

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini memberi banyak terobosan dan kemudahan pada berbagai elemen dan aspek kehidupan. Hal ini bisa dilihat dari munculnya era revolusi industri 4.0 dan semakin berkembangnya industri digital. Hal ini menunjukkan bahwa segala kegiatan yang dilakukan tidak akan bisa terlepas dari peranan teknologi informasi. Salah satu contoh perkembangan ini terjadi pada sistem pembayaran ritel dan transportasi dengan munculnya instrumen pembayaran yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)*. *E-money* digunakan dengan cara menyetorkan uang terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Saat ini terdapat 32 penerbit *e-money* yang merupakan bank dan lembaga selain bank yang menerbitkan produk *e-money* dan telah diberi izin dan disahkan oleh Bank Indonesia.

**Tabel 1.1**

**Daftar Penyelenggara Uang Elektronik Per 26 September 2018**

No	Nama Penerbit	Nama Produk Server Based	Nama Produk Chip Based
1	B.P.D. DKI Jakarta		Jakcard
2	B.P.D. Sumsel Babel		BSB Cash
3	Bank Central Asia	Sakuku	Flazz
4	Bank Cimb Niaga	Rekening Ponsel	
5	Bank Mandiri	Mandiri E-Cash	<i>E-money</i> E-Toll
6	Bank Mega	Mega Virtual	Mega Cash
7	Bank Nationalnobu	Nobu <i>E-money</i>	Nobu <i>E-money</i>
8	Bank Negara Indonesia	Unikqu	Tap Cash
9	Bank Permata	BBM Money	
10	Bank Qnb Indonesia	Doonet	

*Sumber : Bank Indonesia 2018 dan diolah Penulis*

**Tabel 1.1**  
**Daftar Penyelenggara Uang Elektronik Per 26 September 2018**

No	Nama Penerbit	Nama Produk Server Based	Nama Produk Chip Based
11	Bank Rakyat Indonesia	T Bank	Brizzi
12	PT. Artajasa Pembayaran	MYNT <i>E-money</i>	
13	PT. Dompot Anak Bangsa	Gopay	
14	PT. Espay Debit Indonesia Koe	Dana	
15	PT. Finnet Indonesia	Finnchannel	
16	PT. Indosat	Pay Pro	
17	PT. Nusa Satu Inti Artha	Dokupay	
18	PT. Skye Sab Indonesia	Skye Mobile	Sky Ecard
19	PT. Smartfren Telecom	Uangku	
20	PT. Telekomunikasi Indonesia	Flexy Cash	Ivascard
21	PT. Telekomunikasi Selular	T-Cash	Tapizy
22	PT. Witami Tunai Mandiri	Truemoney	
23	PT. Xl Axiata	XL Tunai	
24	PT. Buana Media Teknologi	Gudang Voucher	
25	PT. Bimasakti Multi Sinergi	Speedcash	
26	PT. Visionet Internasional	OVO Cash	
27	PT. Inti Dunia Sukses	Isaku	
28	Pt. Veritraa Sentosa	Paytren	
29	PT. Solusi Pasti Indonesia	Kas Pro	
30	PT. Ezeelink Indonesia	Ezeelink	
31	PT. Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash	
32	PT. E2pay Global Utama	M-Bayar	

*Sumber : Bank Indonesia 2018 dan diolah Penulis*

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa hingga saat ini ada 11 bank yang menerbitkan uang elektronik dan 21 lembaga selain bank, beberapa diantaranya adalah operator telekomunikasi. Banyaknya perusahaan yang ikut serta menerbitkan uang elektronik menunjukkan bahwa permintaan dan minat masyarakat terhadap *e-money* juga semakin tinggi.

