carl Menger, bahwa semakin banyak seseorang mengkonsumsi suatu barang yang sama dan sejenis akan memberikan kepuasan marginal yang akan turun terus menerus. Dalam penelitian ini dapat diasumsikan karena semakin banyaknya transaksi yang tidak dapat dilakukan secara langsung memungkinkan konsumen memilih untuk menggunakan uang elektronik, dalam hal ini beberapa hal ikut berpengaruh seperti faktor kepercayaan, efisiensi dan rasa aman dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa faktor tertinggi yang sangat mempengaruhi minat dalam penggunaan uang elektronik adalah perilaku konsumen, hal ini berdasarkan nilai koefisien jalur sebesar 0,693. Faktor selanjutnya yaitu kemudahan dengan nilai koefisien 0,571. Kemudian adalah Kemampuan finansial dengan nilai koefisien sebesar 0,172. Besarnya nilai koefisien menunjukkan besarnya pengaruh faktor tersebut dalam mempengaruhi minat dalam penggunaan uang elektronik. Semakin besar nilai koefisien, maka semakin besar pengaruh faktor tersebut dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan uang elektronik.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik. Artinya semakin besarnya kemampuan finansial seseorang maka minat dalam menggunakan uang elektronik akan semakin tinggi. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin besar kemampuan finansial seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menyimpannya dalam tabungan.
2. Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik. Artinya semakin besarnya kemampuan finansial seseorang maka semakin memudahkan orang tersebut dalam menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena jika seseorang memiliki kemampuan finansial yang cukup tinggi akan semakin memudahkan dalam pengisian uang elektronik, sehingga akses ke uang elektronik tersebut tidak terhambat.
3. Kemudahan dalam penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen. Artinya keberadaan kemudahan dalam penggunaan uang elektronik mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena kemudahan ditawarkan oleh uang elektronik memungkinkan konsumen lebih memilih uang elektronik dalam bertransaksi. Jadi semakin banyak

kemudahan yang ditawarkan maka keinginan konsumen untuk menggunakan uang elektronik semakin besar.

4. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik. Artinya semakin besar kemudahan yang ditawarkan, maka semakin besar minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin mudah produk yang ditawarkan, jika produk tersebut memang sangat berguna maka akan semakin besar minat seseorang untuk menggunakan produk tersebut.
5. Perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Artinya semakin tinggi nilai utilitas yang ditawarkan kepada konsumen menjadikan minat penggunaan terhadap uang elektronik semakin bertambah. Dalam penelitian ini dapat diasumsikan karena semakin banyaknya transaksi yang tidak dapat dilakukan secara langsung memungkinkan konsumen memilih untuk menggunakan uang elektronik, dalam hal ini beberapa hal ikut berpengaruh seperti faktor kepercayaan, efisiensi dan rasa aman dalam bertransaksi.

B. Saran

1. Dalam penelitian ini kemampuan finansial berpengaruh sangat kecil terhadap minat penggunaan uang elektronik, disisi lain kemampuan finansial juga sangat mempengaruhi kemudahan. maka diharapkan pihak penerbit uang elektronik lebih memudahkan dalam hal batas minimal

pengisian saldo agar masyarakat yang berpenghasilan rendah mampu untuk membuat dan mengisi uang elektronik.

2. Dalam penelitian ini kemudahan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan berpengaruh cukup tinggi terhadap minat penggunaan uang elektronik. Maka dalam hal ini diharapkan pihak penerbit harus selalu meningkatkan fitur yang ada sehingga semakin memudahkan konsumen. Semakin mudah maka mereka berpeluang lebih besar untuk memilih menggunakan uang elektronik.
3. Dalam penelitian ini perilaku konsumen berpengaruh cukup tinggi terhadap minat penggunaan uang elektronik. Maka dalam hal ini diharapkan pihak penerbit dapat membuat konsumen nyaman mungkin dalam menggunakan uang elektronik.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun atas keterbatasan peneliti, maka penelitian ini masih mempunyai beberapa kelemahan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk variabel teramati pada variabel kemampuan finansial hanya terdapat 2 variabel teramati. Sehingga hasil yang diperoleh kurang mampu menjelaskan variabel tersebut. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti menggunakan variabel yang lebih banyak sehingga mampu menjelaskan hasilnya
2. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Sehingga target dari penelitian

ini hanya berputar dalam lingkup rekan responden dan kurang objektif, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik sampling yang lebih baik, yaitu dapat menggunakan *area proportional sampling* atau *proportional sampling*.

