

PENGARUH FAKTOR TAM, TPB, PERSEPSI RISIKO DAN FITUR TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PRODUK *E-MONEY* PADA MAHASISWA AKUNTANSI FE UNY

Farida Dinda Astiti

*Universitas Negeri Yogyakarta
dindafarida33@gmail.com*

Amanita Novi Yushita

*Universitas Negeri Yogyakarta
amanitanovi@uny.ac.id*

Abstrak: Pengaruh Faktor TAM, TPB, Persepsi Risiko dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-money. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 202 responden mahasiswa akuntansi UNY. Sampel diambil menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedoksitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan fitur mempengaruhi minat penggunaan e-money, dan persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi risiko, dan fitur bersama-sama mempengaruhi minat penggunaan produk e-money, sementara persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model (TAM), Theory Of Planned Behavioral (TPB) , Persepsi Risiko, Fitur, Minat Penggunaan E-money*

Abstract: The Effect Of Factor TAM, TPB, Perceived Risk and Features on The Interest of E-Money Products in Accounting Students, Faculty Of Economics, UNY. The purpose of this research was to determine the factors effect e-money intention of use. The type of this research is quantitative research. The research sample was 202 respondents of the Accounting Study Program students of the UNY. The sampling technique used proportionate stratified random sampling. Data collection technique used questionnaire. Classical assumption test used normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The data analysis technique used simple regression analysis and double regression analysis. The results showed that the perceived usefulness, perceived ease of use attitudes towards using subjective norms perceived behavioral control and features influence e-money intention of use, and the perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes towards using, subjective norms, perceived behavioral control, perceived risk, features simultaneous influence e-money intention of use, while perceived risk do not influence on e-money intention of use.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavioral (TPB), Perceived Risk, Features, Interest in Using E-money*

PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi berhasil merubah pola hidup dan sistem pembayaran transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Dewasa ini, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*cash based*) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Pada masa lalu seseorang harus membayar tagihan-tagihan dengan mengirimkan cek lewat pos, tetapi sekarang bank dan fitur layanan keuangan lainpun menyediakan situs-situs *web* layanan dimana seseorang bisa masuk kedalamnya, dengan mengklik beberapa tombol dan dengan cara demikian, pembayaran atas tagihan seseorang dapat dilakukan secara cepat dan mudah.

Pemerintah melalui Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 secara resmi mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yaitu program untuk mensosialisasikan kepada masyarakat dan pelaku ekonomi mengenai penggunaan uang elektronik. Pencanangan dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis dan juga lembaga-lembaga pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan, yang tentunya mudah, aman dan efisien karena apabila dilihat dari prespektif perekonomian secara luas, penggunaan uang tunai dalam jumlah yang

sangat besar dalam jangka panjang akan menimbulkan beban bagi perekonomian terutama berkaitan dengan *cash handling* dan rendahnya *velocity of money*.

Perkembangan teknologi yang menyebabkan inovasi terbaru dalam sistem pembayaran saat ini disebut *electronic money (e-money)*,

Data yang dipublikasi oleh Bank Indonesia (2019) mengenai *e-money* terjadi peningkatan. Peningkatan tersebut salah satunya dapat dilihat melalui jumlah peredaran uang elektronik dan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia saat ini.

Minat individu dalam penggunaan *e-money* mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Dalam penelitian ini teori penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi yang digunakan yaitu teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1986) dan *Theory of Planned Behavioral (TPB)* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Melalui teori TAM dan TPB, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi. Teori antara TAM dan TPB digunakan karena pada model TAM pengaruh dari faktor sosial dan faktor kontrol dalam perilaku tidak digunakan sedangkan dalam

TPB faktor sosial dan faktor kontrol dalam perilaku merupakan konstruk yang dapat mempengaruhi minat penerimaan teknologi informasi (Lisa, 2015).

Selain faktor TAM-TPB ada faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi risiko. Teknologi memang memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, namun ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan (Kuisma et al., 2007; Littler and Melanthiou, 2006 dalam Lee, 2009:130). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maghfira (2018) menemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*, besarnya persepsi resiko dapat menurunkan minat penggunaan *e-money*.

Selanjutnya faktor yang menjadi pertimbangan untuk mempengaruhi minat menggunakan teknologi ialah fitur. Fitur produk merupakan suatu atribut yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler & Keller (2012:80) fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap dasar produk. Dalam kaitannya dengan *e-money*, ketersediaan fitur merupakan salah satu daya tarik tersendiri untuk memikat individu agar menggunakan produk *e-money*. Penelitian sebelumnya

yang dilakukan Marchelina (2018) menyatakan bahwa fitur dan minat mempunyai keterkaitan, dengan adanya berbagai macam fitur didalam suatu produk *e-money* yang ditawarkan mampu menarik minat penggunaan *e-money*.

