

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi digital saat ini tidak hanya membuka peluang munculnya bisnis baru, namun juga mengubah sistem pembayaran yang berlaku di Indonesia (Sinar mas, 2016). Walaupun masyarakat umumnya masih menggunakan uang tunai dalam bertransaksi, namun perkembangan transaksi non-tunai juga tidak diragukan. Hal ini terbukti dari nominal transaksi yang telah menembus Rp 31,26 triliun pada periode Januari-September 2018. Jumlah ini meningkat lebih dari dua kali lipat dibandingkan tahun 2017 yang hanya mencapai Rp 12,37 triliun, dan naik enam kali lipat dari realisasi tahun 2015 sebesar Rp 5,28 triliun (Gumiwang, 2018).

Saat ini Indonesia sedang memasuki era ekonomi digital. Sebuah ekonomi digital adalah ekonomi yang berbasis pada barang elektronik dan jasa yang dihasilkan oleh bisnis elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik (Amin, 2012). Antara penjual dan pembeli sudah tidak harus bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi, namun memanfaatkan adanya teknologi internet. Penggunaan media elektronik bersama dengan internet diperkirakan akan terus berkembang. Salah satu faktor pendorongnya ialah soal kemudahan dan kecepatan. Kegiatan ekonomi dengan memanfaatkan teknologi mendorong adanya pergerakan yang lebih cepat dan efisien. Perekonomian yang modern saat ini, lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah semakin cepat sehingga perlu ketersediaan sistem pembayaran handal yang menjadikan pembayaran dilakukan secara lebih cepat, aman, dan efisien (Achmad Syafi'i dan Grace Widijoko, 2016).

Perkembangan teknologi menciptakan sebuah layanan yang dapat mempermudah aktivitas manusia, layanan tersebut merupakan pembayaran secara digital atau *cashless payment*. Penggunaan pembayaran secara digital di dunia sudah sangat tinggi, diketahui dengan nilai tertinggi pada negara Korea Selatan sebesar 83%, Australia sebesar 78%, Inggris sebesar 71%, Singapura sebesar 63%, dan Amerika sebesar 61% (Eastpring Investment, 2019). Dari data CNN Indonesia (2018) penggunaan pembayaran secara digital di Indonesia terus

mengalami peningkatan, diketahui pada tahun 2018 penggunaan pembayaran digital hingga 47,2 triliun rupiah dan penggunaan uang elektronik sebesar 167,2 juta rupiah.

Penggunaan layanan pembayaran secara digital memberikan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, dengan pengguna merasa mudah dalam menggunakan sistem, bukti transaksi yang dilakukan, praktis dalam melakukan transaksi, dan pengguna merasa terjamin dalam keamanan menggunakan pembayaran secara digital (Kinasih et al., 2021). Peningkatan dalam penggunaan pembayaran digital di Indonesia terus meningkat, merujuk pada data Bank Indonesia di tahun 2016-2020 memperoleh angka hingga sebesar 12,81% pada bulan November 2020. Terkait dengan penggunaan pembayaran digital tanpa pembayaran secara langsung (*cash*), merupakan sebuah keuntungan bagi pengguna khususnya di masa pandemi Covid-19. Pembayaran yang dilakukan secara digital dengan menggunakan *smartphone* dari pengguna dapat mengurangi interaksi dengan melakukan pembayaran secara langsung, sehingga dapat terjaga dan terhindar dari virus pandemi (Aulia, 2020).

Salah satu alat pembayaran non-tunai yang kini tengah marak digunakan adalah dompet elektronik atau *e-wallet* atau dompet digital. Dompet digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, yaitu berupa pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dimanfaatkan untuk menampung dana guna melakukan pembayaran (Auliya, 2018). Dompet digital berbasis server, sehingga memerlukan perangkat seperti komputer, tablet, atau *smartphone* yang tersambung dengan server penerbit melalui jaringan internet jika ingin melakukan transaksi. Berbeda halnya dengan uang elektronik (*e-money*) yang berbasis chip yang ditanam di dalam kartu sehingga tidak memerlukan dukungan konektivitas jaringan internet ke server pada saat bertransaksi.

