

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada seluruh masyarakat Kota Semarang yang sudah menggunakan *e-money* dan yang belum menggunakannya. Pada bagian penelitian ini, peneliti memberikan gambaran umum responden yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, rekening bank, produk *e-money*, dan jenis transaksi yang dijabarkan pada tabel-tabel seperti dibawah ini:

**Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	%
Laki - Laki	72	34%
Perempuan	140	66%
Total	212	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan yaitu sebesar 140 responden dengan persentase 66%. Jadi kemungkinan hasil penelitian ini mencerminkan perilaku penggunaan *e-money* pada responden perempuan.

**Tabel 4.2. Usia Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	%
< 20 Tahun	22	10,4%
20 - 30 Tahun	157	74,1%
31 - 40 Tahun	16	7,5%
41 - 50 Tahun	9	4,2%
> 50 Tahun	8	3,8%
Total	212	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa responden dominan berumur 20-30 tahun mencapai 74.1%. Jadi kemungkinan hasil penelitian mencerminkan perilaku penggunaan *e-money* pada usia 20-30 tahun.

**Tabel 4.3. Pendidikan Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	%
SMA	112	52,8%
D3	12	5,6%
S1	85	40,0%
S2	3	1,4%
Total	212	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa responden mayoritas berpendidikan SMA yaitu sebesar 112 responden dengan persentase 52,8% dan S1 sebesar 85 responden atau 40%. Jadi hasil penelitian ini mencerminkan bahwa penggunaan *e-money* kemungkinan adalah responden berpendidikan SMA dan S1.

**Tabel 4.4. Pendapatan Per Bulan Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	%
< Rp 2.000.000	103	48,6%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	50	23,6%
Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	40	18,9%
> Rp 5.000.000	19	9%
Total	212	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.4 diketahui bahwa responden mayoritas yang berpendapatan <Rp 2.000.000,00 perbulan sebesar 103 orang dan mencapai 48,6%. Jadi kemungkinan hasil penelitian ini mencerminkan adanya perilaku penggunaan *e-money* pada responden yang berpendapatan <RP 2.000.000,00 perbulan.

**Tabel 4.5. Pekerjaan Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	%
Mahasiswa	92	43,4%
Pegawai Negeri	6	2,8%
Pegawai Swasta	84	39,6%
Pelajar	9	4,2%
Wirausaha	21	9,9%
Total	212	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.5 diketahui bahwa responden dominan bekerja sebagai mahasiswa yaitu berjumlah 92 orang dengan persentase 43,4%. Jadi hasil penelitian ini kemungkinan mencerminkan perilaku penggunaan *e-money* pada responden yang bekerja sebagai mahasiswa.

**Tabel 4.6. Rekening Bank yang dimiliki**

		RekeningBank	
		Frequency	Percent
Valid	Bank BCA	70	33,0
	Bank BCA, Bank BNI	2	,9
	Bank BCA, Bank BNI, Bank BRI	1	,5
	Bank BCA, Bank BPD Jateng	1	,5
	Bank BCA, Bank BRI	9	4,2
	Bank BCA, Bank BTPN	1	,5
	Bank BCA, Bank Danamon, Bank Mayapada	1	,5
	Bank BCA, Bank Mandiri	9	4,2
	Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI	1	,5
	Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI	1	,5
	Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI, CIMB Niaga, Bank BRI	1	,5
	Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI	1	,5
	Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank Panin	2	,9
	Bank BCA, Bank Mandiri, CIMB Niaga	2	,9
	Bank BCA, Bank Mandiri, Permata, Banten	1	,5
	Bank BCA, Bank Panin	1	,5
	Bank BCA, CIMB Niaga	6	2,8
	Bank BCA, CIMB Niaga, Bank Panin	1	,5
	Bank BCA, CIMB Niaga, UOB	1	,5
	Bank BCA, maybank	1	,5
	Bank BCA, Maybank	1	,5
	Bank BNI	10	4,7
	Bank BNI, Bank BPD Jateng	1	,5
	Bank BNI, CIMB Niaga, Bank BRI	1	,5
	Bank BRI	26	12,3
	Bank BTN	1	,5
	Bank Mandiri	20	9,4
	Bank Mandiri, Bank BNI	3	1,4
	Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI	2	,9
	Bank Mandiri, Bank Panin	2	,9
	Bank Mandiri, CIMB Niaga, Permata	1	,5
	Bank Mandiri, Maybank	2	,9
	Bank Maspion	2	,9
	Bank Panin	9	4,2
	CIMB Niaga	1	,5
	CIMB Niaga, Bank BRI	2	,9
	maybank	2	,9
	Maybank	6	2,8
	Maybank, BPD Jateng	1	,5
	tidak ada	6	2,8
	Total	212	100,0

