

ANALISIS MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Muchriana Muchran¹, Dhiza Putriani², Adesty³, Diva Novita Ramadhani⁴
1,2,3,4 Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
Corresponding author: sdhiza24putri@gmail.com

ABSTRAK

This research aims to determine and analyze the influence, compatibility effect, complexity, perceived usefulness, social influence and trust in students' interest in using electronic money. The research used to test the analysis of interest in using electronic money among accounting students at Muhammadiyah University of Makassar is a quantitative approach. This research uses primary data, namely data obtained directly from the research object. The data collection technique uses a questionnaire distributed to accounting students at Muhammadiyah University of Makassar. The data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, correlation tests, multiple regressive analysis and t tests. The research results from multiple linear regression analysis, partial results (t-test) show that compatibility (X1), complexity (X2), perceived usefulness and social influence (X4) have a significant positive influence on interest in using electronic money and trust (X5). The negative effect on interest in using electronic money (Y1) is not significant.

Kata Kunci: Compatibility, Complexity, Perceived Usefulness, Social Influence, Trust, Interest in Use, Electronic Money

Copyright © 2024 by the author



PENDAHULUAN

Dunia teknologi dan informasi saat ini berkembang pesat, salah satunya adalah teknologi sistem pembayaran. Terutama dalam transaksi jual beli yang perkembangannya sangat pesat. Kemajuan teknologi tersebut dapat mengubah peran uang tunai yang tadinya digunakan masyarakat sebagai alat pembayaran menjadi uang non tunai yang lebih efektif dan efisien. Berkat kemajuan teknologi saat ini, segala transaksi dan pembayaran dapat dilakukan tanpa uang tunai dan tanpa kartu, cukup dengan menggunakan aplikasi smartphone apa saja. Kita tidak perlu khawatir jika dompet tertinggal di rumah, karena hanya bermodalkan smartphone kita dapat melakukan pembayaran digital dengan mudah, aman dan dalam waktu singkat (Rorin dan Johan, 2021). Dalam perkembangan pembayaran non-tunai, produk pembayaran elektronik berupa uang elektronik (*electronic money/e-money*) mulai berkembang, karena karakteristiknya berbeda dengan bentuk

pembayaran elektronik lainnya, oleh karena itu uang elektronik. produk tidak memerlukan proses otorisasi untuk proses pembayaran dan tidak terhubung langsung ke rekening pelanggan. Pesatnya perkembangan teknologi memaksa masyarakat untuk terus berinovasi hingga menemukan cara baru yang lebih sederhana dan praktis, yaitu dengan menggunakan e-money, uang disimpan di media elektronik.

Menurut Bank Indonesia, jumlah transaksi e-money meningkat menjadi 2,9 miliar transaksi elektronik pada akhir tahun 2018, dibandingkan 943,3 juta transaksi e-money pada tahun 2017. Hingga Juli 2019, jumlah transaksi e-money mencapai 2,7 miliar transaksi elektronik, mendekati level akhir tahun 2018. Pada tahun 2018, nilai transaksi elektronik sebesar Rp 47,2 triliun (Jayani, 2019). Pertumbuhan transaksi uang elektronik sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan Bank Indonesia sejak tahun 2014. Hingga saat ini, terdapat 49 penerbit elektronik di Indonesia. Data Bank Indonesia pada April 2020 menunjukkan, terdiri dari 14 emiten yang berstatus bank dan 35 emiten bukan bank. Menggunakan uang elektronik lebih nyaman dibandingkan uang tunai, terutama untuk transaksi bernilai kecil. Jika kita ingin melakukan atau menyimpan kembalian, kita tidak perlu memiliki kembaliannya secara pasti, sehingga hal ini juga dapat meminimalisir kesalahan dalam transaksi perubahan. Pembayaran e-money selain tunai menawarkan kemudahan yang sesuai dengan kebutuhan Anda. Pasalnya, banyak produk elektronik di pasaran yang menawarkan metode pembayaran berbeda. Selain itu, tidak semua merchant dapat menerima transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik, sehingga belum ada kartu uang elektronik yang sesuai dengan segala kebutuhan. Semua orang membeli, remaja, dewasa, dan orang tua. Konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau sekedar untuk memuaskan keinginan yang tidak terbatas.

Dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas maka seseorang dapat menimbulkan sikap atau perilaku belanja, sikap belanja yaitu mengeluarkan uang yang banyak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang banyak. Perilaku konsumsi sebagian besar tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan didorong oleh keinginan dan keinginan seseorang. Perilaku belanja merupakan hal yang lumrah di kalangan pelajar, khususnya mahasiswi. Remaja dengan perilaku konsumen hanya menggunakan faktor emosional, misalnya hanya mempertimbangkan gengsi, sedangkan remaja dengan faktor rasional mempertimbangkan manfaat produk dan harga berupa fashion atau gaya populer. Perilaku konsumen bukan lagi sekedar pemenuhan kebutuhan, melainkan pemenuhan keinginan, yaitu untuk meningkatkan gaya hidup, menjaga gengsi, mengikuti fashion dan berbagai alasan yang sebenarnya kurang penting. Perilaku konsumen mempunyai aspek positif dan negatif. Aspek positif dari perilaku konsumen adalah perasaan puas, perasaan puas ini muncul dari kenyataan bahwa konsumen mampu memilih kombinasi terbaik dari berbagai barang dan jasa dari anggaran yang tersedia, selain itu perilaku konsumen juga dapat juga menambah pengalaman.

Hal ini terjadi ketika konsumen mengkonsumsi barang dan jasa yang baru, belum pernah dipakai atau tidak terpakai. Selain itu, perilaku konsumen juga memiliki aspek negatif. Salah satunya adalah penanaman karakter dan cara hidup konsumen, yaitu sifat atau cara hidup yang menganggap barang sebagai tolak ukur kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri (harga diri). Dengan sifat atau gaya hidup seperti ini, masyarakat terdorong untuk membeli barang dan jasa yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Alasan utama ditelitinya minat mahasiswa terhadap penggunaan uang elektronik adalah untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pemahaman, keamanan dan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa akuntansi di Universitas Muhammadiyah Makassar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat adopsi teknologi informasi khususnya dalam penggunaan uang elektronik. Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) merupakan model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penerimaan teknologi informasi. Model ini menjelaskan bagaimana teknologi informasi diterima, digunakan dan dimanfaatkan.

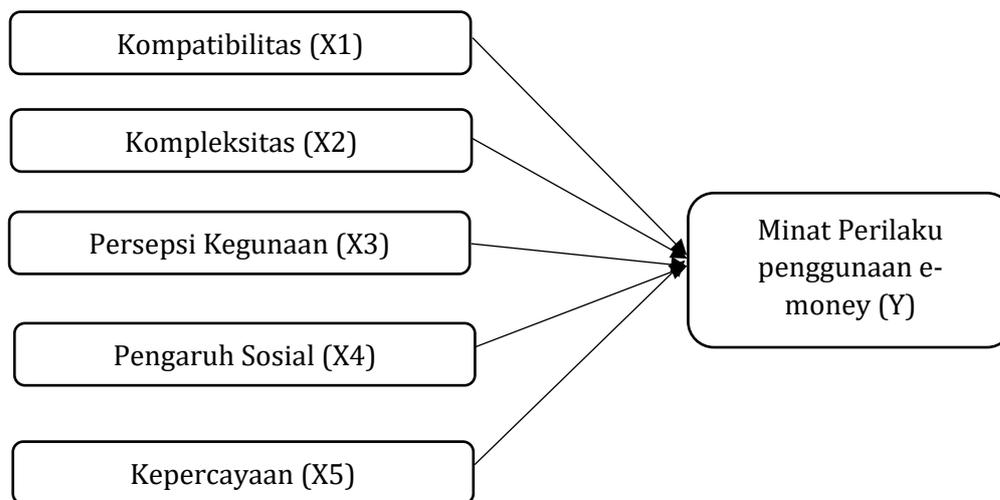
Menurut konsep Davis, adopsi TI dipengaruhi oleh keyakinan terkait penggunaan sebelumnya. Davis membangun modelnya berdasarkan dua keyakinan: utilitas dan kemudahan penggunaan. Berdasarkan model tersebut, penelitian ini hanya menggunakan persepsi manfaat yaitu ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya (Davis, 1989), karena memiliki kemampuan melacak niat dan persetujuan pengguna dalam menggunakan e-money, memahami fungsi transaksi modern. Kajian difusi inovasi telah banyak diterapkan di berbagai bidang seperti pendidikan, sosiologi, komunikasi, pertanian, pemasaran, teknologi informasi dan bidang lainnya (Rogers et al., 1995). Inovasi adalah suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh orang lain atau entitas yang mengadopsinya. Difusi, di sisi lain, adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota suatu sistem sosial (Rogers, 1995). Oleh karena itu, menurut teori IDT, calon pengguna memutuskan untuk menerima atau menolak suatu inovasi berdasarkan bagaimana mereka mempercayai inovasi tersebut (Agarwal, 2000). IDT memiliki lima karakteristik inovasi yang penting: keunggulan komparatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan pengujian, dan kemampuan penelusuran (Rogers, 1983). Model ini hanya memiliki dua sifat IDT yaitu kompatibilitas dan kompleksitas. Kedua atribut ini memungkinkan pelacakan tren dan adopsi uang elektronik dengan memahami peristiwa di mana transaksi modern dapat digunakan. Sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan calon pengguna akhir disebut kesesuaian. Tingkat kesulitan yang dihadapi pengguna akhir dalam memahami inovasi dan kemudahan penggunaannya disebut kompleksitas.