E-money pada saat ini semakin menuju kearah yang positif dikalangan masyarakat karena segala kebutuhan saat ini dapat dilakukan dengan cepat oleh dukungan kemajuan teknologi, terutama mahasiswa. Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian dengan memodifikasi penelitian yang telah ada. Dari pemaparan yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor TAM,TPB, Persepsi Risiko dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Produk *E-Money* pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY”

KAJIAN LITERATUR

Menurut Jogiyanto (2007: 111) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi baru yang akan digunakan oleh pemakai. *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi ini dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986.

Teori TAM yang dikembangkan oleh Davis menunjukkan bahwa ketika pengguna dihadapkan dengan teknologi baru, ada beberapa variabel yang mempengaruhi mereka untuk menggunakannya, namun diyakini Davis bahwa didalam model ini ada tiga konstruk yaitu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap atas penggunaan (*attitude towards using*) dimana konstruk tersebut mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi baru.

H1_a: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

H1_b: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

H1_c: Sikap atas penggunaan berpengaruh positif pada minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Theory of Planned Behaviour (TPB) dikenalkan pada tahun 1980 oleh dua peneliti yaitu Ajzen dan Fishbein. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) didefinisikan sebagai model sikap yang merupakan perkembangan dari model sikap *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory planned behaviour* dirancang untuk melengkapi keterbatasan *Theory of Reasoned Action*

(TRA) karena teori ini dilengkapi oleh kontrol perilaku. Teori perilaku terencana ini adalah teori yang didesain guna memperkirakan dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks spesifik (Ajzen :1988).

Pada teori perilaku terencana Ajzen menambahkan sebuah variabel yang belum ada dalam model TRA, yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sehingga pada model ini sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebagai faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen

H2_a: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

H2_b: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Ada dua bentuk ketidakpastian secara alami yang muncul, yaitu ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*). Lee (2008:138) mendefinisikan persepsi risiko dianggap sebagai ukuran potensi kerugian dari sebuah tindakan yang tidak menguntungkan dan merupakan kepastian

dari perasaan subyektif individu atas konsekuensi dari kerugian.

H3: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY

Fitur produk merupakan bagian dari suatu atribut produk yang ditawarkan kepada konsumen. Fitur produk pada umumnya merupakan berbagai macam fungsi yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya sehingga dengan adanya fitur ini diharapkan produk perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan konsumen puas terhadap produk perusahaan. Kotler dan Keller (2012: 8) mengemukakan pengertian fitur adalah karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk. Sedangkan menurut Schmitt (2001:14) pengertian fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk, fitur menjadi alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing.

H4: Fitur berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Semakin banyaknya faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dan penilaian positif dari setiap faktornya maka dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan produk *e-money* sebagai salah satu alternatif pembayaran non tunai.

H5: Persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi risiko, dan fitur berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011: 8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Tempat Penelitian dan Waktu

Penelitian dilakukan pada seluruh mahasiswa akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2015-2019 .Waktu penelitian pada bulan September-November tahun 2019.

3. Subjek Penelitian

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Akuntansi S1 Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2015-2019. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel

probability sampling dengan teknik *proportional simple random sampling* guna menghindari penggelembungan jumlah sample disalah satu angkatan.

4. Sumber Data dan Teknik

Pengumpulan

Penelitian dilakukan dengan menyebar instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden yaitu mahasiswa akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2015 sampai dengan 2019 yang menggunakan *e-money*. Penyebaran kuesioner yang dilakukan menggunakan sarana komputer dengan memanfaatkan aplikasi *google*, yakni *google form*.

5. Teknik Analisis Data

- a. Uji statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data satu persatu berdasarkan jawaban yang telah diberikan oleh responden dari kuesioner yang diberikan. Analisis data yang disajikan dalam penelitian ini meliputi mean, modus, median, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Selain itu juga akan disajikan tabel distribusi frekuensi serta tabel kecenderungan variabel
- b. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas

6. Uji Hipotesis

- a. Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal

satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2016: 261).