Diantara berbagai merek dompet digital yang diperkenalkan kepada masyarakat, terdapat lima (5) merek yang dianggap sebagai market leader di Indonesia, yaitu :

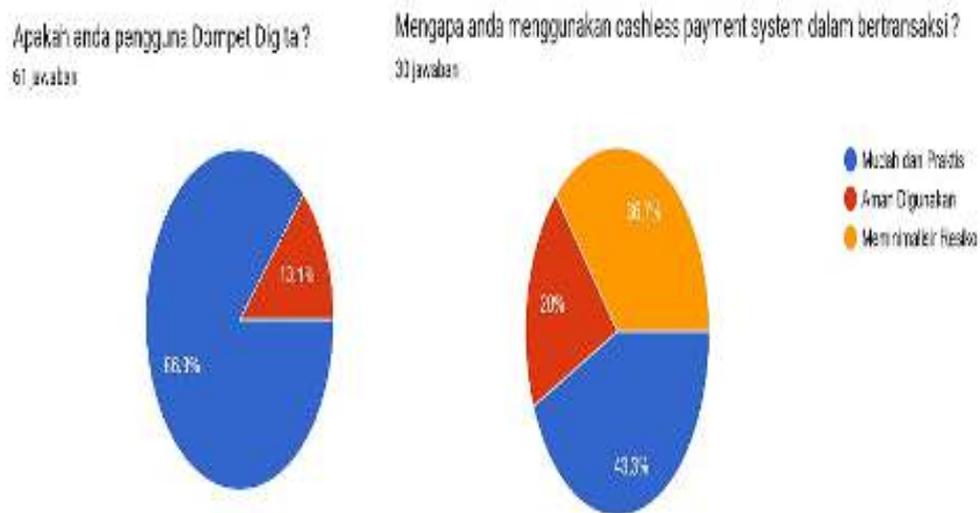
**Tabel 1.1**  
**Merek Dompot Digital**

No	Merek Dompot Digital	Persentase
1	Go-Pay	88%
2	Dana	83%
3	OVO	79%
4	Shopee Pay	76%
5	LinkAja	30%

Sumber: Fintech Report (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 data tersebut menunjukkan bahwa Go-Pay, Dana, OVO, Shopee Pay dan LinkAja adalah jenis-jenis dompet digital yang paling banyak diminati di Indonesia. Pernyataan tersebut didukung diantaranya oleh survei yang dilakukan Daily Social melalui Fintech Report (2022), yang menyebutkan bahwa tingkat kepopuleran fintech berdasarkan kategorinya masih didominasi oleh Go-Pay dengan persentase responden mencapai 88%; Dana berada di posisi kedua dengan persentase 83%; OVO berada di posisi ketiga dengan persentase 79%; Shopee Pay berada diposisi keempat dengan persentase 76%; dan LinkAja sebagai platform dompet digital terpopuler kelima dengan persentase 30%. (data terbaru 2022).

Peneliti melakukan pra survey dengan 2 pertanyaan terhadap 30 responden melalui *google form* dan penyebarannya dilakukan di media sosial untuk mendapatkan informasi apakah Mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen Medan menggunakan *cashless payment system* dan alasan mengapa mereka menggunakan *cashless payment system*.



**Gambar 1.1**  
**Hasil pra survey**

Sumber Data: Hasil *pra survey*, Diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pra survey didapatkan informasi bahwa ada sebanyak 76,7% (23) yang menggunakan dompet digital dan 23,3% (7) tidak menggunakan dompet digital. Dan dari pra survey tersebut didapatkan informasi bahwa 43,3% (13) mahasiswa memilih menggunakan *cashless payment system* karena mudah dan praktis dalam bertransaksi, 20% (6) karena aman menggunakannya dan 36,7% (11) karena meminimalisir risiko.

Berdasarkan kajian empiris terdahulu juga menginformasikan bahwa minat menggunakan sebuah aplikasi itu dikarenakan persepsi. Dalam penelitian Darista dan Mujilan (2021) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi e-money OVO. Sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi e-money OVO. Rodiah dan Melati (2020) dalam melakukan penelitiannya menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet, Sedangkan Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Darmawan (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh sosial, persepsi kemudahan, dan kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*. Namun persepsi risiko tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sati dan Ramaditya (2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan, tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* pada konsumen pengguna *metland card*, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada konsumen pengguna *metland card*. Katarina dan Hendro (2021) dalam melakukan penelitian menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *cashless*.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, diartikan bahwa ketidakkonsistenan dan ketidakkonklusifan dari penelitian terdahulu menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian yang sama untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih spesifik, khususnya pada pengguna *cashless*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan beberapa referensi penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Cashless Payment System* (Dompet Digital) Pada Mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen Medan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dirumuskan lah beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital pada mahasiswa FEB UHN MEDAN?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital pada mahasiswa FEB UHN MEDAN?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan dompet digital pada mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen MEDAN.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital pada mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen MEDAN.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah dan diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan sehingga hasil penelitian ini dapat menerangkan dan mempunyai pengetahuan teoritis dalam kasus nyata dilapangan. Selain itu, peneliti ini juga berfungsi sebagai pembelajaran dan pegangan bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja nantinya

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi Universitas

Sebagai tambahan literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Cashless Payment System* ( Dompet Digital ) Pada Mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen Medan.