Unified Theory of Technology Acceptance and Use (UTAUT) menyintesis suatu model untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang proses penerimaan dibandingkan dengan model individual sebelumnya. Delapan model yang sebelumnya digunakan dalam literatur sistem informasi digabungkan menjadi model terintegrasi, semuanya diambil dari psikologi, sosiologi, dan komunikasi (Venkatesh et al., 2003). Singkatnya, tujuan utama UTAUT adalah untuk mengetahui sejauh mana masyarakat dapat menerima dan mengadopsi sistem e-money. Menurut model UTAUT, banyak faktor yang dapat berkontribusi terhadap niat menggunakan e-money, namun penelitian ini hanya melihat faktor pengaruh sosial, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang terdekat berpikir mereka harus menggunakan sistem baru. (Venkatesh, 2003). Bagaimana pelanggan memandang dan menilai orang merupakan indikator yang memberi mereka makna, apakah hal tersebut benar-benar mencerminkan perilaku mereka (Fishbein dan Ajzen, 1975). Kepercayaan adalah kunci untuk mengembangkan bisnis online Anda. Karena kepercayaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi konsumen, kepercayaan sangat sulit didefinisikan dalam beberapa penelitian (McKnight et al., 2002). Pavlou, (2003) melakukan penelitian tentang minat masyarakat terhadap belanja online. Salah satu variabel yang patut dikaji adalah kepercayaan yang merupakan konsep kunci dalam berbagai penelitian di bidang teknologi informasi.

Penelitian ini mendefinisikan konstruksi kepercayaan sebagai ketidakpastian yang sering terjadi ketika orang menggunakan Internet. Peneliti menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat seseorang terhadap e-commerce. Penelitian Pavlou (2003) menemukan hasil serupa dengan Suh dan Han (2003) yang menemukan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat seseorang untuk menyelesaikan transaksi belanja online. Niat penting dalam menentukan perilaku dan sikap manusia. Niat pada dasarnya adalah penerimaan terhadap hubungan antara diri dengan diri luar. Semakin kuat atau erat hubungan maka semakin besar pula minatnya (Surhayat, 2009). Niat menggunakan merupakan keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang berperilaku demikian apabila mempunyai keinginan atau kepentingan untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008). Dapat disimpulkan bahwa niat menentukan perilaku, jika seseorang mempunyai keinginan yang positif, maka hal tersebut juga menyebabkan perilaku positif dan sebaliknya. Konsep yang sama diterapkan pada pengoperasian sistem. Thompson. (1991) berpendapat bahwa kepercayaan seseorang terhadap kegunaan suatu sistem informasi meningkatkan minatnya dan selanjutnya orang tersebut menggunakan sistem informasi tersebut

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk menguji Analisis Minat Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar. Teknik analisis data yang digunakan adalah ujian validitas, ujian reliabilitas, uji korelasi, analisis regresif berganda dan uji t. Kerangka konseptual diperoleh untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam uang elektronik menggunakan model penelitian IDT, TAM dan UTAUT.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

Hipotesis adalah perkiraan awal atau dugaan sementara mengenai hasil dari perumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2018). Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

H1: Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

H2: Kompleksitas berpengaruh negatif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

H3: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

H4: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money,

H5: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan sistem e-money.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 26. Uji Validitas dilakukan menggunakan uji *pearson corellation*. Berikut adalah hasil dari uji validitas yang dilakukan pada 142 responden.