- b. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Data

- a. Uji statistik deskriptif

Berikut ringkasan hasil uji statistik

	Mean	Med.	Mode	Std. D	Min.	Max
MPPE	20.22	20	18	2.434	12	24
PK	26.95	27	28	3.167	10	32
PKP	27.32	27	25	3.226	16	32
SAP	20.13	20	20	2.274	13	24
NS	12.45	12	12	2.233	4	16
PKP	13.33	13	13	1.430	9	16
PR	18.11	18	18	3.124	6	24
F	26.41	26	24	3.083	16	32

deskriptif

- b. Uji asumsi klasik

Uji Normalitas	
	<i>Unstandarized Residual</i>
Kolmogorov-Smirnov Z	0,446
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,989

Uji Linearitas			
No.	Hubungan Variabel	Sig.	Ket.
1.	MPPE → PK	0,265	Linear
2.	MPPE → PKP	0,059	Linear
3.	MPPE → SAP	0,068	Linear
4.	MPPE → NS	0,088	Linear
5.	MPPE → PKP	0,067	Linear
6.	MPPE → PR	0,060	Linear
7.	MPPE → F	0,053	Linear

Uji Multikolinearitas			
No	Variabel	Tolerance	VIF
1.	PK	0,616	1,622
2.	PKP	0,517	1,935
3.	SAP	0,701	1,427
4.	NS	0,705	1,418
5.	PKP	0,697	1,435
6.	PR	0,855	1,170
7.	F	0,686	1,457

Uji Heteroskedastisitas		
Variabel	Sig.	Keterangan
PK	0,236	Tdk heteroskedastisitas
PKP	0,825	Tdk heteroskedastisitas
SAP	0,778	Tdk heteroskedastisitas
NS	0,645	Tdk heteroskedastisitas
PKP	0,134	Tdk heteroskedastisitas
PR	0,070	Tdk heteroskedastisitas
F	0,479	Tdk heteroskedastisitas

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Regresi linear sederhana

Berikut ringkasan hasil uji analisis regresi linier sederhana

Hipotesis	Koef. Reg	T Hitung	Sig.	R Square
PK→ MPPE	0,366	7,387	0,000	0,214
PKP→ MPPE	0,408	9,122	0,000	0,294
SAP→ MPPE	0,565	9,373	0,000	0,305
NS→ MPPE	0,376	5,385	0,000	0,127
PKP→ MPPE	0,593	5,277	0,000	0,122
PR→ MPPE	0,029	0,557	0,578	0,002
F→ MPPE	0,401	10,829	0,000	0,370

Hipotesis 1_a diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 7,387 lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Hipotesis 1_b diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 9,122 lebih besar

dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Hipotesis 1_c diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 9,373 lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, sikap atas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Hipotesis 2_a diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 5,385 lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Hipotesis 2_b diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 5,277 lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY.

Hipotesis 3 ditolak dengan berdasar bukti nilai t hitung 0,557 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi

sebesar 0,578 lebih besar dari nilai α yaitu 0,05. Artinya, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY

Hipotesis 4 diterima dengan berdasar bukti nilai t hitung sebesar 10,829 lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, fitur berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY

b. Regresi linear berganda

Hipotesis 5 diterima dengan berdasar bukti nilai F hitung sebesar 34,821 lebih besar dari F tabel sebesar 2,055 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil nilai α yaitu 0,05. Artinya, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi risiko dan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY

3. Pembahasan

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa responden menilai penggunaan

produk *e-money* memberikan manfaat maupun keuntungan yang tinggi untuk pengguna. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa konstruk persepsi manfaat merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting mempengaruhi minat (*behavioral intention*) (Jogiyanto, 2007:114). Hasil penelitian ini juga sependapat dengan hasil penelitian Aritonang dan Anton (2017) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan

Konstanta	2,004
koefisien reg X_1	0,105
koefisien reg X_2	0,108
koefisien reg X_3	0,323
koefisien reg X_4	0,026
koefisien reg X_5	0,106
koefisien reg X_6	0,107
koefisien reg X_7	0,237
R Square	0,557
F Hitung	34,821
Sig	0,00

berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa responden menilai penggunaan produk *e-money* memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Priambodo (2016) yang mengungkapkan variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai

pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan uang elektronik.

Penelitian ini membuktikan bahwa sikap atas penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa mahasiswa dengan positif telah menerima sebuah sistem baru untuk kegiatan transaksi, dan para mahasiswa dengan senang hati untuk menggunakan produk *e-money* karena memperoleh lebih banyak keuntungan. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Ma'arif Ahmad (2016) dan Sulistorini, F., et al (2016), menyatakan bahwa hasil variabel sikap berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.

Penelitian ini membuktikan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa sekalipun mahasiswa akuntansi FE UNY menggunakan produk *e-money* atas kemauannya sendiri para mahasiswa dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan mempertimbangkannya untuk penggunaan suatu produk *e-money*. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Sulistorini (2016) yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat penggunaan

produk *e-money*. Namun hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan hasil penelitiannya Ma'arif (2016) yang menyatakan bahwa bahwa norma subjektif (SN) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Produk *E-Money* pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa para mahasiswa akuntansi FE UNY memiliki kesadaran untuk memilih dan menggunakan suatu produk *e-money*, memiliki pengetahuan yang luas dan sifat terbuka terhadap suatu sistem teknologi *financial* yang baru. Keyakinan kemampuan yang baik dalam penggunaan produk *e-money*, serta sumber daya yang baik dalam penggunaan produk *e-money* seperti memahami dan mengerti cara bagaimana penggunaan produk *e-money* yang benar saat melakukan transaksi serta mempunyai paket data untuk dapat mengakses layanan *e-money*. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ma'arif (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Hal serupa juga dinyatakan dalam hasil penelitian Sulistorini (2016) bahwa persepsi kontrol perilaku mempunyai

hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk *e-money*.