##### b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan, dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan perusahaan tentang mengenai Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Cashless Payment System* ( Dompet Digital ).

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau tambahan referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian dibidang yang sejenis pada masa yang akan datang.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teori**

#### **2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action (TRA)*, yaitu teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen (1975), dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaannya dan perilaku, tujuan atau keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna atau user suatu sistem informasi. Sebuah hipotesis yang umum digunakan mengenai penggunaan sistem teknologi informasi, *Technology Acceptance Model (TAM)*, menjelaskan mengapa individu yang berbeda merangkul penggunaan berbagai teknologi dengan cara yang berbeda (Indah Hutami Santi, 2021).

#### **2.1.2 Persepsi Risiko**

Menurut (Yusnidar et al., 2014). Risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang memberikan pertimbangan seseorang dalam memberikan keputusan iya atau tidaknya melakukan transaksi secara online. Persepsi risiko adalah persepsi mengenai konsekuensi dan ketidakpastian ketidakinginan dalam penggunaan layanan atau produk. Persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan. Semakin besar seseorang memiliki persepsi risiko maka semakin kecil tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya.

Ketidakpastian dalam bertransaksi secara non tunai memiliki dua bentuk, yaitu ketidakpastian lingkungan dan ketidakpastian perilaku. Persepsi risiko dapat diartikan sebagai resiko secara umum yang diterima oleh seseorang pada saat

menggunakan suatu sistem. Darmawi (2014:21) memaparkan risiko adalah risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain kemungkinan itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian. Ketidakpastian itu merupakan kondisi yang menyebabkan tumbuhnya risiko.

Persepsi risiko adalah ukuran sebelumnya manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebelum membeli produk atau jasa, berdasarkan tujuan beli konsumen. Pride dan Ferrel dalam Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan persepsi risiko merupakan bagian dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dua alasan penting mengapa pelanggan tidak membeli produk atau jasa di internet adalah masalah keamanan belanja online dan privasi informasi pribadi.

Menurut Kotler dan Keller (2014) Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa. Persepsi risiko menjadi salah satu komponen penting dalam pemrosesan informasi yang dilakukan oleh konsumen. Para pengguna *E-Commerce* semakin terdorong untuk mencari berbagai informasi ketika menghadapi pembelian produk dengan resiko tinggi.

Tingginya risiko yang dipersepsikan konsumen diduga menyebabkan krisis kepercayaan konsumen terhadap penjual online sehingga dapat mengurangi keputusan pembelian mereka secara online. Persepsi risiko menurut Schiffman dan Kanuk (2007:183) dalam (Picaulty, 2018) adalah ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung.

Menurut Pavlou (2001), *perceived risk* dikonseptualisasikan sebagai "*the consumer's subjective expectation of suffering a loss in pursuit of a desired outcome*". Dari definisi tersebut, *perceived risk* dapat dikatakan sebagai harapan seseorang atas sesuatu yang dihasilkan dari sebuah pengorbanan atau perjuangan tertentu. Dengan kata lain, individu bersedia ataupun sukarela menerima segala

konsekuensi sebagai bentuk pengorbanan demi mendapatkan hasil seperti yang diharapkannya.

### **2.1.3 Indikator Persepsi Risiko**

Adapun indikator persepsi risiko menurut Pavlou (dalam Mulyana 2016:28) dapat diukur dengan 3 indikator yakni :

1. Ada risiko tertentu

Ketidakpastian yang konsumen hadapi ketika mereka tidak bisa melihat konsekuensi dari keputusan pembelian mereka

2. Mengalami kerugian

Konsumen menghadapi ketidakpastian saat mereka tidak melihat akibat dari apa yang tidak dapat dilihat secara langsung

3. Pemikiran bahwa berisiko

Tingginya risiko yang dipersepsikan konsumen diduga menyebabkan krisis kepercayaan konsumen terhadap penjual online sehingga dapat mengurangi keputusan pembelian mereka secara online

