

THE STUDY OF ACCEPTING ELECTRONIC MONEY TECHNOLOGY IN LUBUKLINGGAU SOCIETY

Nopalia¹, Dedy Syamsuar²

^{1,2}Prodi Magister Teknik Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang

^{1,2}Jl. Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kec. Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: novalia1997@gmail.com¹, dedy_syamsuar@binadarma.ac.id²

Abstract

Article history:

Received: 5 Maret 2020

Revised: 19 May 2020

Accepted: 16 June 2020

Keywords:

E-money;

UTAUT;

e-money usage factors;

Computer based technology continually grow affecting people way of life. One of them is how people conduct daily transaction. Traditionally, people pay using cash money for their transaction, but recent way, people use cashless to do so using e-money. The aims of this study is to analyse people's intention and behaviour in utilizing e-money for their payment method. The research deploys the UTAUT model as the basis of the theory. Therefore, the variables used in this study are performance expectancy (PE), Effort expectancy (EE), Social influence (SI), Facilitating condition (FC), Hedonic motivation (HM), Price value (PV), Habit (H), Behavioral Intention (BI) and use behaviour (UB). There are 200 valid responses and then it analyzed by using SEM-PLS. The results of this study indicate that hedonic motivation (2.193), habit (2.069), facilitating condition (2.841), are significantly influence behaviour intention to use e-money but effort expectancy (0.656), Performance expectancy (0.773), and social influence (0.504) not significantly influence behaviour intention. And then Habit (2.501), Facilitating condition (2.501) are significantly influence use behaviour, but behavioral intention (1.011), not significant influence use behaviour to use e-money.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang teknologi berjalan dengan sangat pesat tidak hanya di kota besar tetapi juga ke level kota kabupaten, Lubuk linggau salah satunya yang merupakan kota kedua terbesar di Propinsi Sumatera Selatan [1]. Kota ini terletak pada posisi geografis yang sangat strategis dan menjadi jalur penghubung antara pulau Jawa dengan kota-kota yang ada di pulau Sumatera. Selain itu, pembangunan pada Kota Lubuklinggau telah berjalan dengan sangat pesat dan tidak lepas dari pengaruh perkembangan teknologi yang ada, salah satunya penggunaan e-money.

E-money atau uang elektronik merupakan metode pembayaran *non-cash* yang memanfaatkan teknologi informasi [2]. Bank for International Settlement (BIS) mendefinisikan uang elektronik (*e-money*) sebagai produk yang memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Di Indonesia, e-money mulai diperkenalkan pada tahun 2007 dan penggunaan semakin meningkat. Tercatat sebanyak hampir Rp. 3 triliun nilai transaksi pada tahun 2019, jauh meningkat dari hanya 100 Milyar rupiah ditahun 2012. Disisi frekuensi transaksi terdapat 145 milyar [3] meningkat 300% dari tahun sebelumnya.

Penggunaan teknologi saat ini sudah tidak bisa dihindarkan. Investasi teknologi diharapkan mampu

mendorong bisnis agar semakin efektif dan efisien. [4]

Phenomena penggunaan *e-money* telah menjadi perhatian dikalangan peneliti. Studi penerimaan e-money sebagai alat pembayaran transaksi sudah menjadi perhatian dikalangan peneliti. Adapun Penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dijadikan sebagai dasar referensi dalam melakukan penelitian ini diantaranya adalah [5]. Dari 80 sampel yang dilakukan penelitian didapatkan kesimpulan bahwa ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Namun pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga memberi pengaruh terhadap penggunaan *e-money*. [6] Identifikasi faktor-faktor pada penerimaan *e-money* pada masyarakat di Yogyakarta menggunakan *technology acceptance model* di dapat kesimpulan bahwa faktor eksternal yang berpengaruh adalah kondisi fasilitas. [7] Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money* di Indonesia dengan menggunakan metode Utaut. Responden didapatkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan *e-money* adalah *performance expectancy*, *Effort expectancy*, dan *social influence*. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, maka dari itu pada penelitian ini akan diteliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam penggunaan teknologi *e-money*.

Dalam mengikuti perubahan yang terjadi, gaya hidup masyarakat pun mengalami perubahan dimana semakin berkembang nya teknologi yang di gunakan oleh masyarakat, maka semakin meningkat pula kebutuhan masyarakat. Masyarakat membutuhkan suatu produk teknologi yang mendukung keringkasn dalam menjalankan aktifitas, khususnya dalam kegiatan pembayaran transaksi. Secara tradisional, pembayaran traksaksi dilakukan dengan menggunakan uang cash. Tetapi dengan perkembangan teknologi, masyarakat telah memiliki alternative pembayaran non-tunai atau cashless. Salah satu pembayaran cashless ini dengan menggunakan uang elektronik atau e-money.

Dalam publikasi yang di keluarkan *Bank for International Settlement (BIS)* pada bulan Oktober 1996 menjelaskan bahwa dengan penggunaan e-money transaksi pembayaran dapat menjadi lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai.

Permasalahan yang sering terjadi adalah masih cukup banyak masyarakat yang belum begitu mengerti dalam penggunaan teknologi e-money tersebut. Sehingga pentingnya dilakukan penelitian guna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi e-money tersebut pada masyarakat dilubuklinggau.