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan Hasil penelitian dapat diasumsikan bahwa para mahasiswa akuntansi FE UNY telah mengetahui dengan baik dan benar mengetahui risiko-risiko yang akan dihadapi saat memilih menggunakan produk *e-money*. Hasil penelitian ini tidak sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marchelina (2018) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* secara parsial dan hipotesis diterima. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Priambodo (2016) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik.

Penelitian ini membuktikan bahwa fitur berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa para mahasiswa akuntansi FE UNY mempertimbangkan fitur- fitur yang ada pada produk *e-money*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Marchelina dan Raisa (2018) serta

Wibowo,dkk (2015) yang mengatakan bahwa fitur berpengaruh positif signifikan .

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi risiko dan fitur secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* pada mahasiswa akuntansi FE UNY. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa para mahasiswa akuntansi FE UNY memiliki banyak faktor ketika memilih menggunakan produk *e-money*, hal tersebut terjadi karena klaim keunggulan *e-money* dapat dirasakan oleh para mahasiswa dengan begitu para mahasiswa merasa senang dan nyaman menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marchelina D, dan Raisa Pratiwi (2018) bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap penggunaan *e-money*.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan fitur mempengaruhi minat responden untuk menggunakan *e-money*, sementara persepsi risiko tidak mempengaruhi minat responden

untuk menggunakan *e-money*. Serta persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap atas penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, persepsi risiko dan fitur secara bersama-sama mempengaruhi minat responden untuk menggunakan *e-money*.

2. Saran

Disarankan adanya tambahan informasi ataupun sosialisasi kembali mengenai berbagai manfaat, keunggulan, dan hal positif yang dapat diperoleh dalam produk *e-money* untuk menarik minat lebih banyak pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol 50 No 2, Hlm 179-211.
- Aritonang dan Arisman .(2017) *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay)*. Jurnal. Palembang: STIE Palembang.
- Bank Indonesia.(2012). *Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Sistem Pembayaran Non Tunai Uang Elektronik..* <http://bi.go.id>.
- _____.(2006). *Kajian Operasional E-Money*. <http://bi.go.id>.
- _____.(2016). *Frequently Asked Question Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Indonesia*. <http://bi.go.id>.
- Davis, F. D. (1989). *Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*, MIS Quarterly. Vol. 13, No. 3,319-339
- Gendro, Wiyono.(2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta:Percetakan STIM YKPN
- Ghozali, Imam (2011).*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Keat, dan Mohan. (2004). *Integration of TAM Based Electronic Commerce Models for Trust*. Journal of America Academy of Business.
- Ma'ruf, Ahmad .(2016) . *Minat Penggunaan Produk E-Money Di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif Tam Dan Tpb)*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maghfira.(2018) *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay (Studi Kasus : Mahasiswa di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Marchelina,Dwi dan Raisa Pratiwi.(2018).*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*. Jurnal. Palembang: STIE Palembang.
- Neolaka,Amos. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Nurmalsari, Ajeng (2018).*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-*

- Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Poon, W. C. 2008. *Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective*. *Journal of Business & Industrial Marketing* Vol23, No 1. Hlm.59-69
- Ramadhan, Adi F., Andrian Budi P dan Lala Irviana. (2016) *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money* *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* Vol 13.No 2.
- Sangadji, E M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen. Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Shroff, Ronnie H (2011). "Analysis of the technology acceptance model in examining students' behavioural intention to use an eportfolio system". *Australasian Journal of Educational Technology*. Hlm. 600-618.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____.(2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistorini, F., Wuryanto, E., Purbandini. (2016) *Analisis Faktor Penggunaan E-Money Menggunakan Integrasi Model Tam-Tpb Dengan Perceived Risk Dan Perceived Benefit*. *Jurnal*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Syah, Muhibbin. 2011. *Pendidikan Psikologi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Vankatesh, V., Morris et al. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quartely*. Vol. 27, No. 3. Hlm. 425-478.
- _____. (2000). *Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior*. *MIS Quartely*. Vol. 24, No. 1. Hlm. 115-139
- Venkatesh, V., dan Davis, F.D. (2000). *A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*. Vol. 46, No. 2. Hlm. 186-204.
- Wibowo, Ferry Setyo. Dede Rosmauli dan Usep Suhud. (2015). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)* *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1*
- Peraturan Undang-undang : Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik*.