Tabel 1. Uji Validitas

Kode Variabel	R-Hitung	R-Tabel
X1.1	0.850	0.164
X1.2	0.887	0.164
X1.3	0.834	0.164
X1.4	0.814	0.164
X2.1	0.818	0.164
X2.2	0.859	0.164
X2.3	0.758	0.164
X2.4	0.841	0.164
X3.1	0.842	0.164
X3.2	0.890	0.164
X3.3	0.776	0.164
X3.4	0.809	0.164
X4.1	0.875	0.164
X4.2	0.883	0.164
X4.3	0.849	0.164
X4.4	0.816	0.164
X5.1	0.806	0.164
X5.2	0.836	0.164
X5.3	0.735	0.164
X5.4	0.770	0.164
Y1.1	0.838	0.164
Y1.2	0.901	0.164
Y1.3	0.861	0.164
Y1.4	0.816	0.164

Sumber data: diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa setiap indicator mulai dari X1.1 hingga Y1.4 menunjukkan valid karena hasil r hitung \geq r table, sehingga hasil tes dapat menjelaskan skor bukti soal berkorelasi positif dengan skor konstruk total dan dapat digunakan untuk mengukur penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 26, Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas yang dilakukan pada 142 responden.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	24

Gambar 2. Hasil Uji Reliability
Sumber: Data Diolah Spss Versi 26

Berdasarkan uji reliabilitas dengan menggunakan uji *alpha Cronbach* dalam aplikasi SPSS 26, seluruh pernyataan angket dinyatakan reliable karena rata-rata nilai r_{α} didapatkan senilai 0,891. Pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliable apabila r_{α} masing-masing pernyataan bernilai lebih besar dari 0,60.

Tbael 3. Hasil Uji Korelasi

		Correlations					
		KOMPATIBILITAS	KOMPLEKSITAS	PERSEPSI KEGUNAAN	PENGARUH SOSIAL	KEPERCAYAAN	MINAT PENGGUNAAN
KOMPATIBILITAS	Pearson Correlation	1	.699**	-.052	.576**	.270**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.540	.000	.001	.000
	N	142	142	142	142	142	142
KOMPLEKSITAS	Pearson Correlation	.699**	1	-.019	.583**	.210*	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000		.818	.000	.012	.000
	N	142	142	142	142	142	142
PERSEPSI KEGUNAAN	Pearson Correlation	-.052	-.019	1	.245**	-.063	.023
	Sig. (2-tailed)	.540	.818		.003	.454	.787
	N	142	142	142	142	142	142
PENGARUH SOSIAL	Pearson Correlation	.576**	.583**	.245**	1	.013	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.878	.000
	N	142	142	142	142	142	142
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.270**	.210*	-.063	.013	1	.065
	Sig. (2-tailed)	.001	.012	.454	.878		.441
	N	142	142	142	142	142	142
MINAT PENGGUNAAN	Pearson Correlation	.691**	.561**	.023	.541**	.065	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.787	.000	.441	
	N	142	142	142	142	142	142

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data Diolah Spss Versi 26

Dari table diatas dapat disajikan hasil-hasil berikut:

1. Kompatibilitas berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sebesar sebesar 0,691 ($r = 0,691$)
2. Kompleksitas berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sebesar sebesar 0,561 ($r = 0,561$)

3. Persepsi kegunaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sebesar sebesar 0,023 ($r = 0,023$)
4. Pengaruh sosial berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sebesar sebesar 0,541 ($r = 0,541$)
5. Kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sebesar sebesar 0,065 ($r = 0,065$)

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian, persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut: $Y = 5.402 + 0,550 X_1 + 0,114X_2 + 0,007X_3+0,159X_4-0,125X_5$. Dari persamaan di atas, dapat diartikan sebagai berikut: Jika ada peningkatan 1 unit koefisien regresi ($b_1 \dots b_5$) maka niat dalam menggunakan e-money akan meningkat sebesar X_1 ke nilai X_5 , dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji t

Dalam penelitian ini diketahui bahwa t table ($\alpha = 0,05$; df residual =139), sehingga dapat diketahui bahwa t tabel dalam penelitian ini sebesar 1,977. Berdasarkan hasil tabel berikut ini akan menunjukkan hasil-t.