**Tabel 1.2**  
**Transaksi Penggunaan *E-money* di Indonesia**

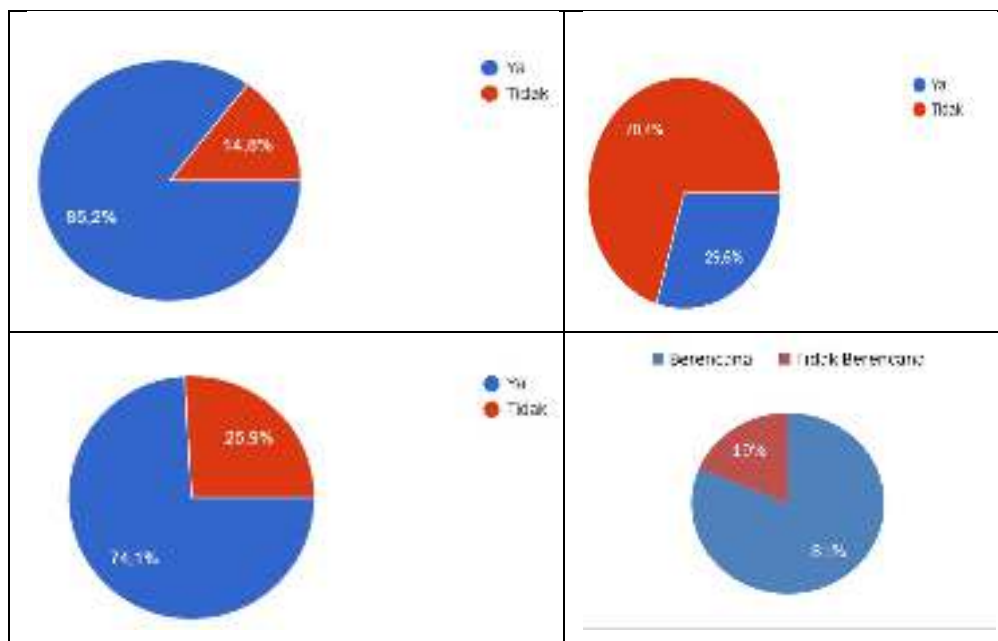
Tahun	Volume (Ribu Transaksi)	Value (Miliar Rp)
2008	2.560.591,-	76.675,-
2009	17.436.631,-	519.213,-
2010	26.541.982,-	693.467,-
2011	41.060.149,-	981.297,-
2012	100.623.916,-	1.971.550,-
2013	137.900.779,-	2.907.432,-
2014	203.369.990,-	3.319.556,-
2015	535.579.528,-	5.283.018,-
2016	683.133.352,-	7.063.689,-
2017	943.319.933,-	12.375.469,-
2018	1.784.705.605,-	28.150.561,-

*Sumber: Bank Indonesia 2018 (Agustus) dan diolah penulis*

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah volume transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun semakin meningkat hingga 1.784.705.605 pada Agustus 2018 begitu juga dengan *value* transaksinya yang semakin meningkat hingga Rp. 28.150.561,- di bulan Agustus 2018. Dengan demikian dapat dilihat bahwa masyarakat sadar akan kebutuhan *e-money* dan berminat menggunakan produk *e-money*.

Hingga saat ini dikalangan masyarakat, *e-money* dikenal untuk penggunaan pembayaran tol, pembayaran parkir, pembayaran kereta api, pembayaran belanja di toko *retail*, pembayaran untuk transportasi online, untuk pembayaran di *food court*. Namun produk-produk *e-money* yang ada saat ini tidak memiliki jaringan yang saling berhubungan satu sama lain. Hal ini menjadi kelemahan sistem *e-money* di Indonesia karena masing-masing *e-money* hanya dapat digunakan bertransaksi di *merchant* dengan alat pembaca *e-money* (*e-money reader*) yang diterbitkan *issuer* produk *e-money* itu sendiri. Masyarakat sebagai pembeli harus memiliki sebanyak mungkin produk *e-money* untuk dapat melakukan transaksi karena tidak semua pedagang sebagai *merchant* menyediakan *e-money reader* yang mendukung semua produk *e-money*.