3. Dalam penelitian ini menggunakan 2 teknik pengambilan sampel yaitu online dan manual. Dalam pengambilan secara manual hanya terpaku pada satu lokasi dan kurangnya pembagian secara merata di kota Yogyakarta. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan lebih rata dalam pengambilan sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam S. (2007). *Ekonomi: untuk SMA dan MA kelas X*. Jakarta: Erlangga.
- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Chicago: Dorsey Press.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Bank Indonesia. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non-Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Working Paper*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Boediono. (1994). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia volume 9-11. *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Gadjah Mada*.
- Bonugli P. K. (2006). The Cashless Society: Increased Usage Of Card-Based Payment System. *Journal of School of electronic & Computer Science*. University of Southhampton.
- Burhanuddin, Abdullah. (2006). Toward a Less Cash Society in Indonesia. *Paper Seminar Internasional*. Hal 9.
- Committee on Payment & Settlement Systems. (2003). *A glossary of terms used in payments and settlement systems (Revised edition)*. Switzerland: BIS Basel.
- Davis, F.D, Bagozzi dan Warshaw. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Journal of Management Science Vol. 35*
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Journal of MIS Quarterly*.

- Engel, J.F. dkk. (1994). *Consumer Behavior* (terjemahan). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Frederic, Mishkin. (2008). *Subprime Crisis Preview Chapter for the Economics of Money, Banking, and Financial Markets*. Columbia University.
- Ghazali, Imam. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayati, Siti dkk. (2006). *Operasional E-money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hogart, dkk. (2002). Financial Knowledge, Experience And Learning Preferences: Preliminary Results From A New Survey on Financial Literacy. *Consumer Interest Annual* 48.
- Keat, dan Mohan. (2004). Integration of TAM Based Electronic Commerce Models for Trust. *Journal of America Academy of Business*. Hal 404.
- Maharsi, Sri dan Fenny. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *Jurnal akuntansi keuangan*.
- Manginar, Manullang. (1997). *Ekonomi Moneter*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mankiw, Greg. (2009). *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. [Tesis]. Universitas Indonesia.
- Robertson, dan Gatignon. (1989). Competitive Effects on Technology Diffusion. *Journal of Marketing*.
- Rosyidi, Suherman. (2011). *Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sholihin, Mahfud. (2013). *Analisis Sem-PLS dengan Warp PLS3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Silvanita, Ktut. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Erlangga.
- Soeratno dan Lincoln. (2008). *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi YKPN.
- Sri Mulyani. (1998). *Kesehatan Bank dan Lingkungan Makro Ekonomi*. Dialog Bank Umum Nasional.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (1994). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja grafindo Persada.
- Susanto, Arif. (2009). *Era Uang Elektronik di Depan Mata*. Tersedia di <http://www.bisnis.com/servlet/pa>Error! Hyperlink reference not valid.
- Supriyono, Imam. (2004). *Cerdas Finansial: di rumah, di kantor dan di masjid*. Jakarta: Pustaka Progressif
- Surendran, Priyanka. (2012). *Technology Acceptance Model: A Survey of Literatur*. Bahrain: AMA International University
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wijanto, Setyo Hari. (2008). *Structural Equation Modeling*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Widdowson, Doug dan Kim Hailwood. (2007). *Financial Literacy and It's role in promoting a sound financial system*. New Zealand. Bank of New Zealand.
- www.bi.go.idError! Hyperlink reference not valid.www.kompasiana.comError! Hyperlink reference not valid.www.finance.detik.comError! Hyperlink reference not valid.

www.tabloidnova.cError! Hyperlink reference not valid.

Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.

Yuliadi, (2004). *Ekonomi Moneter*. Jakarta: PT. Ideks.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Desain Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN



Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Hari / Tanggal :

No. Kuesioner :

Dengan Hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk keperluan Tugas Akhir Skripsi mengenai “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta”. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penilaian secara obyektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya untuk digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Salam,

Indrawan Firdauzi.

.....

Profil Responden

1. Usia :
2. Jenis Kelamin :
3. Status Pernikahan :
4. Pendidikan Terakhir :

5. Pekerjaan :

Pertanyaan bagian utama

Untuk pertanyaan – silahkan berikan tanda silang (X) pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat anda. Kolom Penilaian :

