

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA SPBU KOTA PONTIANAK

Oleh :

Matkhori

B1023171001

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Pada SPBU Kota Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan *E-money* di Kota Pontianak. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*, persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kata kunci : persepsi manfaat, persepsi kemudahan, perseps, persepsi kepercayaan, persepsi resiko, minat menggunakan.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF PERCEPTION OF BENEFITS, PERCEPTION OF EASY,
PERCEPTION OF TRUST, AND PERCEPTION OF RISK ON INTEREST IN
USING E-MONEY AT PONTIANAK CITY SPBU***

By :

Matkhori

B1023171001

This study aims to examine and analyze the effect of perceived benefits, perceived convenience, perceived trust, and perceived risk on interest in using e-money at gas stations in Pontianak. The population in this study are consumers who have used E-money in Pontianak City. The sample in this study was 100 respondents using purposive sampling technique. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis. Based on the results of the mortgage test that Perceived Benefits, Perceived Ease, Perceived Trust did not have a significant effect on interest in using e-money, perceived risk was significant on interest in using e-money.

Keywords: perceived benefits, perceived convenience, perceptions, perceptions of trust, perceptions of risk, interest in using.

RINGKASAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* PADA SPBU KOTA PONTIANAK

1. Latar Belakang

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diketahui bahwa menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko memegang peranan penting dalam keputusan seseorang dalam melakukan pembelian dengan menggunakan *e-money*. Meningkatnya popularitas perdagangan online (*e-commerce*) di Indonesia mengubah gaya hidup masyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran. Sekitar 76% konsumen telah menggunakan sistem pembayaran non tunai dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini juga membuka peluang bagi layanan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology (fintech)* untuk memperluas jangkauan bisnis dan pasarnya. E-money kini digunakan untuk bertransaksi toko *online* dan *offline*. Bahkan, fasilitas umum sudah mengenalkan *E-money* seperti pembayaran tol, komuter, transjakarta, parkir, stasiun pengisian bahan bakar minyak, dan lain-lain. Penelitian terkait minat menggunakan *e-money* telah banyak diteliti oleh peneliti-peneliti terdahulu. Berbagai peneliti telah melaporkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan *E-money* yaitu manfaat, kemudahan, dan resiko, daya guna, kepercayaan. Dari faktor tersebut maka Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money*.

2. Permasalahan

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.

3. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.
4. Apakah Persepsi Resiko berpengaruh terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU. Metode Penelitian
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat menggunakan *E-money* di SPBU.

4. Metode Penelitian

1. Tempat penelitian, penelitian ini dilaksanakan di Kota Pontianak.
2. Sumber data, pada penelitian ini menggunakan data primer dalam hal ini diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan skala likert 5 poin.
3. Metode Analisis, dalam penelitian ini, Metode yang akan diterapkan adalah kuantitatif berdasarkan data statistik, karakteristik dan hubungan antar variabel.

5. Hasil dan pembahasan

1. Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Artinya bahwa peningkatan atau penurunan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* tidak akan berdampak pada produktifitas dan efektifitas dari manfaat yang dirasakan pengguna *e-money*.
2. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Artinya Apabila seseorang merasakan penggunaan sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan maka mereka pun enggan untuk menggunakannya, Sebaliknya, apabila seseorang merasakan atau percaya terhadap penggunaan sistem informasi teknologi itu sangat mudah, maka mereka pun menggunakannya.

3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Artinya semakin turun kepercayaan seseorang terhadap sistem *e-money* maka minat untuk menggunakannya juga semakin turun.
4. Persepsi resiko berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Artinya semakin turun resiko seseorang terhadap sistem *e-money* maka minat untuk menggunakannya juga semakin tinggi.

6. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* dan persepsi resiko berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, Menambah jumlah sampel penelitian tidak hanya 100 orang namun lebih dari 100 pengguna *e-money*. Menambah lokasi penelitian menjadi lebih luas sehingga dapat mewakili penggunaan *e-money* secara keseluruhan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen lain, misal variabel fitur layanan, sehingga, dengan menambahkan variabel lain diharapkan dapat mempengaruhi variabel minat sepenuhnya. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti menampilkan data-data terbaru penerbit *e-money* yang dikeluarkan dari tiap penerbit *e-money*