

SIMBA

Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi)

ISSN Online 2686-1771

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSITAS PENGUNAAN *E-MONEY* DENGAN *BEHAVIOURAL INTENTION TO USE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Masyarakat di Kota Madiun)

Intan Aistya Cahyani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: intanaistya21@gmail.com

Abstract

This research is motivated by rapid development of advanced technology, one of which is the development of payment instruments namely non-cash payment instruments or e-money. This study aims to determine the factors that influence the intensity of e-money usage with behavioral intention to use as an intervening variable. This research is quantitative study with data collection using a questionnaire distributed via Google form. The population in this study is unknown (all users of e-money technology). The sampling method is by purposive sampling. The number of samples collected was 200 respondents. Data analysis technique used is path analysis. The results of this study indicate that: (1) perceived usefulness and performance expectancy have positive and significant effect on the intensity of e-money use; (2) perceived ease of use and social influence have no positive and significant effect on the intensity of e-money use; (3) perceived ease of use and social influence have positive and significant effect on behavioral intention to use e-money transactions; (4) perceived usefulness and performance expectancy have no significant effect on behavioral intention to use e-money transactions; (5) behavioral intention to use can mediate performance expectancy variables on the intensity of e-money use while perceived usefulness, perceived ease of use and social influence variables do not affect the intensity of e-money use through behavioral intention to use e-money transactions.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, performance expectancy, behavioral intention to use and intensity of use, e-money.*

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, salah satunya perkembangan alat pembayaran yaitu alat pembayaran non tunai atau *e-money*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan *e-money* dengan *behavioural intention to use* sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui (seluruh pengguna *financial*

technology e-money). Metode pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Jumlah sampel yang dikumpulkan sebanyak 200 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *perceived usefulness* dan *performance expentancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-money* 2) *perceived ease of use* dan *social influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-money* 3) *perceived ease of use* dan *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money* 4) *perceived usefulness* dan *performance expentancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money* 5) *behavioural intention to use* dapat memediasi variabel *performance expentancy* terhadap intensitas penggunaan *e-money* sedangkan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *social influence* tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *e-money* melalui *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.

Kata kunci: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, *performance expentancy*, *behavioural intention to use* dan intensitas penggunaan, *e-money*.

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi modern saat ini salah satunya adalah sistem pembayaran non tunai dimana baik secara domestik maupun secara internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaannya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman. Kemajuan teknologi yang ada tentu telah merubah gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif. Maka dari itulah akibat kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat banyak perubahan yang terjadi khususnya di bidang perekonomian.

Sebelum mengenal adanya pembayaran non tunai (*non cash*), masyarakat menggunakan alat pembayaran secara tunai berupa uang kertas dan logam. Namun dengan adanya perkembangan teknologi, masyarakat lebih cenderung melakukan transaksi dengan menggunakan pembayaran non tunai seperti penggunaan kartu ATM, kartu kredit, cek ataupun *e-money*. Hal ini mengarah pada budaya *cashless society* yang marak digencarkan sekarang ini. *E-money* yaitu alat pembayaran yang menggunakan media elektronik, yaitu jaringan komputer dan juga internet.

Ada dua jenis uang elektronik. Pertama, uang elektronik berbentuk kartu (*Chip Based*) atau biasa dikenal *e-money* seperti Flazz BCA, *e-money* Mandiri, Tap Cash BNI, Brizzi BRI, Blink BTN dan lainnya. Kedua, adalah *e-wallet*. Dalam beberapa jenis tersebut adapun manfaat dari penggunaan *e-money* sendiri adalah transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, transaksi lebih aman, memudahkan akses ke *electronic commerce*, dan mendorong personalisasi yang lebih baik dari layanan perbankan.

Kota Madiun, adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang tingkat konsumtif masyarakatnya mengalami peningkatan. Menurut salah satu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun Veronika Agustini mengungkapkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat

tinggi. Diumpamakan 95% penghasilan masyarakat habis untuk dikonsumsi. Tingkat konsumtif masyarakat yang semakin tinggi dan dengan semakin berkembangnya sistem teknologi informasi, banyak platform yang sudah menyediakan fasilitas alat pembayaran dengan *e-money* yang diharapkan masyarakat dapat dengan mudah dan cepat dalam melakukan transaksi pembayaran. Masyarakat di Kota Madiun rata-rata sudah banyak yang memiliki dan menggunakan sistem alat pembayaran *e-money*, hanya saja minat masyarakat Madiun untuk selalu menggunakan transaksi pembayaran dengan *e-money* masih jauh lebih rendah dibanding dengan beberapa kota besar lainnya karena disebabkan oleh beberapa faktor, selain karena kurangnya pengetahuan pada dasarnya masyarakat menganggap uang fisik lebih mudah dan lebih efisien untuk melakukan transaksi sehari-hari.