### **2.1.4 Persepsi Kemudahan**

Kemudahan dimaknakan dalam kepercayaan individu dimana mereka memakai sistem tertentu akan bebas dari tindakan, apabila seseorang percaya bahwasanya teknologi itu gampang dipergunakan. Terdapat faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yaitu merasakan kemudahan memakai teknologi dalam melakukan kegiatan yang diinginkan, dapat terjadi interaksi dengan teknologi *mobile commerce* tidak membutuhkan usaha yang besar. Sistem informasi dikatakan mudah apabila: mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mudah bekerja sesuai keinginan pengguna dan memberikan keterampilan baru bagi pengguna.

Persepsi kemudahan adalah sebuah kemungkinan bagi seseorang untuk mempunyai kinerja yang lebih baik dalam konteks organisasi dengan penggunaan sistem aplikasi tertentu. Jika seseorang merasa sistem aplikasi yang ia gunakan dapat meningkatkan kinerjanya, maka kemungkinan orang tersebut untuk menggunakan aplikasi yang sama pun akan semakin besar (Febrilia et al., 2020). Umumnya, manusia akan cenderung menggunakan suatu aplikasi, apabila aplikasi tersebut membantu dan memudahkan pekerjaannya (Kumala et al., 2020). Susilo

(Abrilia et al., 2020) menyatakan persepsi kemudahan merujuk pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu agar tidak merepotkan sebuah usaha yang besar dalam menggunakan.

Menurut Davis (2016 : 320) pengertian persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

### **2.1.5 Indikator Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan dapat diukur dengan 4 (Empat) indikator, menurut Davis (dalam Febriyani 2018:14) adalah sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari

Ketika sistem yang diciptakan dianggap konsumen mudah untuk digunakan tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih untuk mempelajarinya.

2. Mudah digunakan

Ketika dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Jelas dan mudah dimengerti

Saat pengguna sistem tidak mengalami kebingungan dan tampilan mudah dipahami.

4. Mudah dioperasikan

Saat sistem mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar penggunaan.

### **2.1.6 Minat Penggunaan**

Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. Ketika seseorang menilai sesuatu tersebut bernilai manfaat, maka akan timbul rasa berminat, kemudian akan mendatangkan kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa antara minat dan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya memiliki keterhubungan. Minat dalam penggunaan Dompot Digital diartikan sebagai tingkat niat atau keinginan seseorang menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Minat

memiliki fungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Menurut Kotler (2016:19) bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Menurut Jati (2012:31) Minat Penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

Minat merupakan tingkah laku individu yang bersifat dinamis untuk melakukan segala keinginannya terhadap sesuatu. Keinginan berasal dari diri sendiri, seperti menginginkan sesuatu atau keinginan masa depan yang ingin dicapai (Jogiyanto dalam Abrilia *et al.*, 2020). Perilaku minat penggunaan merupakan suatu konstruk yang cocok digunakan untuk melihat penerimaan konsumen terhadap sistem informasi teknologi yang baru, juga sebagai predictor yang tepat dari minat penggunaan kembali (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988) dalam (Kumala *et al.*, 2020). (Safitri dan Diana, 2020) berpandangan dalam menggunakan teknologi baru tersebut pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya. Analisis minat penggunaan dompet digital melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan modifikasi variabel persepsi risiko dan persepsi kemudahan dapat diangkat menjadi penelitian yang menarik, karena dompet digital memiliki segudang manfaat yang dapat digunakan oleh masyarakat, khususnya pengguna Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas HKBP Nommensen Medan. Para mahasiswa (pengguna) di FEB Universitas HKBP Nommensen Medan tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi sehari-hari.

Pada penelitian ini peneliti mengangkat minat penggunaan dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) serta persepsi risiko dan persepsi

kemudahan sebagai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital karena dirasa masih relatif sedikit penelitian yang menggunakan konstruk tersebut, apalagi di lingkup mahasiswa. Dari berbagai hasil temuan penelitian yang ada, maka masih diperlukan penelitian lain untuk mendapatkan kebaruan dan dalam rangka pengembangan teori TAM itu sendiri. Minat penggunaan dapat berfungsi sebagai salah satu penyebab niat seseorang untuk berperilaku maupun melakukan tindakan tertentu (Davis et al., 1989).