SS : Sangat setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Perceived Ease of Use (PEOU)	STS	TS	S	SS
	MENURUT SAYA PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK :				
1	Sangat mudah digunakan				
2	Sangat mudah di Pahami				
3	Praktis				
4	Fleksible				
5	Dapat diakses dengan mudah di kota yang saya tinggali				
	Consumer Behavior	STS	TS	S	SS
	PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK MEMUNGKINKAN SAYA UNTUK :				
6	Proses penyelesaian pembayaran yang lebih cepat				
7	Ketelitian proses pembayaran yang lebih baik				
8	Rasa aman bertransaksi				
9	Keuntungan berbentuk promosi menarik				
10	Pembayaran lebih efisien dibandingkan uang fisik				
11	Keluarga menganjurkan saya untuk menggunakan Uang elektronik				
12	Rekan menganjurkan saya untuk menggunakan uang elektronik				
13	Lingkungan sosial mempengaruhi saya untuk menggunakan uang elektronik				
	SAYA MERASA BAHWA:				
14	Mempunyai sumber daya untuk menggunakan uang elektronik				
15	Uang elektronik sangat baik untuk digunakan sebagai alat pembayaran				
16	Uang elektronik sangat berguna sebagai alat pembayaran				
17	Kemudahan dalam menggunakan uang elektronik membuat saya beralih dari				

	pembayaran secara tunai				
	Capability of Financial				
19	Penghasilan saya selama satu bulan mampu untuk mengisi ulang uang elektronik yang saya miliki				
20	Jika saya memiliki lebih dari 1 jenis uang elektronik, penghasilan saya masih cukup untuk mengisi uang elektronik yang saya miliki				
	Intention to Use				
21	Saya memilih untuk menerbitkan uang elektronik di tempat yang saya pilih karena sistem yang dipakai tidak berbelit-belit.				
22	Saya memilih untuk menerbitkan uang elektronik di tempat yang saya pilih karena menawarkan banyak promosi yang untuk memenuhi kebutuhan saya				
23	Saya memilih untuk menerbitkan uang elektronik di tempat yang saya pilih karena penyelenggara tersebut menurut saya sangatlah terpercaya.				
24	Saya memilih untuk menerbitkan uang elektronik di tempat yang saya pilih karena dianjurkan oleh keluarga.				

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Outer Loading

	KEMUDAHAN	MINAT	KEMAMPUAN FINANSIAL	PERILAKU KONSUMEN
CB01 <-				0.752
CB02				0.757
CB03				0.78
CB04				0.606
CB05				0.696
CB06				0.677
CB07				0.778
CB08				0.716
CB09				0.616
CB10				0.753
CB11				0.702
CB12				0.753
COF01			0.879	
COF03			0.902	
IOU1		0.781		
IOU2		0.77		
IOU3		0.749		
IOU4		0.744		
PEOU01	0.776			
PEOU02	0.851			
PEOU03	0.836			
PEOU04	0.832			
PEOU05	0.671			

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai
KEMUDAHAN	0,633
MINAT	0.580
KEMAMPUAN FINANSIAL	0.793
PERILAKU KONSUMEN	0,515

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Cross Loading

	KEMUDAHAN	MINAT	KEMAMPUAN FINANSIAL	PERILAKU KONSUMEN
CB01	0.590	0.569	0.391	0.752
CB02	0.596	0.564	0.382	0.757
CB03	0.643	0.576	0.447	0.780
CB04	0.428	0.572	0.344	0.606
CB05	0.605	0.632	0.436	0.696
CB06	0.525	0.641	0.464	0.677
CB07	0.544	0.680	0.540	0.778
CB08	0.524	0.522	0.467	0.716
CB09	0.614	0.589	0.377	0.616
CB10	0.710	0.585	0.463	0.753
CB11	0.602	0.557	0.397	0.702
CB12	0.659	0.679	0.603	0.753
COF01	0.494	0.502	0.879	0.520
COF03	0.482	0.609	0.902	0.585
IOU1	0.595	0.781	0.547	0.681
IOU2	0.445	0.770	0.407	0.647
IOU3	0.539	0.749	0.453	0.591
IOU4	0.574	0.744	0.494	0.620
PEOU01	0.776	0.599	0.452	0.644
PEOU02	0.851	0.536	0.440	0.668
PEOU03	0.836	0.584	0.487	0.646
PEOU04	0.832	0.623	0.473	0.738
PEOU05	0.671	0.457	0.301	0.569

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Composite Reliability

	Composite Reliability
KEMUDAHAN	0,896
MINAT	0,847
KEMAMPUAN FINANSIAL	0,885
PERILAKU KONSUMEN	0,927

Cronbachs Alpha

	Cronbachs Alpha
KEMUDAHAN	0,853
MINAT	0,759
KEMAMPUAN FINANSIAL	0,740
PERILAKU KONSUMEN	0,913

Lampiran 6. Hasil Uji Model Struktural

R-square

	R Square	R Square Adjusted
KEMUDAHAN	0.299	0.294
MINAT	0.717	0.711
PERILAKU KONSUMEN	0.679	0.676