Merujuk pada data mengenai semakin tinggi dan banyaknya intensitas pemakaian *e-money* yang ada di Indonesia tentu hal ini adalah kesadaran masyarakat dalam proses penerimaan teknologi sehingga memiliki perilaku penggunaan teknologi yang sedang berkembang tersebut. Salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang model pendekatan penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM ini dikemukakan oleh (Fred D. Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). Teori TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi, yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intension*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan suatu teknologi baru yaitu manfaat atau *perceived usefulness* (dimana pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* (pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membuat pengguna mudah dalam penggunaannya) dan niat menggunakan teknologi atau *intention to use* yang merupakan suatu keinginan (niat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model atau TAM merupakan salah satu teori yang di adaptasi dari teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan kemudian diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. Dalam jurnal (Priambodo & Prabawani, 2016) menjelaskan bahwa TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari pelaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (F.D Davis, 1989).

Perceived Usefulness

Davis, (1989) mendefinisikan persepsi manfaat atau *perceived usefulness* sebagai kepercayaan akan manfaat, yaitu seseorang terhadap suatu sistem teknologi yang dapat mempermudah untuk meningkatkan performa dalam pekerjaannya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seorang individu tentang proses pengambilan keputusan.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000: 201) membagi beberapa dimensi persepsi kemanfaatan, yaitu :

1. Meningkatkan kinerja individu
2. Menambah tingkat produktivitas individu
3. Meningkatkan efektivitas kinerja individu
4. Bermanfaat bagi individu

Perceived Ease of Use

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai kepercayaan akan kemudahan, yang artinya suatu tingkat dimana seorang individu percaya bahwa sistem teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah digunakan dan terbebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem teknologi juga dapat menunjukkan seberapa besar tingkat kemudahannya (Lestari, 2018).

Menurut Venkatesh dan Davis (2000: 201), membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan, yaitu :

1. Sistem jelas dan mudah di pahami
2. Tidak banyak usaha untuk dalam berinteraksi dengan sistem
3. Mudah untuk digunakan
4. Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna

Social influence

Menurut Venkatesh *et. al.*, 2003 *Social influence* adalah suatu tingkat persepsi user atau seorang individu merasa bahwa pendapat orang yang penting baginya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem teknologi baru. Venkatesh dan Davis (2000) menjelaskan bahwa pengaruh sosial atau *social influence* mempunyai dampak pada perilaku seorang individu melalui 3 (tiga) mekanisme, yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*).

Menurut Handayani & Sudiana (2017) dimensi dalam *sosial influence* adalah:

1. Faktor keluarga
2. Faktor teman
3. Faktor sosial
4. Orang-orang yang berpengaruh

Performance expentancy

Ekspektasi kinerja atau *Performance expentancy* adalah tingkat seberapa besar seseorang mempercayai bahwa menggunakan sistem teknologi tersebut dapat

membantu seseorang tersebut untuk meningkatkan kinerjanya (Venkatesh *et. al.*, 2003). Variabel *performance expectancy* terdiri dari 5 (lima) konstruk yaitu : persepsi manfaat (*perceived usefulness*), motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*), kesesuaian kerja (*job fit*), keuntungan relatif, dan ekspektasi hasil (Venkatesh *et. al.*, 2003).

Menurut Handayani & Sudiana (2017) ada beberapa dimensi dalam mengukur *performance expectancy*, yaitu:

1. Persepsi kemudaha pengolahan
2. Kecepatan dalam mengerjakan
3. Keuntungan kinerja
4. Motivasi

Intensity of Use

Dalam Krisdiantoro, Subekti, & Prihatiningtias (2018) memaknai intensitas penggunaan sistem teknologi informasi sebagai seberapa sering *user* menggunakan sistem teknologi informasi. Semakin sering *user* menggunakan sistem teknologi informasi, maka akan diikuti dengan semakin tingginya tingkat pembelajaran yang diperoleh *user* dalam penggunaan sistem informasi.