Seiring perkembangan zaman teknologi penyimpanan data dan informasi semakin berkembang, begitu pula halnya seseorang dalam mengumpulkan dan mengolah data. Data yang diolah berukuran besar yang terkumpul, data besar atau bigdata merupakan aset yang berharga yang dapat dimanfaatkan untuk analisis yang hasilnya dapat berupa pengetahuan atau informasi yang berharga untuk masa mendatang atau untuk masa sekarang sebagai perbandingan masa sebelumnya. Tidak hanya didalam dunia bisnis, namun didalam instansi seperti perguruan tinggi lainnya juga mengalami penumpukan data.

Dengan melakukan penelitian analisa motivasi masyarakat terhadap penggunaan e-money sebagai media dalam bertransaksi secara elektronik diharapkan dapat digunakan sebagai informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya e-money. Dapat memberikan kontribusi terhadap program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia dan membantu mensosialisasikan penggunaan e-money terkait dengan aspek-aspek dalam peningkatan masyarakat terhadap e-money

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teknologi

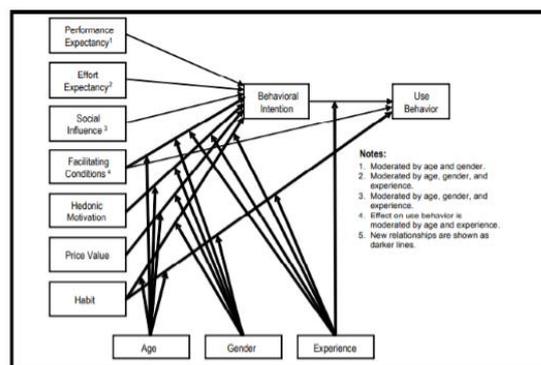
Teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, mmeproses, dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain. Definisi Rogers tersebut m/enunjukkan bahwa teknologi informasi mempunyai beberapa karakteristik. Pertama, teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat

keras atau alat. Kedua, teknologi komunikasi muncul dalam satu struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu. Ketiga, teknologi komunikasi membawa nilai-nilai ternetu dari struktur diatas. Keempat teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras dibidang komunikasi.

2.2 Teori UTAUT

Faktor yang menentukan penerimaan atau pengadopsian teknologi telah menjadi topik yang menarik dalam sistem informasi. Oleh karena nya banyak model atau teori diperkenalkan dalam mejelaskan, mengevaluasi ataupun memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi itu sendiri. Diantara terori-teori tersebut adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Innovation Diffsuion Theory (IDT)*, *Technology Organization Environment (TOE) framework* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*[8]

Model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh [9] terdiri atas teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna. UTAUT disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan suatu sistem informasi, yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi



Gambar 1. Metode UTAUT

2.3 Masyarakat

Masyarakat merupakan kelompok-kelompok makhluk hidup dengan realitas-realtias baru yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dengan berkembang menurut perkembangannya tersendiri. Menurut [10], ciri-ciri dari masyarakat yaitu :

1. Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama
2. Bercampur untuk waktu yang cukup lama

3. Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan
4. Mereka merupakan suatu system hidup bersama

2.4 Elektronik money (E-Money)

Bank for International Settlements (1996) dalam kajian operasional *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2006) mendefinisikan *e-money* sebagai “*Stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a customer is stored on an electronic device in the customers possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang). [2], uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer.

2.5 Faktor penerimaan dan penggunaan teknologi

Faktor penerimaan dan penggunaan teknologi telah banyak diteliti, diidentifikasi dan di diskusikan oleh peneliti-peneliti terdahulu [9]. Pada bagian ini akan dijelaskan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam penerimaan teknologi yang terdiri dari beberapa variabel yang akan dicantumkan pada kuesioner penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Variabel ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) yang menjadi tolak ukur pada variabel ini adalah apakah teknologi dapat memberi kenyamanan, manfaat, keefektifan waktu dalam menggunakan suatu teknologi. Indikator dari penelitian ini meliputi (*Covenience expectancy, Outcome expectancy, Time expectancy, Productivity expectancy, Extrinsic Motivation, Job-Fit*)
2. Variabel ekspektasi usaha (*Effort expectancy*) yang menjadi tolak ukur pada variabel ini adalah apakah suatu teknologi dapat dimengerti, mudah dipelajari, mudah menjadi terampil dan usaha yang dilakukan dalam menggunakan teknologi tidak begitu sulit. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya (*Baseline Ease Of Use, Ease of learning, Interaction Clear and Understandable, Become skillful, Complexity*)
3. Variabel Pengaruh Sosial (*Social Influence*), pada variabel ini yang menjadi tolak ukur adalah apakah pengaruh sosial seperti teman kerja, orang-orang terdekat dan orang-orang yang ada dilingkungan sekitar memberikan pengaruh kepada seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Indikator yang digunakan dalam variabel ini meliputi (*Who are important to me, Who influence my behavior, Social Factor, People whose opinions that I value, Image*)
4. Variabel kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Condition*), pada variabel ini akan diketahui seberapa besar ketersediaan fasilitas baik dari tersedianya Sdm, keamanan, dan fasilitas yang dapat meminimalisir kesalahan dalam bertransaksi yang memberi pengaruh terhadap penerimaan teknologi (*Support, Security and Confidentiality, Technology Problems, Prompts, Practitioner Staff, Compatibility*)
5. Variabel motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*), pada variabel ini yang menjadi tolak ukur adalah apakah teknologi tersebut dapat memberi rasa senang, menghibur serta membuat tertarik untuk menggunakan teknologi yang tersedia (*Usage Enjoyment, Novelty Enjoyment, Entertaining, Fun, Interest*)
6. Variabel nilai harga (*Price Value*), pada variabel ini yang menjadi tolak ukur adalah apakah biaya yang digunakan terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan dari teknologi. (*Thrifty, Advice, Good Value, Quality, Price*)
7. Variabel kebiasaan (*Habit*), pada variabel ini yang menjadi tolak ukurnya adalah apakah kerutinan yang terus dilakukan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat terus memberi ketagihan untuk terus menggunakan teknologi tersebut. (*Become Habit, Addicted to using, Complusion, Become natural, Behavior to be automatic*)
8. *Behavioral Intention*, pada variabel ini akan dicari apakah kebiasaan yang terus dilakukan dapat mendorong seseorang untuk terus menggunakan teknologi secara kontinu. Indikator yang digunakan adalah (*Intend to continue, Always try to use, I plan to continue, Repurchase Intentions, Positive word-of mouth communication, Service Quality*)
9. *Use Behaviour*, pada variabel ini kriteria yang menjadi tolak ukurnya adalah apakah konsisten seseorang yang sudah berulang kali menggunakan teknologi akan terus memberi motivasi untuk selalu menggunakan teknologi tersebut. (*Often Use, I frequently Use, I frequently Use to found Information about problem, Usage time, Usage frequency, Use variety*,