### **2.1.7 Indikator Minat Penggunaan**

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel minat menggunakan dalam penelitian ini terdapat pada penelitian terdahulu Menurut Walgito (2015 : 40) dapat diukur dengan tiga indikator, yaitu

1. Ketertarikan pada objek minat

Ketertarikan pada objek minat yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada dompet digital

2. Perasaan senang

Perasaan dimana calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan dompet digital terlihat memiliki perasaan senang dalam bertransaksi

3. Kecenderungan untuk menggunakan

Kecenderungan untuk menggunakan yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan dompet digital dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan dompet digital yang tinggi.

### **2.2 Peneliti Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang relevan berguna untuk dapat mengetahui hasil-hasil yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan juga sangat penting sebagai acuan dalam rangka penyusunan penelitian yang disajikan dalam tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Salika Marra Rizki Darista dan Mujilan (2021)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran E-Money	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kegunaan (X1)</li> <li>2. Persepsi Kemudahan (X2)</li> <li>3. Persepsi Risiko (X3)</li> <li>4. Minat Penggunaan (Y)</li> </ol>	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi emoney OVO. Sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi e-money OVO.
2	Muhammad Rashid Darmawan (2022)	Pengaruh Sosial, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat menggunakan Metode Pembayaran Cashless Pada Transaksi Pembayaran di Hotel	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh Sosial (X1)</li> <li>2. Persepsi Kemudahan(X2)</li> <li>3. Kepercayaan (X3)</li> <li>4. Persepsi Risiko (X4)</li> <li>5. Minat Penggunaan (X3)</li> </ol>	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial, persepsi kemudahan, dan kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran <i>cashless</i> . Namun persepsi risiko tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan metode pembayaran <i>cashless</i> .
3	Ratna Asri Saraswati dan M.Rama	Pengaruh Persepsi Manfaat,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Manfaat (X1)</li> </ol>	Hasil dalam penelitian ini

	ditya (2020)	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Persepsi Kemudahan (X2)</li> <li>3. Kepercayaan (X3)</li> <li>4. Persepsi Risiko (X4)</li> <li>5. Minat Penggunaan (Y)</li> </ol>	menyatakan bahwa persepsi manfaat, kepercayaan, tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money pada konsumen pengguna metland card, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-money pada konsumen pengguna metland card.
4	Beatrix Katarina dan Hendro (2021)	Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness & Perceived Risk Terhadap Penggunaan Cashless	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kemudahan Pengguna (X1)</li> <li>2. Persepsi Manfaat (X2)</li> <li>3. Persepsi Risiko Promosi (X3)</li> <li>4. Minat Penggunaan (Y)</li> </ol>	Penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan pengguna, persepsi manfaat, dan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan <i>cashless</i> .
5	Dedy Gunawan Manurung dan Anne Rumondang Malau (2021)	Penggunaan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan Analisis Minat Pelaku Pengguna <i>E-Money</i> (OVO) Pada	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kemudahan (X1)</li> <li>2. Persepsi Kemudahan Pengguna (X2)</li> <li>3. Minat</li> </ol>	Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money OVO, sedangkan persepsi

		Mahasiswa	Penggunaan (Y)	kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> OVO.
--	--	-----------	----------------	---

Sumber : Diolah oleh peneliti, (2023)

## 2.3 Kerangka Berpikir

### 2.3.1 Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan

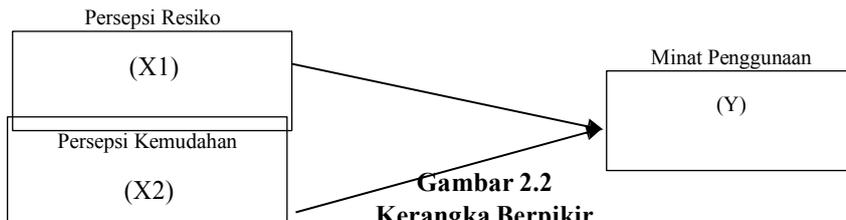
Ketidakpastian yang tidak diinginkan dari suatu aktivitas disebut risiko. Risiko merupakan dampak negatif yang timbul dari pemanfaatan teknologi (Putritama & Sari, 2020). Dibutuhkan keamanan teknologi yang tinggi dan memadai untuk mengatasi risiko kegagalan teknologi atau peretasan data konsumen. Dengan demikian, apabila risiko dapat diminimalisir, maka minat penggunaan *cashless payment system* akan semakin meningkat. Hasil penelitian (Syahril, W. N., & Rikumahu, 2019), (Bailey et al., 2019).