Instrumen pembayaran *e-money* ini memiliki beberapa manfaat atau kelebihan dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya. Dibandingkan dengan uang tunai, transaksi menggunakan *e-money* jauh lebih cepat dan nyaman, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu karena sifatnya yang non tunai maka dapat mengurangi biaya operasional *merchant* sebagai akibat penurunan biaya *cash handling*. Sedangkan jika dibandingkan dengan kartu debit dan kartu kredit, *e-money* akan lebih efisien dari segi waktu karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tidak perlu melakukan tanda tangan maupun memasukan PIN (*Personal Identification Number*). Disamping itu karena sifatnya yang *electronic stored value*, maka *e-money* memiliki kemudahan untuk dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit sehingga *e-money* dapat menjangkau segmen masyarakat termasuk yang belum memiliki akses kepada perbankan (*unbanked*) untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai.



Gambar 1.1

Gambaran Minat Mahasiswa Menggunakan Produk *E-Money*

Sumber: Hasil Pra Survei (2018)

Hasil pra survei yang dilakukan terhadap 27 responden yaitu Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan dengan memberikan pernyataan “saya sadar bahwa *e-money* ada” terdapat 14,8% responden yang tidak sadar akan adanya *e-money*, kemudian 70,4% menjawab tidak menggunakan *e-money* saat diberi pertanyaan “apakah anda menggunakan *e-money*?”, 25,9% responden menjawab tidak sadar akan kebutuhan *e-money* saat diberi pernyataan “saya sadar akan kebutuhan *e-money*”. Pada pra survei ini juga menunjukkan ada 19% responden yang tidak berencana menggunakan *e-money* saat diberi pertanyaan “apakah anda berencana menggunakan *e-money*?”. Dari hasil pra survei diatas menunjukkan 14,8-70,4% mahasiswa belum menggambarkan minat untuk menggunakan *e-money*.

Dari prasuvei ini diperoleh beberapa alasan responden belum berminat menggunakan *e-money* adalah kurangnya informasi tentang *e-money*, takut boros karena uang yang digunakan masih berasal dari orangtua, belum tertarik, merasa bahwa melakukan transaksi dengan *e-money* kurang aman, belum paham prosedur dan cara penggunaannya, belum terlalu dibutuhkan dalam kegiatan transaksi sehari-hari, dan merasa pengurusan *e-money* rumit. Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa **Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik** Firdauzi (2015:83), sementara hasil penelitian Utami dan Kusumawati (2017:30) menunjukkan bahwa **keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*, semakin tinggi keamanan *e-money* maka minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money* semakin tinggi.**

**Minat mengandung unsur motif dan perhatian, dan unsur-unsur tersebut mengandung unsur kesadaran, minat, keinginan dan tindakan** (Walgito 2001) dalam Azizah (2015:26). Dalam hal ini sebelum masyarakat memiliki minat terhadap penggunaan *e-money* mereka harus memiliki kesadaran terlebih dahulu tentang keberadaan *e-money* ini dan hal inilah yang menjadi tugas bagi para penerbit *e-money* khususnya. Pihak penerbit harus mencari tahu lebih lanjut tentang faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat masyarakat dalam

menggunakan instrumen uang elektronik, sehingga semua lapisan masyarakat atau konsumen memilih untuk menggunakan produk *e-money* tersebut.

Berdasarkan latarbelakang dan hasil pra survei yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemampuan Finansial dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Produk *E-money* (Studi Kasus) Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kemampuan finansial berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money* ?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money* ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan finansial terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi peneliti : untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh kemampuan finansial dan keamanan terhadap minat penggunaan produk *e-money* baik secara teoritis maupun aplikasinya di lapangan.
2. Bagi Universitas HKBP Nommensen Medan : sebagai tambahan literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh

kemampuan finansial dan keamanan terhadap minat penggunaan produk *e-money* .