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dan suatu fenomena, dan melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antarvariabel dalam permasalahan yang diterapkan. Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan antarvariabel [11]. Dalam penelitian ini dalam membuat hipotesis sebagai jawaban dari permasalahan diperlukan tiga hal yakni, pendefinisian, pengukuran serta pengujian.

Kerangka penelitian merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset. Kerangka penelitian akan memberikan manfaat, yaitu terjadi persepsi yang sama antara periset dan pembaca terhadap alur-alur pikiran periset, dalam rangka membentuk hipotesis-hipotesis risetnya secara logis. [12]

3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel penelitian [13]. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yang maksudnya tidak memberi peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel [13]. Teknik yang digunakan dalam *non probability* adalah *purposive sampling*, yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana hanya memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui dan memiliki kompetensi dengan topic penelitian [13]. *Purpose sampling* tidak dipilih secara acak dalam lingkup responden. Pada penelitian ini masyarakat kota Lubuklinggau menjadi populasi, karena mereka menggunakan teknologi tersebut secara langsung. Sedangkan sampel di ambil dengan pertimbangan masyarakat yang telah menggunakan *e-money*.

3.3 Skala Likert

Skala ini mengembangkan sebuah skala untuk mengukur sikap masyarakat, skala ini khusus dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok atau sekelompok orang terhadap suatu objek sikap atau perlakuan. Skala ini bersifat psikometrik yang dituangkan dalam bentuk respon tertulis (angket) dan digunakan dalam metode survey.

Tabel 1. Keterangan Skala Likert

Jawaban	Skor
SS (Sangat Setuju)	Diberi skor 5
ST (Setuju)	Diberi skor 4
N (Netral)	Diberi skor 3
TS (Tidak Setuju)	Diberi skor 2
STS (Sangat Tidak Setuju)	Diberi skor 1

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yakni dengan cara menyebar kuesioner dengan menyusun dan mengajukan pernyataan-pernyataan kepada masyarakat pengguna *e-money* secara tertulis sehingga memudahkan peneliti dalam pengolahan data. Kuesioner dipilih sebagai instrument penelitian karena subyek adalah orang yang mengetahui dirinya sendiri, apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya, dan

interpretasi subyek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada subyek adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama (key instrumen) dalam pengumpulan data dan menginterpretasi data dengan dibimbing oleh pedoman wawancara dan pedoman observasi. Hal mana senada dengan [14] yang mengemukakan bahwa Dalam peneliti kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan karena jika memanfaatkan alat bantu bukan manusia dan mempersiapkan dirinya terlebih dahulu sebagai yang lazim digunakan dalam penelitian klasik, maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk analisis digunakan *Structure Equation Model (SEM)*. SEM merupakan analisis multivariate yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel secara kompleks. Analisis data dengan menggunakan SEM berfungsi untuk mejelsakan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. SEM digunakan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model [15]. Ada beberapa alasan yang mendasari penggunaan SEM diataranya adalah[16]: pertama, model yang dianalisis relative rumit sehingga akan sulit untuk diselesaikan dengan metode analisis jalur pada regresi linear. Kedua, SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multiple relationship*. Ketiga, kesalahan pada masing-masing observasi tidak diabaikan tetapi dianalisis, sehingga SEM cukup akurat untuk menganalisis data kuesioner yang melibatkan persepsi. Keempat, peneliti dapat dengan mudah mmodifikasi model untuk memperbaiki model yang telah disusun agar lebih layak secara statistic. Kelima, SEM mampu menganalisis hubungan timbal balik secara serempak.

Beberapa program computer dapat digunakan untuk analisis *Structural Equation Model* antara lain AMOS, EQS, LISREL with PRELIS, LISCOMP, Mx, SAS PROC CALIS. Pada penelitian ini aplikasi yang digunakan untuk olah data nya adalah menggunakan Smart Pls2 M3.