### 2.3.2 Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Persepsi kemudahan berarti kemantapan orang ketika memakai sistem teknologi data tidak hendak membebani ataupun menginginkan upaya yang besar pada kala dipakai (Syahril, W. N., & Rikumahu, 2019). Technology Acceptance Model (TAM) beranggapan bahwasanya diterimanya sistem informasi baru bisa diukur salah satunya dari kemudahan penggunaan yang dirasakan. Persepsi kemudahan sesuai dengan tujuan adanya metode *cashless* untuk mempermudah transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman (Putritama & Sari, 2020).

Persepsi kemudahan juga berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan sistem aplikasi. Jika Seseorang merasa bahwa aplikasi yang ia miliki tidak membutuhkan usaha yang keras dalam pengoperasian nya, maka minat orang tersebut untuk kembali menggunakan sistem aplikasi yang sama pun akan semakin besar. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan Awasthi dan Sangle (2013); Bashir dan Madhavaiah (2015); Bailey *et al.* (2017); Leon (2018); serta Chen (2019).

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Sumber : Diolah oleh peneliti (2023)

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2016 : 64) menyebutkan bahwa pengembangan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *cashless payment system* (dompet digital) pada mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *cashless payment system* (dompet digital) pada mahasiswa FEB Universitas HKBP Nommensen Medan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Sugiyono (2016:3) adalah penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Menurut Sugiyono (2016:11) metode survei adalah penelitian yang digunakan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Metode survei bertujuan untuk mempelajari pengetahuan, kepercayaan, preferensi dan kepuasan masyarakat dan mengukur berbagai besaran ini dalam populasi umum. Dalam penelitian survei informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *cashless payment system* (dompet digital) FEB Universitas HKBP Nommensen Medan.

#### **3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juli 2023 sampai dengan selesai dan lokasi di Universitas HKBP Nommensen Medan kepada para mahasiswa yang menggunakan Dompet Digital.

#### **3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan

nya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB di Universitas HKBP Nommensen Medan yang menggunakan Dompot Digital.

### **3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:116) mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari sampel itu. Menurut Hair *et.al* (2007) dikutip dari Aditi dan Hermansyur (2017) tetap menyarankan untuk menggunakan sampel minimal 100 responden untuk memberikan hasil yang lebih baik. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan tujuan peneliti sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono 2016:122). Kriteria pengambilan sampel yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah :

1. Mahasiswa pengguna dompet digital FEB Universitas HKBP Nommensen Medan,
2. Mengikuti atau mempunyai minimal satu aplikasi dompet digital, dan
3. Pernah melakukan transaksi dalam dompet digital minimal 2 kali.

Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan di halaman awal kuesioner apakah anda menggunakan *cashless payment system* (dompet digital) dalam bertransaksi, jika ya maka dilanjutkan untuk mengisi kuesioner, jika tidak maka berhenti untuk mengisi kuesioner.

## **3.4 Jenis Data Penelitian**

### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Sugiyono (2016 : 402) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian tanpa ada interpretasi di dalamnya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden dengan menggunakan *googledocs* yang disediakan oleh *google* dan penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui berbagai media sosial.

### 3.4.2 Data sekunder

Menurut Sugiyono (2016 : 402) data sekunder adalah data yang telah tersedia atau dikumpulkan oleh pihak tertentu yang berkepentingan atau memiliki tujuan tertentu dan sudah ada interpretasi di dalamnya. Data ini terutama digunakan untuk mendukung landasan-landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan berupa artikel, jurnal, buku, dan data dari internet yang berkaitan dengan topik penelitian.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data informasi yang mendukung guna membahas masalah, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner (*questionnaire*). Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal yang dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, memberi angket secara online yang berisi daftar pertanyaan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Berikut adalah ukuran dari setiap skor yang dapat dilihat pada tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2016)

### 3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional digunakan untuk mendefinisikan variabel secara operasional. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Resiko (X1)	Persepsi risiko merupakan suatu anggapan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. (Andriyano & Rahmawati, 2016)	1. Ada risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko Pavlou (dalam Mulyana 2016:28)	Skala Likert
Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. (Davis, 2016:320).	1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Jelas dan mudah dimengerti 4. Mudah dioperasikan Davis (dalam Febriyani 2018:14)	Skala Likert
Minat Penggunaan (Y)	Minat penggunaan ( <i>intention to use</i> ) merupakan keadaan dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan prose selanjutnya (Chandra, 2016 dalam Abrilia <i>et al.</i> , 2020).	1. Ketertarikan pada objek minat 2. Perasaan senang 3. Kecenderungan untuk menggunakan (Walgito, 2015 : 45)	Skala Likert

Sumber : Diolah oleh peneliti, (2023)

### 3.7 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode teknik *Structural Equation Model (SEM)*, yang mana penelitian ini akan menggunakan metode *SEM* dengan bantuan *software LISREL*. *SEM* merupakan generasi kedua teknik analisis *multivariate* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai suatu model.