Indikator yang digunakan dalam mengukur konstruk intensitas penggunaan diadopsi dari skala pengukuran yang bangun dan digunakan oleh Livari (2005) dan (Oktavia, 2016) dalam (Krisdiantoro, Subekti, & Prihatiningtias (2018) yaitu:

1. Penggunaan waktu harian
2. Frekuensi penggunaan

Behavioural Intention to Use

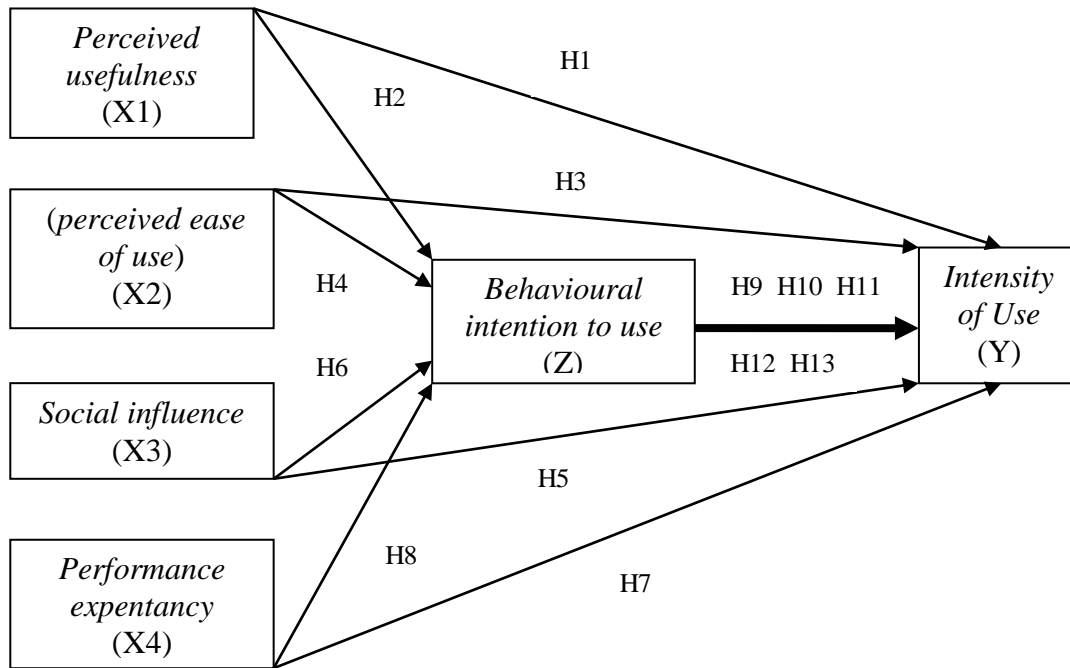
Niat perilaku atau *behavioural intention* merupakan keinginan yang timbul setelah seseorang tersebut merasakan suatu sistem teknologi informasi. Seorang individu akan memiliki niat menggunakan apabila sistem tersebut memiliki nilai positif, namun sebaliknya jika sistem teknologi tersebut tidak memiliki nilai positif maka seseorang individu akan mengurungkan niatnya dalam menggunakan suatu sistem teknologi informasi.

Menurut Sondakh (2017) indikator *behavioural intention to use*, yaitu:

1. Niat menggunakan saat ini
2. Niat menggunakan dimasa mendatang
3. Rekomendasi dari orang lain untuk menggunakan

Hipotesis

Penelitian ini menggunakan *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2) dan *social influence* (X3) sebagai variabel bebas terhadap *intensity of use* (Y) sebagai variabel terikat dan apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tersebut juga dipengaruhi oleh *behavioural intention to use* sebagai variabel *intervening*/mediasi yang dapat dianalogikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

- H1** : Diduga *perceived usefulness* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensity of use e-money*.
- H2** : Diduga *perceived usefulness* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.
- H3** : Diduga *perceived ease of use* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensity of use e-money*.
- H4** : Diduga *perceived ease of use* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.
- H5** : Diduga *social influence* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensity of use e-money*.
- H6** : Diduga *social influence* dalam menggunakan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.
- H7** : Diduga *performance expentancy* dalam penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensity of use e-money*.
- H8** : Diduga *performance expentancy* dalam penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.
- H9** : Diduga *behavioural intention to use* dalam teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensity of use e-money*.
- H10** : Diduga *behavioural intention to use* dapat memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intensity of use e-money*.