IV. HASIL DAN PEMABAHASAN

4.1 Distribusi Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diambil dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, dengan cara mendistribusikanya secara langsung. Jumlah kuesioner yang terkumpul berjumlah 200 eksemplar. Responden ini sendiri adalah masyarakat di kota Lubuklinggau yang menggunakan teknologi *e-money*. Tingkat

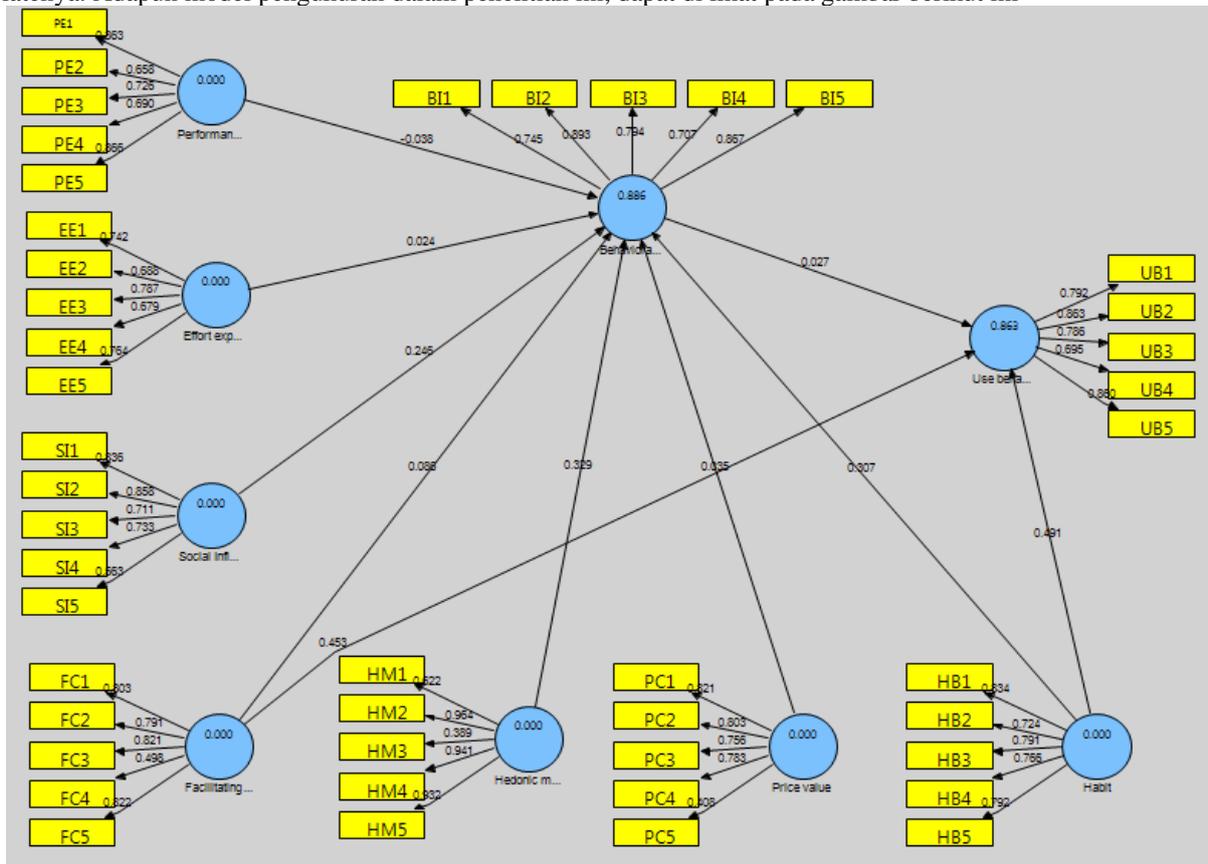
pengembalian kuesioner dalam penelitian ini 100 % semua kuesioner yang telah diisi kembali kepeneliti untuk dilanjutkan ke tahapan penelitian selanjutnya.

4.2 Data Screening (Penyaringan Data)

Data Screening digunakan untuk menyaring data dari data yang dikelola yang bertujuan memeriksa proses pengelolaan data, mengkoreksi kesalahan dalam pengumpulan data dan menghindari data yang tidak valid dalam menganalisis data.

4.3 Pembuatan Model Pengukuran

Pembuatan model ini dilakukan dengan cara menghubungkan indikator pada sesuai dengan setiap variabel latennya. Adapun model pengukuran dalam penelitian ini, dapat di lihat pada gambar berikut ini



Gambar 2. Model Pengukuran

4.4 Analisa Model Pengukuran (Measurement Model Analysis)

Model pengukuran memberikan pengukuran empiris dari hubungan tersebut antara indikator dan konstruk (Hair et al., 2014). Dua hal penting dimensi model pengukuran perlu dinilai yaitu validitas dan reliabilitas. [17] menjelaskan bahwa validitas terkait dengan pengukuran antar konstruk dan keandalan terkait dengan pengukuran dalam suatu konstruk. Keduanya harus dievaluasi untuk memastikan bahwa model pengukuran dapat diandalkan.

Penilaian validitas model pengukuran melibatkan (1) *Internal consistency* (2) *Indicator reliability* dan (3) *Construct Validity*. [17] menyarankan validitas konvergen dan validitas diskriminan untuk menilai validitas konstruk. Untuk mendukung tujuan analisis diatas, penelitian ini menggunakan SmartPLS dan menggabungkan ini dengan SPSS dan Excel bila perlu.