Menurut Bollen (1989) dalam Ramadiani (2010) menjelaskan SEM dapat melakukan pengujian secara bersama-sama, yaitu model struktural yang mengukur hubungan antara *independent* dan *dependent construct*, serta model *measurement* yang mengukur hubungan (nilai loading) antara variabel indikator dengan konstruk (variabel laten). Untuk mengetahui variabel laten yang berkaitan satu sama lain, ada ketentuan variabel laten yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

Pada penelitian ini variabel eksogen diartikan variabel bebas atau independen yang dihubungkan dengan variabel terikat, yang mana variabel tersebut adalah persepsi risiko, persepsi kemudahan, sedangkan variabel endogen diartikan sebagai variabel terikat atau dependen, yang mana variabel tersebut adalah minat penggunaan.

### **3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), maka ketepatan pengukuran bergantung pada kesungguhan responden dalam merespon pernyataan yang diberikan. Ketepatan hasil pengukuran berdasarkan pada alat ukur yang digunakan.

#### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah kriteria utama keilmiahannya suatu penelitian. Validitas menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria tertentu. Validitas item kuesioner digunakan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan dalam suatu item dalam mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas pada penelitian ini dengan menggunakan program LISREL yang bertujuan untuk mengetahui faktor pada setiap indikator penelitian. Rule of thumb digunakan untuk menilai validitas pengukuran adalah variabel-variabel teramati yang mempunyai t-value dari standardized loading factor  $> 1,95$  dan standardized loading factors  $\geq 0,70$ . Pada penelitian ini menggunakan standardized loading factor  $\geq 0,50$  yang adalah sangat signifikan (Hair et al., 1995) dalam Wijayanto (2008:65).

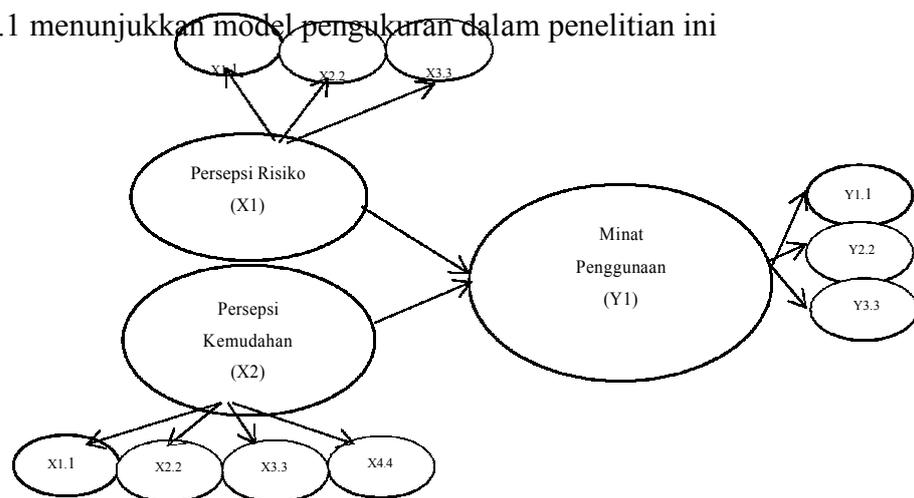
#### d. Uji Reliabilitas

Untuk menunjukkan tingkat konsistensi atau stabilitas alat ukur atau instrumen dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur nilai *construct reliability* dan nilai *variance extracted*. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *construct reliability*  $\geq 0,70$  dan nilai *variance extracted*  $\geq 0,50$ .