Tabel 4. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.042	1.920		2.626	.010
	KOMPATIBILITAS	.550	.089	.557	6.182	.000
	KOMPLEKSITAS	.114	.100	.100	1.134	.259
	PERSEPSI KEGUNAAN	.007	.064	.007	.116	.908
	PENGARUH SOSIAL	.159	.082	.161	1.947	.054
	KEPERCAYAAN	-.125	.073	-.108	-1.711	.089

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN

Sumber: Data Diolah Spss Versi 26

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil dari uji-t adalah antara X_1 (Kompatibilitas) dengan Y (Minat penggunaan), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ yaitu $6,182 \geq 1,977$ atau $\text{sig.}t = 0,000 \leq \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain, peningkatan kompatibilitas diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X_2 (Kompleksitas) dengan Y (Minat penggunaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ yaitu $1,134 \leq 1,977$ atau $\text{sig.}t = 0,259 \geq \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain,

peningkatan kompleksitas diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X3 (Persepsi Kegunaan) dengan Y (Minat penggunaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ yaitu $0,116 \leq 1,977$ atau $\text{sig.t} = 0,908 \geq \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain, peningkatan persepsi kegunaan diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X4 (Pengaruh sosial) dengan Y (Minat penggunaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ yaitu $1,947 \leq 1,977$ atau $\text{sig.t} = 0,054 \geq \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain, peningkatan pengaruh sosial diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji-t antara X5 (Kepercayaan) dengan Y (Minat penggunaan) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap alpha 5%, karena $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ yaitu $-1,711 \leq 1,977$ atau $\text{sig.t} = 0,089 \leq \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain, peningkatan kepercayaan diikuti oleh peningkatan yang signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan uang elektronik.

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Berdasarkan uji kualitas data yang dilakukan oleh peneliti yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji korelasi dan uji regresi berganda, 4 pernyataan masing-masing variabel X yaitu kompatibilitas, kompleksitas, persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan kepercayaan masing-masing valid. Serta, 4 pernyataan variabel Y yaitu minat penggunaan juga valid. Data yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 26 dan Microsoft excel diperoleh hasil yaitu asil parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa Kompatibilitas (X1), Kompleksitas (X2), persepsi Kegunaan dan pengaruh sosia (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Uang Elektroni secara signifikan dan kepercayaan (X5) berpengaruh negative terhadap minat penggunaan (Y1) dalam menggunakan uang elektronik tidak signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan variable apa saja yang berpengaruh pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menggunakan uang elektronik. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah variabel Kompatibilitas, Kompleksitas, Perceived of Usefulness, Social Influence, dan Trust sedangkan yang tergantung adalah minat penggunaan uang elektronik. Dari analisis regresi linier berganda, hasil parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa Kompatibilitas (X1), Kompleksitas (X2), persepsi Kegunaan dan pengaruh sosia (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Uang Elektroni secara signifikan dan kepercayaan (X5) berpengaruh negative terhadap minat penggunaan (Y1) dalam menggunakan uang elektronik tidak signifikan. Rekomendasi yang dapat diberikan oleh penelitian ini bahwa variabel independen penelitian ini sangat penting untuk mempengaruhi pertumbuhan minat perilaku penggunaan uang elektronik. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain

tanpa variabel yang diambil dalam penelitian ini. Misalnya, meningkatkan dampak fungsi layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh penggunaan uang elektronik (e-money) berbasis server sebagai alat transaksi terhadap penciptaan gerakan less cash society pada generasi milenial di surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 196-206.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3).
- Candraditya, H., & Idris, I. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 97-107.
- Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jurnal Keuangan Dan Auditing*, 2(2), 1-20.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 209-224.
- Muchran, M., Khairudin, N. S., Arizah, A., Rayyani, W. O., Soraya, Z., & Irwan, A. (2024). Integration of the UTAUT 2 Model and Awareness of Cybercrime as the Moderating Variable of Cashless Adoption in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(3), 304-321.
- Muchran, M., Muchran, M., Arsal, M., Badollahi, I., Muchran, M., & Insirat, M. N. (2024). A Test of the Planned Behavior Theory: The Impact on Behavior in the Implementation of Central Bank Digital Currency in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(3), 451-463.
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128-138.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Keunis*, 9(2), 173-183.

- Rosari, L. N., & Nur, M. (2022). Analisis Pengetahuan E-Money Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari. *SIGMA: Journal of Economic and Business*, 5(2), 85-95.
- Silvia, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Dan Kepercayaan Elektronik Terhadap Loyalitas Elektronik Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pengguna E-commerce Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Prodi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105-116.