4.4.1 Reliabilitas Indikator (Indicator reliability)

Reliabilitas indikator bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak. Caranya dengan mengevaluasi hasil outer loading tiap indikator. Nilai loading di atas 0,7 menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya [18]. Menurut [19] apabila terdapat indikator yang tidak memenuhi syarat, maka indikator tersebut sebaiknya tidak digunakan dalam penelitian. Menurut [20] apabila terdapat indikator outer loading di bawah 0,4 untuk dihilangkan. Pada saat menghilangkan nilai antara 0,4 dan 0,7 harus hati-hati dan diperiksa kembali karena efek penghapusan item akan mempengaruhi composite reliability dan membangun validitas. Menurut [17, 21] merekomendasikan nilai 0,70 atau lebih tinggi dapat diterima untuk mencapai tingkat kepuasan. Namun, nilainya lebih tinggi dari 0,95

dipertanyakan karena menunjukkan multikolinieritas dan kemungkinan bahwa responden belum menjawab secara objektif [22] , seperti yang dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Reliabilitas Indikator

Variabel Laten	Indikator	Outer Loading	Keterangan
<i>Performance expectancy</i>	PE1	0,864	Reliabel
	PE2	0,657	Tidak Reliabel
	PE3	0,726	Reliabel
	PE4	0,689	Tidak Reliabel
	PE5	0,867	Reliabel
<i>Effort expectancy</i>	EE1	0,742	Reliabel
	EE2	0,688	Tidak reliabel
	EE3	0,786	Reliabel
	EE4	0,681	Tidak Reliabel
	EE5	0,763	Reliabel
<i>Social Influence</i>	SI1	0,837	Reliabel
	SI2	0,858	Reliabel
	SI3	0,710	Reliabel
	SI4	0,732	Reliabel
	SI5	0,563	Tidak Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0,806	Reliabel
	FC2	0,782	Reliabel
	FC3	0,809	Reliabel
	FC4	0,530	Tidak Reliabel
	FC5	0,813	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,620	Tidak Reliabel
	HM2	0,904	Reliabel
	HM3	0,389	Tidak Reliabel
	HM4	0,800	Reliabel
	HM5	0,776	Reliabel
<i>Price Value</i>	PC1	0,820	Reliabel
	PC2	0,803	Reliabel
	PC3	0,757	Reliabel
	PC4	0,782	Reliabel
	PC5	0,408	Tidak Reliabel
<i>Habit</i>	HB1	0,862	Reliabel
	HB2	0,694	Tidak Reliabel
	HB3	0,762	Reliabel
	HB4	0,800	Reliabel
	HB5	0,776	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0,740	Reliabel
	BI2	0,896	Reliabel
	BI3	0,798	Reliabel
	BI4	0,701	Reliabel

	BI5	0,869	Reliabel
<i>Use Behaviour</i>	UB1	0,774	Reliabel
	UB2	0,838	Reliabel
	UB3	0,783	Reliabel
	UB4	0,745	Reliabel
	UB5	0,843	Reliabel

4.4.2 Realibilitas Konsistensi Internal (*Internal Consistency*)

Pengujian terhadap reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. [23]

Untuk pengukuran realibilitas konsistensi internal menggunakan SEM PLS disarankan menggunakan nilai *composite reliability*. Nilai *composite reliability* yang disarankan adalah ≥ 0.7 [24]. *Composite Reliability* lebih baik dalam mengukur *internal consistency* dibandingkan *Cronbach's Alpha* dalam SEM karena *Cronbach's Alpha* tidak mengasumsikan kesamaan bobot dari setiap indikator. *Cronbach's Alpha* cenderung menaksir lebih rendah *construct reliability* dibandingkan *Composite Reliability*. Untuk melihat nilai apakah variabel penelitian reliabel, maka dapat dilihat dari nilai *composite reliability* dibawah ini

Tabel 3. Realibilitas Konsistensi Internal

Variabel Laten	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Performance expectancy</i>	0,889	Reliabel
<i>Effort Expectacy</i>	0,879	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,873	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,895	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	0,930	Reliabel
<i>Price Value</i>	0,845	Reliabel
<i>Habit</i>	0,885	Reliabel
<i>Behaviour Intention</i>	0,900	Reliabel
<i>Use Behaviour</i>	0,897	Reliabel

4.4.3 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen digunakan untuk memeriksa apakah indikator atau variabel laten memenuhi validitas konvergen dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu variabel dikatakan memenuhi validitas konvergen, nilai AVE harus >0.5 [15]

Tabel 4. Validitas Konvergen

Variabel Laten	AVE	Keterangan
<i>Performance expectancy</i>	0,731	Valid
<i>Effort Expectacy</i>	0,708	Valid
<i>Social Influence</i>	0,634	Valid
<i>Facilitating Condition</i>	0,681	Valid
<i>Hedonic Motiva/tion</i>	0,774	Valid
<i>Price Value</i>	0,533	Valid
<i>Habit</i>	0,609	Valid
<i>Behaviour Intention</i>	0,647	Valid
<i>Use Behaviour</i>	0,636	Valid

Sumber: Data Primer setelah diolah

4.5 Analisis Model Struktural (*Structural Model Analysis*)

4.5.1 Collinearity Assessment

Collinearity ada ketika dua atau lebih indikator sangat berkorelasi [25]. *Collinearity* dapat menyebabkan masalah logis dan statistik karena dapat mempengaruhi hasil penelitian. Ketika *collinearity* terjadi, indikator yang sesuai harus dihapus. [20] menyarankan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi untuk pemeriksaan *collinearity*. Toleransi mengacu pada persentase varians dalam variabel independen yang tidak diperhitungkan dalam independen lainnya variabel. VIF menunjukkan sejauh mana kesalahan standar meningkat karena tingkat kolinearitas. Nilai VIF 5-10 menunjukkan terjadinya multikolinearitas pada indikator tersebut sedangkan untuk nilai VIF antara < 5 sampai >0.2 tidak terjadi kolineritas [20]. Berikut keterangan VIF berdasarkan *Outer* dan *Inner Model*.