3. Bagi Penerbit *E-money* : berguna sebagai bahan masukan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi penerbit dalam berinovasi maupun dalam merancang produk *e-money* yang lebih kompatibel sehingga bisa memberikan manfaat yang lebih baik.
4. Bagi pengguna *e-money* : dapat memberikan penjelasan kepada konsumen bahwa *e-money* merupakan alat transaksi keuangan non-tunai yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen baik dari segi waktu, biaya dan tenaga.
5. Bagi peneliti selanjutnya : sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang sama dan untuk mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang.

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Kemampuan Finansial**

Menurut Stephen (2007:57) dalam Firdauzi (2016:35) **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 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.

Berdasarkan faktor-faktor di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan dan mengerjakan beragam tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Menurut Undang-Undang No.17 Tahun 2004, Finansial atau penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.

Dalam pengertian umum, pendapatan adalah hasil pencarian usaha, pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu



tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran. Dalam hal ini, penulis berpendapat bahwa pendapatan bagi mahasiswa adalah hasil dari kuliah sambil kerja, uang saku atau uang jajan. Uang saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu dan uang jajan adalah uang diberikan (disediakan) untuk dibelanjakan sewaktu-waktu (biasanya untuk anak-anak yang belum memiliki penghasilan dan jumlah tidak terlalu besar).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat penulis simpulkan bahwa finansial atau pendapatan adalah jumlah uang yang diterima seseorang dalam suatu periode tertentu. Bagi pelajar dan mahasiswa, pendapatan bisa didapat melalui hasil kuliah sambil bekerja dan juga uang saku atau uang jajan. Menurut Hailwood (2007:37) dalam Firdauzi (2016:36) **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.**

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 minat, pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu.

### **2.1.2 Indikator Kemampuan Finansial**

Indikator kemampuan finansial dalam penelitian ini, diadaptasi dari indikator Azizah (2015:46)

#### **1. Pengelolaan Pendapatan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, **pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan mengelola.** Sedangkan **pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya).** Dalam hal ini pendapatan yang dimaksud adalah penghasilan yang didapatkan baik dari gaji maupun uang saku atau uang bulanan bagi

mahasiswa. Maka pengelolaan pendapatan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengelola hasil kerja maupun uang saku atau uang bulanan yang diterima.

## 2. Pengelolaan Pengeluaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, **pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan mengelola**. Sedangkan **pengeluaran adalah proses, cara, perbuatan mengeluarkan (menghasilkan);belanja**. Maka pengelolaan pengeluaran dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengelola pengeluaran berbelanja.

## 2.2 Keamanan

### 2.2.1 Pengertian Keamanan

Keamanan transaksi merupakan hal penting dalam suatu alat pembayaran, dimana keamanan dalam *e-money* yang rendah menjadi aspek yang perlu diperhatikan penerbit untuk mengembangkan produk *e-money* tersebut. **Keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan *e-money* untuk bertransaksi (Waspada 2012:124). Tidak ada teknologi informasi didesain secara sempurna sehingga bebas dari kerawanan. Laporan dari berbagai lembaga riset dan pengawas internet memperlihatkan bahwa kerawanan pada program aplikasi semakin lama semakin bertambah kuantitas dan kualitasnya (Indrajit 2016:5).**

Ketika individu menggunakan sebuah teknologi baru pasti muncul rasa kekhawatiran atas pribadinya terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kekhawatiran ini menjuru pada apakah teknologi baru ini aman akan digunakan atau apakah data pribadi individu pada teknologi baru akan aman. Jebran dan Dipankar (2012) dalam Ramadhan et, al (2016:134) **mengidentifikasi bahwa keamanan, privasi dan risiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi juga sebagai variabel endogen pada kegiatan *E-banking*.**

Dapat disimpulkan bahwa dalam hal ini, keamanan berkaitan dengan *e-money* adalah keamanan dalam bertransaksi, pengguna merasa dilindungi baik

dari kesalahan penerbit yang mengakibatkan kartu *e-money* tidak bisa digunakan maupun aplikasinya, merasa dilindungi dari kerusakan dan pencurian kartu serta merasa aman dan tidak khawatir terhadap segala informasi dan transaksi yang ada dan dilakukan.