Lampiran 7. Hasil Uji Signifikansi

Path Coefficients

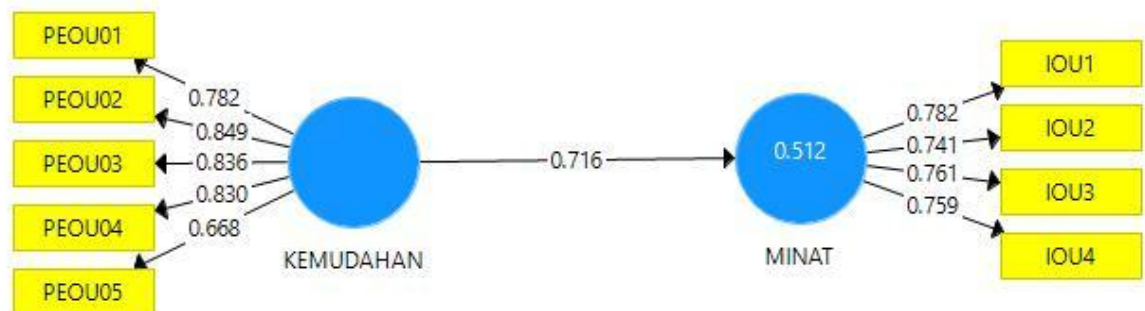
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KEMAMPUAN FINANSIAL -> KEMUDAHAN	0.547	0.550	0.068	8.033	0.000
KEMAMPUAN FINANSIAL -> MINAT	0.172	0.175	0.069	2.487	0.013
KEMUDAHAN -> MINAT	0.043	0.037	0.079	0.551	0.582
KEMUDAHAN -> PERILAKU KONSUMEN	0.824	0.826	0.034	24.237	0.000
PERILAKU KONSUMEN -> MINAT	0.693	0.697	0.085	8.143	0.000

Path Coefficients Kemudahan Minat

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KEMUDAHAN -> MINAT	0.571	0.575	0.073	7.851	0.000