4.5.2 Outer Model

Outer model yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator atau variabel manifest-nya (disebut *measurement model*).

Outer model sering disebut *outer relation* yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel laten yang dibentuknya. Dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5. VIF (Outer Model)

Variabel Laten	Indikator	VIF
<i>Performance expectancy</i>	PE1	1,416
	PE3	0,990
	PE5	1,429
<i>Effort expectancy</i>	EE1	1,143
	EE3	1,274

<i>Social Influence</i>	EE5	1,200
	SI1	1,255
	SI2	1,330
	SI3	0,986
<i>Facilitating Condition</i>	SI4	1,051
	FC1	1,201
	FC2	1,219
	FC3	1,163
<i>Hedonic Motivation</i>	FC5	1,223
	HM2	1,484
	HM4	1,482
<i>Price Value</i>	HM5	1,519
	PC1	1,218
	PC2	1,111
	PC3	1,163
<i>Habit</i>	PC4	1,100
	HB1	1,337
	HB3	1,057
	HB4	1,302
<i>Behavioral Intention</i>	HB5	1,162
	BI1	1,137
	BI2	1,338
	B13	1,202
	B14	1,039
<i>Use Behaviour</i>	BI5	1,339
	UB1	1,127
	UB2	1,225
	UB3	1,151
	UB4	1,146
	UB5	1,221

Sumber: Data Primer setelah diolah

4.5.3 Inner Model

Digunakan untuk melihat spesifikasi hubungan antar variabel laten berdasarkan substantive theory. Seperti tabel dibawah ini yang menunjukkan VIF untuk *Inner model* yang ada pada penelitian ini.

Tabel 6. Inner Model

Variabel	VIF
<i>Behavior Intention – Use Behavior</i>	0,978
<i>Behavior Intention – Effort Expectacy</i>	0,546
<i>Behavior Intention – Facilitating Condition</i>	3,537
<i>Behavior Intention – Habit</i>	1.337
<i>Behavior Intention – Hedonic Motivation</i>	2.167
<i>Behavior Intention – Performance Expectacy</i>	1.037
<i>Behavior Intention – Social Influence</i>	0.489
<i>Use Behavior – Facilitating Condition</i>	2.387
<i>Use Behavior – Habit</i>	2.167

Sumber: Data Primer setelah diolah

Dari Tabel diatas dapat dilihat sebelum di hapus dari beberapa indikator yang teradi kolinearitas ada satu varibel yang menunjukkan nilai di atas 5 . namun telah diatasi dengan membuang indikator yang tumpang tidih yang menyebabkan terjadinya kolinearitas. Sehingga di dapatkan hasil pada tabel diatas sehingga menjadi setiap hubungan antara variabel yang ada didalam penelitian ini tidak terjadi kolinearitas karena semua nilai VIF yang ada menunjukan nilai dibawah 5

4.5.4 Path Coefficient

Nilai *Path Coefficient* pada hasil analisis dapat dilihat pada tabel dan grafik dibawah. Apabila nilai *Path Coefficient* dibawah 0,1 maka hubungan antar konstruk tidak signifikan. Pada gambar dibawah memperlihatkan bahwa *Behavior Intention* dan *Use Behavior* memiliki dampak paling kuat dari hubungan variabel lainnya. *Path Coefficient* memiliki fungsi satu jalur dengan pengujian t karena sama-sama melihat signifikan atau tidaknya hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian, dan juga sebagai sarana untuk melihat pembuktian hipotesis penelitian. Berikut tabel yang berisi *Path Coefficient* yang ada dalam penelitian ini.

Tabel 7. Tabel *Path Coefficient*

Variabel Laten	<i>Path Coefficient</i>
<i>Behavior Intention – Use Behavior</i>	0.148
<i>Behavior Intention – Effort Expectacy</i>	-0.060
<i>Behavior Intention – Facilitating Condition</i>	0.224
<i>Behavior Intention – Habit</i>	0.341
<i>Behavior Intention – Hedonic Motivation</i>	0.316
<i>Behavior Intention – Performance Expectacy</i>	0.113

Sumber: Data Primer setelah diolah

Dari analisis tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention – Use Behavior* secara statistik adalah signifikan.
2. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Effort Expectacy* secara statistik adalah tidak signifikan.
3. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Facilitating Condition* secara statistik adalah signifikan.
1. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Habit* secara statistik adalah signifikan.
2. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Hedonic Motivation* secara statistik adalah signifikan.
3. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Performance Expectacy* secara statistik adalah signifikan.

4. Hubungan Hipotesis antara *Behavior Intention* dan *Social Influence* secara statistik adalah signifikan.
5. Hubungan Hipotesis antara *Use Behavior* dan *Facilitating Condition* secara statistik adalah signifikan.
6. Hubungan Hipotesis antara *Use Behavior* dan *Habit* secara statistik adalah signifikan.