### **2.2.2 Indikator Keamanan**

Untuk merepresentasikan variabel keamanan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator untuk mengukur variabel keamanan diadopsi dari Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) dalam Saputri (2015:19) , yaitu:

#### **1. Ada Jaminan**

Para pengguna cenderung melihat jaminan dari segi aspek keamanan yang ditawarkan oleh pihak penerbit *e-money* .

#### **2. Kerahasiaan Data**

Sifat data yang menyatakan bahwa data tersebut tidak boleh diketahui atau diakses pihak lain yang tidak berwenang atau menjamin data yang rahasia tidak dapat diakses, diketahui, atau dimanipulasi oleh pihak yang tidak memiliki hak akses ke dalamnya.

## **2.3 Minat Penggunaan**

### **2.3.1 Pengertian Minat Penggunaan**

Menurut Slameto (2010:180) **Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu dari luar. Menurut Iskandar (2010:48) minat terjadi dari perhatian yang tidak hanya berlangsung sekali dari obyek yang dianggap menarik atau berharga bagi dirinya. Dengan kata lain, bahwa kecenderungan untuk menyelidiki dan manipulasi yang dilakukan oleh seseorang lama-lama akan timbullah minat.** Menurut Kotler (2012) dalam Ramadhan et, al. (2016:135), **“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 Crow And Crow dalam Azizah (2015:24) **“minat erat hubungannya dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda atau bisa juga sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri”.** Minat perilaku menurut Jogiyanto (2007:116) dalam Zulhawati dan Ariani (2017:458) adalah **“suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidak selalu statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.”**

Maka, dapat penulis simpulkan bahwa minat penggunaan merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merencanakan untuk melakukan maupun penggunaan produk *e-money* .

### **2.3.2 Indikator Minat Penggunaan**

Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat diadaptasi dari pengertian minat menurut Iskandar (2010:7), yaitu:

#### **1. Cenderung menyelidiki (mencari tahu)**

Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau obyek itu berharga, penting atau berarti bagi individu. **Pencarian informasi merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak mencari informasi. Dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi** (Sangadji dan Sopiah 2013:37)

#### **2. Memberi Perhatian**

Suatu sikap yang berlangsung terus-menerus yang memusatkan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek niatnya.

### 3. Motivasi

Suatu keadaan motivasi, menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. **Kebanyakan orang termotivasi oleh dorongan yang dirasakannya daripada kejadian-kejadian yang terjadi pada masa lalu, serta menyadari apa yang mereka lakukan dan mempunyai pengetahuan atas alasan apa mereka melakukannya (Feist dan Feist 2010:92) Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologis maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk (Saebani 2015:79)**

#### 2.3.3 Unsur Minat

**Didalam minat terkandung unsur motif dan perhatian, adapun unsur-unsur tersebut mengandung hal-hal dibawah ini Walgito(2001) dalam Azizah (2015:26):**

##### 1. *Awareness* (kesadaran)

Receiver atau penerima pesan dalam hal ini konsumen sadar menerima rangsangan berupa pesan yang dikirim oleh komunikator yaitu perusahaan penerbit *e-money* yang menawarkan produknya dan sadar akan kehadiran produk tersebut.

##### 2. *Interest* (minat)

Bagaimana agar penerima pesan (calon konsumen) berminat dan ingin tahu lebih jauh. Kesadaran akan meningkat sebagai perhatian dan timbul rasa ingin tahu secara lebih rinci.

##### 3. *Desire* (keinginan)

Menggerakkan dan membangkitkan keinginan untuk memiliki atau menikmati produk.