- H11** : Diduga *behavioural intention to use* dapat memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap *intensity of use e-money*.
- H12** : Diduga *behavioural intention to use* dapat memediasi *social influence* terhadap *intensity of use e-money*.
- H13** : Diduga *behavioural intention to use* dapat memediasi *performance expentancy* terhadap *intensity of use e-money*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang akan dijadikan dalam penelitian ini adalah pengguna *financial technolgy e-money* di Kota Madiun dengan sampel penelitian sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linearitas. Selain itu uji *path analysis* untuk menguji variabel intervening. Sedangkan uji hipotesis meliputi uji T dan uji R^2 (Koefisien Determinasi). Penelitian ini peneliti menggunakan program software IBM SPSS versi 21 sebagai alat untuk mengolah data yang di diperoleh dari responden kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir kuesioner adalah Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid (Ghozali, 2013: 52). Untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, (df) = $200 - 2$, (df) = 198. Dengan nilai (df) = 198 dan nilai $\alpha = 0,05$ atau 5% didapat dari r_{tabel} sebesar 0,1388. Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil bahwa masing-masing pertanyaan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan setiap variabel dinyatakan valid. Menurut Ghozali (2013: 47) Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$. hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* diatas 0,70 ($\alpha > 0,70$). Sehingga dapat dikatan bahwa pengukur dari masing-masing variabel kuesioner penelitian yang digunakan adalah reliabel.

Selain uji validitas dan uji reliabilitas, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Dalam hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel mendekati angka 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak lebih 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, *social influence*, *performance expentancy* dan *behavioural intention to use* tidak ada gejala multikolinieritas. Dalam uji heterokadestisitas

dilakukan dengan menggunakan uji glejser yang diketahui bahwa dari setiap variabel mempunyai nilai signifikan yang lebih dari nilai $\alpha = 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas, sehingga asumsi dari persamaan regresi baik. Dalam uji normalitas diperoleh nilai *kolmogorov-smirnov Z* (nilai tes statistik) sebesar 1,173 dan pada *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,127, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Dalam uji linieritas diperoleh hasil Sig mempunyai nilai $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dikatakan terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

Uji Path Analysis

Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel intervening maka digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari suatu metode analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi digunakan untuk menaksir suatu hubungan kausalitas antar variabel.

a. Persamaan Regresi Pertama

Tabel 1 Model Summary Jalur Model I
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,774 ^a	,599	,589	,953

a. Predictors: (Constant), behavioural (z), manfaat (x1), kemudahan (x2), social (x3), performance (x4)

Tabel 2 Analisis Jalur Model I
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,354	,672		3,500	,001
	manfaat (x1)	,376	,038	,696	9,971	,000
	kemudahan (x2)	,029	,027	,054	1,094	,275
	social (x3)	-,043	,031	-,074	1,359	,176
	performance (x4)	,083	,034	,155	2,456	,015
	behavioural (z)	,044	,034	,059	1,291	,028

a. Dependent Variable: intensitas (y)

Besarnya R^2 atau R square yang terdapat pada tabel 1 adalah sebesar = 0,599 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X1, X2, X3, dan X4 terhadap Z adalah sebesar 59,9% sementara sisanya 40,1% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara untuk nilai $e1$ dapat dicari dengan rumus:

$$e1 = \sqrt{(1 - 0,599)} = 0,633$$

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 2,354 + 0,376 X_1 + 0,029 X_2 + (-0.043) X_3 + 0.083 X_4 + 0,044 Z + 0,633$$

b. Persamaan Regresi Kedua

Tabel 3 Model Summary Jalur Model II
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 ^a	,731	,618	1,506

a. Predictors: (Constant), performance (x4), social (x3), kemudahan (x2), manfaat (x1)

Tabel 4 Analisa Jalur Model II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,649	,922		2,873	,005
manfaat (x1)	,094	,058	,128	1,631	,104
kemudahan (x2)	,176	,058	,226	3,035	,003
social (x3)	,236	,040	,363	5,870	,000
performance (x4)	,036	,047	,059	,774	,440