PLS Algorithm

Faktor Kemudahan -> Minat

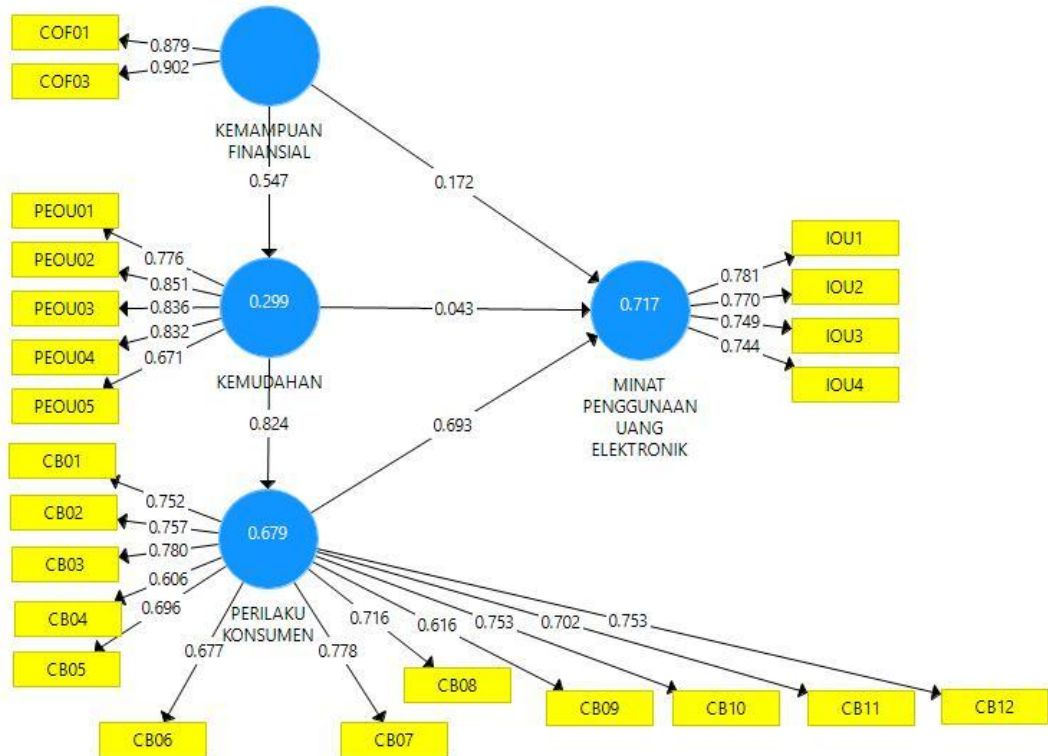


Bootstrapping

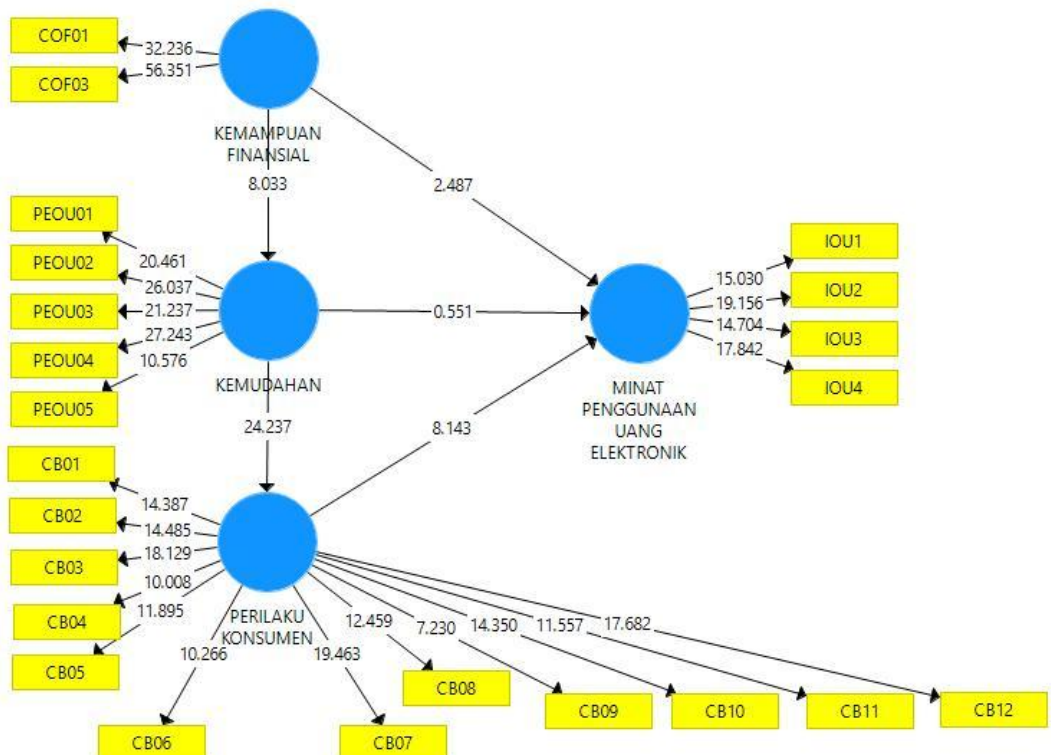
Faktor Kemudahan -> Minat



PLS Algorithm Full Model



Bootstrapping Full Model



Lampiran 8. Data Kuesioner

No. Resp	PE OU 01	PE OU 02	PE OU 03	PE OU 04	PE OU 05	CB 01	CB 02	CB 03	CB 04	CB 05	CB 06	CB 07	CB 08	CB 09	CB 10	CB 11	CB 12	CO F01	CO F03	IO U1	IO U2	IO U3	IO U4
1	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	1	2	3	3	3	4
2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2
3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	2	1	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4
5	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
6	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
7	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
8	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
9	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
10	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
11	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
12	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
13	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3
14	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	1	2	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	3
15	3	4	3	3	3	1	1	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	3	1

16	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
17	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
18	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3
19	3	2	3	3	1	3	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3
20	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2
21	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3
22	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4
23	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
24	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
25	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
26	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
29	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3
30	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4

36	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
39	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
41	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	4	4	4
42	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
43	2	3	3	3	3	1	1	2	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	2	4	2	2	2
44	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3
45	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
47	3	3	3	2	1	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3
48	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
49	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3
50	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
52	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
53	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
54	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	2

56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	1	1	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	1	1	2	3	2	3	1	4	4	3
66	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
67	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
68	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2
70	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4
71	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2
72	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
73	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
75	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3

76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3
79	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2
80	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2
81	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2
82	4	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	2	2
83	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
84	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
85	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
87	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
89	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	1
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3
93	3	3	3	3	4	4	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2
94	2	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
95	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1

96	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3
97	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1	2	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	3
98	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
99	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
100	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
104	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
108	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3
109	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
110	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4
111	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
113	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
114	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
115	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3

116	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
117	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
118	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
119	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
120	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
121	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
123	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
124	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
125	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
126	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
127	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
128	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
129	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
130	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3