### 3.9 Model dalam SEM

#### 3.9.1 Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan seperangkat hubungan antar variabel laten dan hubungan ini dapat dianggap linear, meskipun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan non-linear. Dalam bentuk grafis, garis dengan satu kepala anak panah ( $\rightarrow$ ) menggambarkan hubungan regresi dalam karakter Greek ditulis “gamma” ( $\gamma$ ) untuk regresi variabel eksogen ke variabel endogen dan dalam karakter Greek ditulis “beta” ( $\beta$ ) untuk regresi satu variabel endogen ke variabel endogen lainnya, sedangkan garis dengan dua kepala anak panah ( $\leftrightarrow$ ) menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian yang dalam karakter Greek ditulis “phi” ( $\phi$ ) untuk korelasi antar variabel eksogen (Wijayanto 2020:12) Pada model ini menghasilkan validitas prediktif (*predictive validity*). Gambar 3.1 menunjukkan model pengukuran dalam penelitian ini

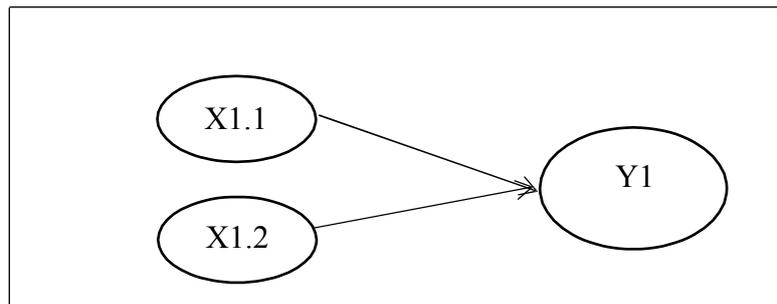


**Gambar 3.1**  
**Model Pengukuran**

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

### 3.9.2 Model Struktural

Model struktural menunjukkan bagaimana konstruk berhubungan satu sama lain berdasarkan teori-teori yang sudah dikembangkan sebelumnya atau berdasarkan pada teori yang cukup mapan. Sebuah diagram alur digambarkan untuk menunjukkan hubungan konstruk tersebut. Gambar 3.2 menyajikan model struktural pada penelitian ini.



**Gambar 3 1**  
**Model Struktural**

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

### 3.10 Asumsi Model Struktural dan Model pengukuran

Dalam pengujian model struktural ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebagai berikut:

a) Normalitas

Teknik estimasi dalam SEM yang menggunakan teknik *Maximum Likelihood Estimation*, maka sebaiknya asumsi normalitas pada data terpenuhi dengan tujuan untuk mengidentifikasi normalitas sebaran data. Data yang normal diperlukan untuk menghindari bias dalam analisis data. Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis*  $> 0.05$ . Apabila nilai *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis* dalam output LISREL menunjukkan nilai lebih dari 0.05 maka data mengikuti distribusi normal, sedangkan apabila nilai lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal.

b) Uji Kesesuaian Model

Menurut Hair et. al. (1998) dalam Wijianto (2008:51) Ada tiga jenis kombinasi uji kesesuaian model yang sering digunakan untuk menilai sebuah model itu baik atau tidak, yaitu : ukuran kesesuaian mutlak (*Absolute Fit Measure*), ukuran kesesuaian inkremental (*Incremental Fit Indices*) dan ukuran kesesuaian parsimoni (*Parsimony Fit Indices*). Untuk menguji kesesuaian model pengukuran digunakan berbagai kriteria sebagai berikut.

- 1) *Good of Fit Index (GFI)* adalah pengukuran yang menunjukkan seberapa baik model yang diusulkan menghasilkan *covariance matrix* dari indikator-indikator tiap variabel. Nilai GFI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai GFI yang tinggi menunjukkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik. Nilai GFI yang disarankan  $\geq 0,9$ .
- 2) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* adalah suatu indeks yang digunakan untuk memperbaiki kecenderungan *chi-square* menolak model yang diusulkan dalam sampel besar. Nilai RMSEA yang dapat diterima adalah  $\leq 0,08$ .
- 3) *Adjusted Goodness of Fit (AGFI)* merupakan pengukuran yang dikembangkan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* untuk model yang diusulkan dengan *degree of freedom* untuk model dasar. Nilai yang dapat diterima adalah  $\geq 0,09$ . Semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.
- 4) *Normed Fit Index (NFI)* merupakan ukuran perbandingan antara model yang diusulkan dengan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang dapat diterima adalah lebih besar atau sama dengan 0,09 ( $\geq 0,09$ ).
- 5) *Comparative Fit Index (CFI)* merupakan ukuran perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan null model. CFI merupakan perbaikan dari NFI sehingga tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel dan merupakan ukuran yang fit yang sangat baik

untuk mengukur kesesuaian model. Nilai CFI yang direkomendasikan untuk indikasi model fit adalah  $> 0,90$ .