##### 4. *Action* (tindakan)

Tindakan dari calon konsumen untuk memiliki dan menggunakan produk.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

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

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Indrawan Firdauzi (2016)	“Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat, Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar, Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian serta aplikasi analisis yang digunakan
Arsita Ika Adiyanti (2015)	“Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi, Dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan <i>E-money</i> (Studi kasus mahasiswa universitas Brawijaya)”	Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> .	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian
Sulistyo Seni Utanmi (2017) Jurnal	“ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>E-money</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta)”	Kegunaan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> , Kemudahan Dan Keamanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i>	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian

Sumber : Kumpulan Jurnal-Jurnal

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

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Laila Ramadhani (2016)	“Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang.	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian serta aplikasi analisis yang digunakan
Ika Putera Waspada (2012)	“Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan”.	Hasil penelitian menunjukkan adopsi <i>e-money</i> pengguna dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan transaksi, kecukupan informasi dan tingkat keamanan dan privasi dan kesenangan bertransaksi masih dirasakan rendah.	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian
Ainun Fika Budi Aji Saputri (2015)	“Pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com (Studi pada pengguna Situs belanja online tokopedia.com)”	Kegunaan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> , Kemudahan Dan Keamanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i>	Perbedaan pada variabel dan objek penelitian

Sumber : Kumpulan Jurnal-Jurnal

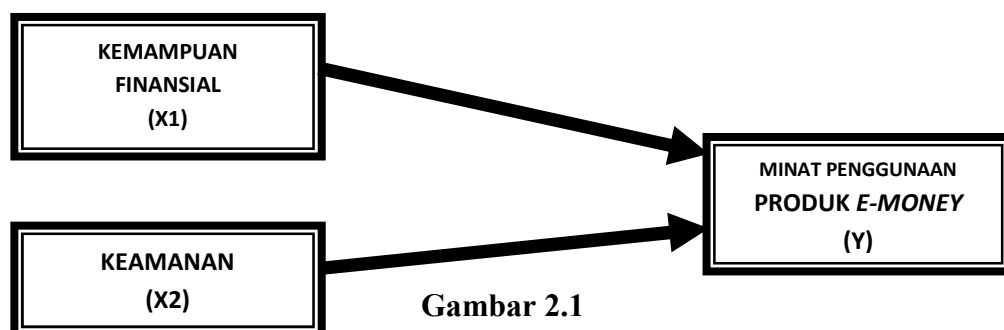
## 2.5 Kerangka Berpikir

### 1. Pengaruh Kemampuan Finansial dengan Minat Penggunaan *E-money*

Penelitian terdahulu oleh Indrawan Fauzi (2016) menunjukkan bahwa Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%. Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%. Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen sebesar 82,4%. Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%. Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.

### 2. Pengaruh Keamanan terhadap minat penggunaan produk *E-money*

Penelitian terdahulu oleh Utami dan Kusumawati (2017) menunjukkan bahwa Keamanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*. Berdasarkan hal diatas maka kerangka berpikir penelitian dapat dibuat secara sistematis sebagai berikut:



Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis dan kerangka berpikir di atas, maka penulis dapat rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1 : Kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money*
2. H2 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money*



## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausalitas serta menggunakan pendekatan kuantitatif. **Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang digunakan untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antarvariabel yaitu pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y),** (Sanusi 2017:14). Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kemampuan finansial dan keamanan terhadap minat penggunaan produk *e-money*.

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

Penelitian ini dilakukan di Universitas HKBP Nommensen Medan yang beralamat di Jl. Sutomo No.4A. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2018 sampai dengan selesai.

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

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:115) **“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”**. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan dengan jumlah 9.090 Mahasiswa.

##### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2012:116) **“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 sesuai dengan teori Hair et.al yaitu 100 orang.

### **3.3.3 Metode Pengambilan Sampel**

**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 2012:122).** Kriteria pengambilan sampel yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan yang belum menggunakan produk *e-money*. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan di halaman awal kuesioner apakah pernah menggunakan *e-money* jika tidak maka dilanjutkan untuk mengisi kuesioner, jika ya maka berhenti untuk mengisi kuesioner.