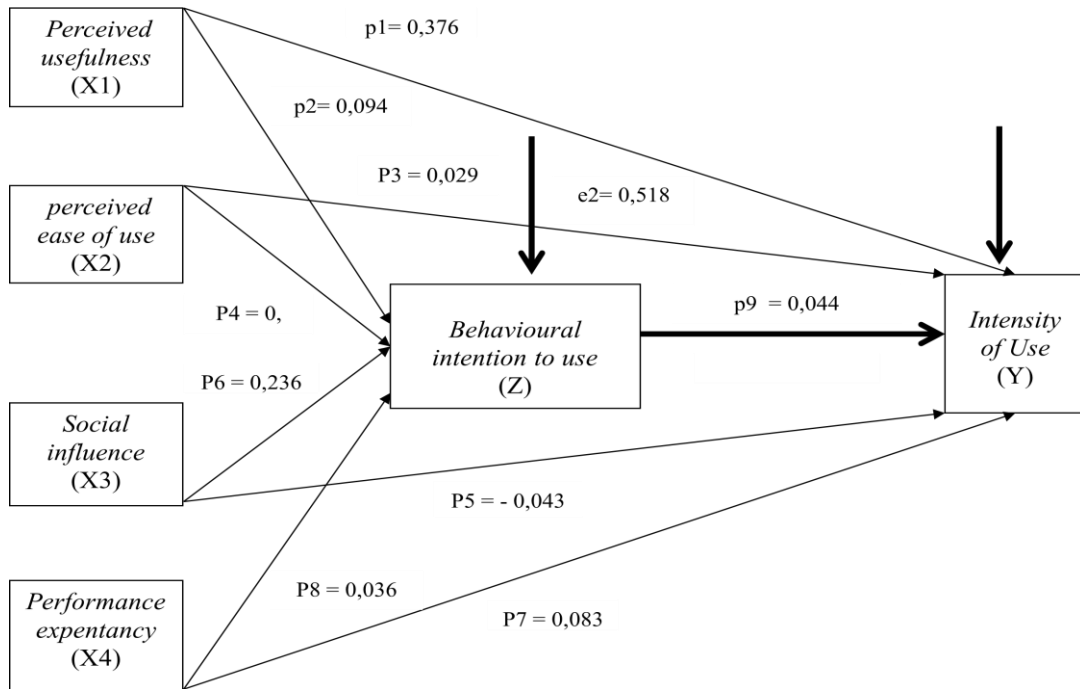
a. Dependent Variable: behavioural (z)

Besarnya R² atau R square yang terdapat pada tabel 3 adalah sebesar 0,731 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X1, X2, X3, dan X4 terhadap Z adalah sebesar 73,1% sementara sisanya 26,9% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara untuk nilai e² dapat dicari dengan rumus:

$$e^2 = \sqrt{(1 - 0,731)} = 0,518$$

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Z = 2,649 + (-0,037) X_1 + 0,176 X_2 + 0,235 X_3 + 0,036 X_4 + 0,518$$



Gambar 2 Diagram Jalur

c. Pengaruh Tidak Langsung

Menurut Ghozali (2013: 254-255) untuk dapat mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh dari mediasi, maka digunakan uji analisis Sobel test, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$SpApB = \sqrt{pB^2 SpA^2 + pA^2 SpB^2 + SpA^2 SpB^2}$$

Keterangan:

$SpApB$ = Standart error

pA = Unstandardized Coefficient Beta A

pB = Unstandardized Coefficient Beta B

SpA = Standar error A

SpB = Standar error B

Kemudian hasil dari rumus tersebut diatas dilanjutkan dengan menghitung nilai t statistik dengan rumus:

$$t = \frac{pApB}{SpApB}$$

Keterangan :

t = t_{hitung}

$pApB$ = Unstandardizert Coefficient Beta A * B

$SpASpB$ = Standar error A * B

Setelah diketahui nilai t_{hitung} , maka untuk dapat mengetahui terjadi signifikan atau tidaknya dari pengaruh mediasi adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa koefisien mediasi signifikan, yang artinya ada pengaruh mediasi.

1. Pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap intensitas penggunaan transaksi *e-money* (Y) melalui *behavioural intention to use* (Z). Hasil perhitungan didapat nilai $t_{hitung} = 0,9109182115$ lebih kecil dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,97202, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,004136 yang berarti tidak ada pengaruh mediasi. *Behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh persepsi manfaat dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*.
2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap intensitas penggunaan transaksi *e-money* (Y) melalui *behavioural intention to use* (Z). Hasil perhitungan didapat nilai $t_{hitung} = 1,1392005378$ lebih kecil dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,97202, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,007744 yang berarti tidak ada pengaruh mediasi. *Behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*.
3. Pengaruh *social influence* (X3) terhadap intensitas penggunaan transaksi *e-money* (Y) melalui *behavioural intention to use* (Z). Hasil perhitungan didapat nilai $t_{hitung} = 1,2472924631$ lebih kecil dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,97202, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,010384, yang berarti tidak ada pengaruh mediasi. *Behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh *social influence* dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*.
4. Pengaruh *performance expectancy* (X4) terhadap intensitas penggunaan transaksi *e-money* (Y) melalui *behavioural intention to use* (Z). Hasil perhitungan didapat nilai $t_{hitung} = 3,5962666984$ lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,97202, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,001584, yang berarti ada pengaruh mediasi. *Behavioural intention to use* dapat memediasi pengaruh *performance expectancy* dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*.

Uji Hipotesis

a. Uji T (parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (X) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Y).

**Tabel 5 Hasil Uji T (Parsial) Pertama
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,354	,672		3,500	,001
	manfaat (x1)	,376	,038	,696	9,971	,000
	kemudahan (x2)	,029	,027	,054	1,094	,275
	social (x3)	-,043	,031	-,074	-1,359	,176
	performance (x4)	,083	,034	,155	2,456	,015
	behavioural (z)	,044	,034	,059	1,291	,028

a. Dependent Variable: intensitas (y)

**Tabel 6 Hasil Uji T (Parsial) Kedua
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,649	,922		2,873	,005
	manfaat (x1)	,094	,058	,128	1,631	,104
	kemudahan (x2)	,176	,058	,226	3,035	,003
	social (x3)	,236	,040	,363	5,870	,000
	performance (x4)	,036	,047	,059	,774	,440

a. Dependent Variable: behavioural (z)

Hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap variabel intensitas. Variabel *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *behvioural intention to use*. Variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel intensitas. Variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap variabel *behvioural intention to use*. Variabel *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel intensitas. Variabel *sosial influence* berpengaruh signifikan terhadap variabel *behvioural intention to use*. Variabel *performance expentancy* berpengaruh signifikan terhadap variabel intensitas tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *behvioural intention to use*. Variabel *behvioural intention to use* berpengaruh signifikan terhadap variabel intensitas.

b. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R²) pada dasarnya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai *AdjustedR²*.

**Tabel 7 Hasil Uji Determinasi R²
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,774 ^a	,599	,589	,953

a. Predictors: (Constant), behavioural (z), manfaat (x1), kemudahan (x2), social (x3), performance (x4)

Dari tabel diatas besarnya *adjusted R square* 0,599 atau 59,9% hal ini menunjukkan variabel Y (intensitas) dipengaruhi sebesar 59,9% oleh X1, X2, X3, X4, dan Z sedangkan 0,401 atau 40,1% dipengaruhi oleh variabel diluar variabel bebas.

Hasil Pembahasan

1. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensitas penggunaan transaksi *e-money*.

Pengaruh persepsi manfaat menggunakan sistem teknologi *e-money*, mempengaruhi intensitas penggunaan masyarakat di Kota Madiun dalam menggunakan *e-money*, salah satu faktor yang mendasari hal ini adalah masyarakat kota madiun merasakan kemudahan dan efisiensi yang didapat saat melakukan transaksi *e-money*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Agustio dan Nanik Linawati (2018) menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.

2. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.

Persepsi manfaat dalam menggunakan sistem teknologi *e-money*, tidak mempengaruhi minat masyarakat di kota madiun dalam menggunakan transaksi *e-money*, hal ini terjadi karena masyarakat di Kota Madiun masih bergantung pada sistem transaksi tunai sehingga tidak menimbulkan reaksi positif dalam melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Penelitian terdahulu yang memberikan hasil berbeda oleh Marco Hanif (2018) menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* Aplikasi *Mobile Banking* Jenius.

3. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Pengaruh *perceived ease of use* menggunakan sistem teknologi *e-money*, tidak mempengaruhi intensitas masyarakat di Kota Madiun dalam menggunakan *e-money*, salah satu faktor yang mendasari hal ini adalah kemudahan dalam penggunaan sistem belum dirasakan masyarakat sehingga masyarakat di Kota Madiun masih terbiasa transaksi menggunakan sistem tunai. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati (2018) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.

4. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.

Pengaruh *perceived ease of use* dalam menggunakan sistem teknologi *e-money*, mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan transaksi *e-money*. Salah satu faktor yang mendasari hubungan positif dan signifikan ini adalah karena masyarakat di Kota Madiun dapat merasakan kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan sistem transaksi *e-money*. Penelitian yang dilakukan oleh Marco Hanif (2018) memberikan pendapat berbeda yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara negatif terhadap *behavioural intention to use* Aplikasi *Mobile Banking* Jenius.

5. Pengaruh *social influence* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Pengaruh *social influence* menggunakan sistem teknologi *e-money*, tidak mempengaruhi intensitas masyarakat kota madiun dalam menggunakan transaksi *e-money*, salah satu faktor yang mendasari hal ini adalah karena masyarakat di Kota Madiun merasakan adanya pengaruh sosial dari orang-orang yang menggunakan sistem transaksi *e-money*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati (2018) yang menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.

6. Pengaruh *social influence* terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.

Pengaruh *social influence* menggunakan sistem teknologi *e-money*, dapat mempengaruhi minat masyarakat kota madiun dalam transaksi menggunakan *e-money*, hal ini didasari karena seseorang merasa pengaruh sosial seperti pengaruh dari lingkungan kerja atau rekan kerja dapat mempengaruhi minat dalam melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Radiansyah dan Ariyanti (2017) yang menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan *Tcash*.

7. Pengaruh *performance expectancy* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Pengaruh *performance expectancy* menggunakan sistem teknologi *e-money*, dapat mempengaruhi intensitas dalam menggunakan transaksi *e-money*, hal ini didasari karena masyarakat merasakan kinerja dalam sistem transaksi *e-money* bekerja sangat cepat dan dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembayaran. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasyim M (2010) yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi.

8. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioural intention to use* transaksi *e-money*.

Pengaruh *performance expectancy* menggunakan sistem teknologi *e-money*, tidak mempengaruhi minat masyarakat di Kota Madiun dalam

menggunakan transaksi *e-money*, hal ini terjadi karena masyarakat kota madiun tidak merasakan adanya kecepatan kinerja sistem teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran *e-money*.

9. Pengaruh *behavioural intention to use* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Hasil analisis menjelaskan bahwa *behavioural intention to use* memiliki reaksi positif yang mempengaruhi intensitas masyarakat di Kota Madiun dalam menggunakan sistem transaksi *e-money*. Reaksi positif masyarakat yang dimaksud adalah terkait dengan respon masyarakat di Kota Madiun yang merasa minat masyarakat dalam menggunakan sistem transaksi *e-money* dapat berpengaruh dalam intensitas penggunaannya.

10. *Behavioural intention to use* dapat memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Hasil analisis menjelaskan *behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh persepsi manfaat dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*. Hal ini karena masyarakat di Kota Madiun belum sepenuhnya merasakan kemanfaatan yang diperoleh dalam menggunakan transaksi *e-money*, masyarakat di Kota Madiun masih cenderung menggunakan sistem transaksi tunai yang dianggap lebih mudah dan efisien sehingga minat masyarakat di Kota Madiun dalam menggunakan transaksi *e-money* secara terus-menerus masih kurang.

11. *Behavioural intention to use* dapat memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Hasil analisis menjelaskan *behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*. Hal ini karena masyarakat kurang merasakan kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan sistem transaksi *e-money*. Sehingga minat masyarakat di Kota Madiun dalam menggunakan transaksi secara intens masih kurang.