4.5.5 Uji T

Pengujian ini digunakan untuk uji hipotesis dengan menilai signifikan atau tidaknya hubungan antara variabel laten satu dengan variabel lainnya. Menurut [26] adapun nilai minimal T-Statistic yang digunakan yakni,

1. Tingkat signifikasi 10%, nilai T-Statistic minimal sebesar 1.65
2. Tingkat signifikasi 5%, nilai T-Statistic minimal sebesar 1.96
3. Tingkat signifikasi 1%, nilai T-Statistic minimal sebesar 2.58

Pada penlitian ini pengujian T menggunakan tingkat signifikasi 5% dengan nilai T-Statistic minimal sebesar **1.96** hasil pengujian dapat dilihat pada tabel yang ada dibawah ini.

Tabel 8. Pengujian hipotesis dengan uji T

	Original Sampel (O)	T-Statistic (O//STER R)	Keterangan
BI → UB	0.148	1.011	Ditolak
EE → BI	-0.060	0.655	Ditolak
FC → BI	0.224	2.841	Diterima
FC → UB	0.510	5.536	Diterima
HB → BI	0.341	2.069	Diterima
HB → UB	0,334	2.501	Diterima
HM → BI	0.316	2.193	Ditolak
PE → BI	0.113	0.772	Ditolak
SI → BI	0.100	0.504	Ditolak
PC → UB	-0.004	0.404	Ditolak

Sumber: Data Primer setelah diolah

Dari hasil pada tabel diatas maka di dapatlah analisa sebagai berikut :

1. *Behavioral intention* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behaviour*, arti nya niat penggunaan tidak begitu berpengaruh terhadap perilaku pengguna.
2. *Effort expectancy* juga tidak berpengaruh pada *behavioral intention* , dari analis ini kemungkinan kurangnya kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

3. *Facilitating condition* memberi pengaruh pada *behavioral intention*, artinya ketersediaan infrastruktur teknik atau fasilitas lain yang mendukung teknologi tersebut mendukung niat penggunaan (*behavioral intention*).
4. *Habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, Penggunaan teknologi ini dipersepsikan dipengaruhi oleh kebiasaan pengguna, yang artinya kebiasaan menggunakan teknologi di dalam kehidupan sehari-hari mempengaruhi pengguna menggunakan teknologi *e-money*
5. *Habit* berpengaruh terhadap *use behaviour* artinya kebiasaan yang sering dilakukan seseorang dalam menggunakan teknologi *e-money* ini juga dapat berpengaruh terhadap perilaku seseorang.
6. *Hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* artinya penggunaan *e-money* menurut pengguna dapat menimbulkan motivasi hedonis. Seperti adanya kesenangan atau kebahagiaan tersendiri saat menggunakan teknologi ini.
7. *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* artinya teknologi *e-money* dipersepsikan oleh pengguna tidak begitu memberikan manfaat seperti yang diharapkan.
8. *Social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* artinya penggunaan teknologi tidak begitu dipengaruhi oleh orang-orang yang ada di lingkungan pengguna.
9. *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* artinya teknologi ini dipersepsikan dapat mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dibandingkan dengan penggunaan teknologi lainnya.

4.5.6 Coeficient of Determination (R²)

Perhitungan R² dilakukan dengan pilihan PLS *Algorithm* pada aplikasi SmartPLS 2 M3 *Coeficient of determination* digunakan untuk melihat kekuatan prediksi dari model structural yang ada di dalam penelitian, dapat dilihat dari nilai R² dari setiap variabel endogen atau y. Sebagai contohnya jika untuk nilai R² dari suatu variabel endogen sebesar 0.7 artinya variansi perubahan endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen atau x adalah 70 % dan 30 % sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian yang digunakan. Menurut [24] nilai R² sebesar 0.75 menunjukkan model kuat, nilai R² sebesar 0.5 menunjukkan model moderat sedangkan 0.25 menunjukkan model lemah. Berikut hasil pengukuran R² pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Tabel Nilai R² Variabel Penelitian

Variabel Laten	Nilai R ²	Keterangan
BI	0.807	High
UB	0.689	Moderate

Dari hasil R² diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut besarnya nilai behavior intention dijelaskan oleh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* adalah 80,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti. Sedangkan *use behavior* oleh variabel *facilitating condition*, *habit* dan *behavior intention* sebesar 68,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Nilai R² kecil dapat diartikan bahwa variabel dependen yang sangat terbatas. Dan jika nilai R² mendekati nilai 1 diartikan variabel independen yang ada di penelitian sudah dapat menjelaskan variabel dependen. Pada penelitian sebelumnya dari semua hasil penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa rata-rata variabel atau konstruk yang ada di dalam metode UTAUT ini dapat menjelaskan tentang niat atau minat penggunaan (*behavior intention*) serta perilaku pengguna (*use behaviour*).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah, maka dapat disimpulkan bahwa *hedonic motivation*, *facilitating condition*, *Price* dan *habit* mempengaruhi *behavioral intention* pada masyarakat di kota Lubuklinggau. Sementara variabel *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terbukti tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Niat penggunaan (*behavioral intention*) dapat diterangkan dengan menggunakan variabel *performance expectancy*, *social influence* *effort expectancy* dan *facilitating conditions* *hedonic motivation*, *price* dan *habit*. Yang artinya bahwa *e-money* cukup diterima sebagai teknologi yang dapat membantu masyarakat dalam penggunaan teknologi *e-money*.