## **3.4 Metode Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal, yang dijawab responden. Dalam penelitian ini, memberikan 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.

### **3.4.2 Studi dokumentasi**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, jurnal-jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

#### Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Operasionalisasi	Ukuran
Kemampuan Finansial (X1)	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	Kemampuan finansial dioperasionalkan sebagai ukuran konsumen dalam mengelola keuangan yang diukur dari kemampuan: 1)Pengelolaan Pendapatan 2)Pengelolaan Pengeluaran	Skala Likert
Keamanan (X2)	Keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan <i>e-money</i> untuk bertransaksi.	Keamanan dioperasionalkan sebagai ukuran keyakinan konsumen bahwa keamanan <i>e-money</i> dinilai baik yaitu, 1)ada jaminan 2)Kerahasiaan data	Skala Likert
Minat Penggunaan (Y1)	Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut, semakin besar minat	Minat Penggunaan dioperasionalisikan sebagai ukuran ketertarikan konsumen dalam menggunakan <i>e-money</i> yaitu : 1)mencari tahu, 2)memberi perhatian, 3)Motivasi	Skala Likert

### 3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga kurang setuju. Berikut adalah ukuran dari setiap skor:

**Tabel 3.2**  
**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

### 3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali Imam 2013:52). Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *coeffiecient correlation pearson* dalam SPSS. Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Nilai r hitung diperoleh dari *output correlate item-total correlation*. Sedangkan nilai r tabel di ambil dengan menggunakan rumus  $df=n-2$ , yaitu  $df=100-2=98$  dengan taraf signifikansi 0,05, sehingga menghasilkan r-tabel sebesar 0.196.

Dasar pengambilan keputusan untuk mengujii validitas kuesioner adalah:

- Jika r-hitung > r-tabel maka butir pernyataan tersebut valid.
- Jika r-hitung < r-tabel maka butir pernyataan tersebut tidak valid..

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *cronbach alpha*. Menurut Sekaran (1992) dalam Priyatno (2012:184) **reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.**

## 3.8 Teknik Analisis Data

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara menggunakan data dan mengelompokkan untuk dianalisis, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti secara aktual dan akurat. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran variabel kemampuan finansial dan keamanan serta minat penggunaan yang digunakan dalam penelitian supaya menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

## 3.9 Uji Asumsi Klasik

### 3.9.1 Uji Normalitas

**Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probabilitasnya. Dasar pengambilan keputusan adalah, jika nilai probabilitas > 0,05 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Priyatno,2012).** Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

1. Melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.
2. Melihat histogram yang membandingkan data sesungguhnya dengan distribusi normal.

### 3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen dengan residunya.(Priyatno 2012:158)

### 3.9.3 Uji Multikolinearitas

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Beberapa metode uji multikolinearitas yaitu dengan melihat *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF <10 dan mempunyai angka *tolerance* >0,1 (Priyatno, 2012:151).

## 3.10 Metode Analisis Data

### 3.10.1 Regresi Analisis Berganda

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kemampuan finansial dan keamanan) terhadap variabel terikat (Minat Penggunaan). Adapun persamaan regresi sampelnya adalah :

$$Y_i = b_0 + b_1 X_{1i} + b_2 X_{2i} + e;$$

$$i = 1, 2, 3, \dots, n$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan       $b_0$  = Konstanta

$X_1$  = Kemampuan Finansial     $b_1$  = Koefisien Regresi Kemampuan Finansial

$X_2$  = Keamanan

$b_2$  = Koefisien Regresi Keamanan

$e$  = Error

### 3.10.2 Uji Parsial (uji t)

Uji t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau membandingkan angka signifikan dengan  $\alpha=0,05$  atau 5%. Apabila signifikan  $>\alpha 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, yang artinya variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikan  $<\alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yang artinya variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat.

### 3.10.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Untuk mempermudah pengolahan data maka pengujian-pengujian di atas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS 22,0.