12. *Behavioural intention to use* dapat memediasi *social influence* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Hasil analisis menjelaskan *behavioural intention to use* tidak dapat memediasi pengaruh *social influence* dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*. Hal ini dikarenakan masyarakat di Kota Madiun merasa pengaruh sosial seperti pengaruh dari lingkungan kerja atau rekan kerja tidak dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Sehingga pengaruh sosial tidak dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kota Madiun untuk terus secara intens menggunakan sistem pembayaran transaksi *e-money*.

13. *Behavioural intention to use* dapat memediasi *performance expectancy* terhadap intensitas penggunaan *e-money*.

Hasil analisis menjelaskan *behavioural intention to use* dapat memediasi

pengaruh *performance expectancy* dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*. Hal ini karena masyarakat di Kota Madiun merasakan adanya kecepatan kinerja sistem teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran *e-money*, sehingga masyarakat di Kota Madiun berminat untuk menggunakan sistem pembayaran transaksi *e-money* secara intens.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Variabel *perceived usefulness* (X1) berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *e-money* (Y) namun tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention to use* (Z). Variabel *perceived ease of use* (X2) tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *e-money* (Y) namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* (Z). Variabel *social influence* (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-money* (Y) namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* (Z). Variabel *performance expectancy* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *e-money* (Y) namun tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention to use* (Z). *Behavioural intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan (Y) namun tidak dapat memediasi pengaruh persepsi manfaat dalam intensitas menggunakan transaksi *e-money*.

Saran

Bagi perusahaan yang menyediakan sistem transaksi *e-money*, dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk evaluasi dan masukan untuk meningkatkan dan menyediakan layanan sistem transaksi menggunakan *e-money*. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan intensitas dalam menggunakan *e-money*, perlu melihat faktor-faktor yang lain atau dapat mengembangkan lebih banyak lagi variabel-variabel bebas tentang sistem teknologi *e-money* yang ada dipenelitian ini, serta dapat lebih banyak melibatkan responden dalam melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan transaksi *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance Of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13, 319–33.
- Davis, Fred D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan*. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1), 1–13. Retrieved from
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan

- Mobile Payment terhadap Spending Behavior. Seminar Nasioanl Dan Call for Papers (SENIMA 3)*, (Senima 3), 455–465.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 9(2), 76–87. <https://doi.org/10.9744/jak.9.2.pp.76-87>
- Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sstnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>
- Hanif, Marco. (2018). Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi *Mobile Banking* Jenius di Kota Jakarta. *Universitas Katolik Parahyangan Skripsi*.
- Hasyim M. (2010). Analisis Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus Pt Semen Bosowa Maros). *Universitas Hasanuddin Makassar. Tesis..*
- Iivari, J. (2005). *An Empirical Test of the DeLone-McLean Model of Information System Success. Data Base for Advances in Information Systems*, 36(2), 8–27. <https://doi.org/10.1145/1066149.1066152>
- Krisdiantoro, Y., Subekti, I., & Prihatiningtias, Y. W. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Bersih Dengan Intensitas Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 5(2), 149–167. <https://doi.org/10.17977/um004v5i22018p149>
- Lestari, E. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, *Computer Self Efficacy*, *Facilitating Conditions* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir (Studi Pada Usaha Dagang Di Kabupaten Sukoharjo). *Skripsi*.
- Maghfira. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Pembayaran Go-Pay. *Skripsi*.
- Oktavia, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Sistem Informasi Manajemen Daerah dengan Pendekatan Model Delone dan Mclean yang Dimodifikasi.
- Pranoto, & Salsabila, S. S. (2018). Eksistensi Kartu Kredit dengan Adanya Electronic Money (E-Money) Sebagai Alat Pembayaran Pembayaran yang Sah. *Privat Law*, 6(1), 24–33.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Radiansyah, E., & Ariyanti, Maya. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Tcash Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tcash di Universitas Telkom. *e-Proceeding of Management*. Vol. 4 No.1
- Sari, Ika. (2019). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur

- Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang). *IAIN Salatiga*. Skripsi
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan*. (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiani, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai (Studi di Kota Purbalingga). *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. Skripsi.
- Sondakh, J. J. (2017). *Behavioral intention to use e-tax service system: An application of technology acceptance model*. *European Research Studies Journal*, 20(2), 48–64.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2: pp. 186-504.
- Vankatesh, V. Morris *et al.* (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal 425-478.
- Yuniar, G. S., & Nurwidawati, D. (2013). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dengan Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1).