Variabel *behavioral intention* terbukti signifikan mempengaruhi *use behavior*. Sementara variabel *facilitating conditions* terbukti tidak signifikan terhadap *use behavior*. Variabilitas *use behavior* dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *behavioral intention*, *facilitating conditions* dan *habit*. Hasil penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa model UTAUT cukup untuk menjelaskan dengan baik penerimaan dan penggunaan *e-money* pada masyarakat di Kota Lubuklinggau

5.2 SARAN

Sebagai tindak lanjut atas kesimpulan penelitian diatas, maka penulis mengajukan saran untuk peneliti selanjutnya antara lain sebagai berikut :

1. Sebaiknya penelitian selanjutnya mencari variabel lain atau menambahkan variabel lain yang dianggap cocok dalam penerimaan model teknologi. Karena untuk mengembangkan dan mencari tahu minat seseorang untuk menggunakan *e-money*
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan tambahan metode selain kuesioner agar memperoleh hasil yang lebih objektif, misalnya melalui metode wawancara

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. I. Herdiansyah, B. Intan, D. Syamsuar, D. Diana, and L. Atika, "Pemodelan Jaringan Green Supply Chain Kawasan Industri Kerajinan Jumputan," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SEMNASITIK)*, 2018, pp. 284-289.
- [2] D. Marchelina and R. Pratiwi, "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (STUDI KASUS PADA PENGGUNA E-MONEY KOTA PALEMBANG)."
- [3] Bank-Indonesia. (2019, 15 Februari). *Statistik Sistem Pembayaran*. Available: <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/infrastrukturuangetelektronik.aspx>
- [4] S. Damayanti, E. S. Negara, and D. Diana, "EVALUASI TATA KELOLA TI PADA SEKRETARIAT DPRD PROVINSI SUMATERA SELATAN MENGGUNAKAN COBIT 5," *Jurnal Bina Komputer*, vol. 1, pp. 90-100, 2019.
- [5] N. Diana, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY DI INDONESIA," 2018.
- [6] M. G. SAFITRI and F. A. Zakky, "PENGARUH TRUST, PERCEIVED BENEFITS AND EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET (Studi Kasus Pengguna LinkAja Pada Masyarakat Solo Raya)," IAIN SURAKARTA, 2020.
- [7] R. R. W. Giri, D. Apriliani, and A. Sofia, "Behavioral Intention Analysis on E-Money Services in Indonesia: Using the modified UTAUT model," in *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 2019.
- [8] D. Syamsuar, "Mengapa Ipv6 Gagal?," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 10, 2018.
- [9] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS quarterly*, pp. 425-478, 2003.
- [10] S. Soekanto, "Sosiologi Suatu Pengantar (cetakan ke-44)," *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*, 2012.
- [11] F. N. Kerlinger and H. B. Lee, "Foundations of behavioral research 4th ed," *Holt, NY*, 2000.
- [12] T. D. P. Harkespan and W. Cholil, "Analisa Kinerja Wireless Radius Server Pada Perangkat Access Point 802.11 g (Studi Kasus di Universitas Bina Darma)," *Semantik*, vol. 3, 2013.
- [13] S. Haryati, "Research and Development (R&D) sebagai salah satu model penelitian dalam bidang pendidikan," *Majalah Ilmiah Dinamika*, vol. 37, p. 15, 2012.
- [14] L. J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan Kesepuluh," *Bandung: Remaja Rosda Karya*, 1999.
- [15] J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, "Multivariate data analysis. Englewood Cliff," *New Jersey, USA*, vol. 5, pp. 207-2019, 1998.
- [16] L. F. DiLalla, "Structural equation modeling: Uses and issues," in *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modeling*, ed: Elsevier, 2000, pp. 439-464.
- [17] D. Straub, M.-C. Boudreau, and D. Gefen, "Validation guidelines for IS positivist research," *Communications of the Association for Information systems*, vol. 13, p. 24, 2004.
- [18] K. K.-K. Wong, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS," *Marketing Bulletin*, vol. 24, pp. 1-32, 2013.
- [19] C. B. Jarvis, S. B. MacKenzie, and P. M. Podsakoff, "A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research," *Journal of consumer research*, vol. 30, pp. 199-218, 2003.
- [20] J. Hair, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research," *European Business Review*, vol. 26, pp. 106-121, 2014.

- [21] V. E. Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, and H. Wang, *Handbook of partial least squares*: Springer, 2010.
- [22] B. G. Tabachnick, L. S. Fidell, and J. B. Ullman, *Using multivariate statistics* vol. 5: Pearson Boston, MA, 2007.
- [23] Y. Sriyeni, D. Antoni, and M. Akbar, "Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Computer Based Test (CBT) sebagai Media Ujian Online dengan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT)," *Teknomatika*, vol. 8, 2018.
- [24] J. F. Hair, M. Sarstedt, C. M. Ringle, and J. A. Mena, "An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research," *Journal of the academy of marketing science*, vol. 40, pp. 414-433, 2012.
- [25] J. F. Hair, R. E. Anderson, B. J. Babin, and W. C. Black, "Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7)," ed: Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2010.
- [26] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed a silver bullet," *Journal of Marketing theory and Practice*, vol. 19, pp. 139-152, 2011.