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.6 diketahui bahwa responden pada penelitian ini mayoritas bekerja memiliki rekening bank di BCA yaitu ada 70 orang atau 33% dan BRI yaitu ada 26 orang atau 12.3%. Jadi kemungkinan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan *e-money* pada responden bekerja yang memiliki rekening bank di BCA dan BRI.

## 4.2. Hasil Penelitian

### 4.2.1. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Pada uji validitas, hasil dari pengujian tersebut harus dapat menunjukkan seberapa jauh alat pengukur untuk mengukur terhadap sesuatu yang akan diukur. Untuk pengujian ini perlu adanya perbandingan dari nilai *r* hitung serta *r* tabel. Selanjutnya pertama kali yang dilakukan adalah menguji validitas variabel *Perceived Risk*:

**Tabel 4.7. Hasil Pengujian *Perceived Risk***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PR1	0,616	0,113	Valid
PR2	0,619	0,113	Valid
PR3	0,505	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dilihat dari tabel 4.7. dinyatakan bahwa nilai *r* hitung > *r* tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Perceived Risk* ini dapat dikatakan valid. Berikutnya adalah hasil dari pengujian untuk menguji validitas variabel *Perceived Usefulness*:

**Tabel 4.8. Hasil Pengujian *Perceived Usefulness***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PU1	0,707	0,113	Valid
PU2	0,651	0,113	Valid
PU3	0,515	0,113	Valid
PU4	0,715	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Perceived Usefulness* adalah valid.

Berikutnya adalah hasil dari pengujian untuk menguji validitas *Perceived Ease of Use*:

**Tabel 4.9. Hasil Pengujian *Perceived Ease of Use***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PE1	0,810	0,113	Valid
PE2	0,812	0,113	Valid
PE3	0,770	0,113	Valid
PE4	0,680	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah

Dilihat dari tabel diatas menyatakan bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Perceived Ease of Use* adalah valid. Berikutnya merupakan hasil pengujian untuk menguji validitas dari variabel *Attitude Toward Using*:

**Tabel 4.10. Hasil Pengujian *Attitude Toward Using***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
AT1	0,782	0,113	Valid
AT2	0,821	0,113	Valid
AT3	0,829	0,113	Valid
AT4	0,710	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dilihat dari tabel tersebut maka dinyatakan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Attitude Toward Using* adalah valid. Berikut adalah hasil pengujian untuk menguji validitas variabel *Behavioral Intention to Use*:

**Tabel 4.11. Hasil Pengujian *Behavioral Intention to Use***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
BI1	0,850	0,113	Valid
BI2	0,842	0,113	Valid
BI3	0,841	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dilihat dari tabel tersebut menunjukkan adanya nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Behavioral Intention to Use* adalah valid. Berikut merupakan hasil pengujian untuk menguji validitas variabel *Actual Use*:

**Tabel 4.12. Hasil Pengujian *Actual Use***

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
AU1	0,855	0,113	Valid
AU2	0,855	0,113	Valid
AU3	0,620	0,113	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dilihat dari tabel yang dinyatakan diatas bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel jadi seluruh item pertanyaan untuk variabel *Actual Use* dianggap valid.

Pengujian reliabilitas ini digunakan peneliti guna melihat hasil dari kuesioner yang diperoleh apakah bisa dipercaya atau reliabel. Berikut ini adalah hasil dari pengujian tersebut:

**Tabel 4.13. Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian**

Pertanyaan	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Perceived Risk</i>	0,751	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,822	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,894	Reliabel
<i>Attitude Toward Using</i>	0,904	Reliabel
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0,923	Reliabel
<i>Actual Use</i>	0,877	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Dilihat dari tabel 4.13. yang dinyatakan untuk masing-masing variabel pada penelitian dan menghasilkan nilai yang lebih besar daripada 0,7 sehingga dikatakan reliabel.

#### 4.2.2. Hasil Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini statistik deskriptif berguna dalam memberikan nilai-nilai jawaban responden dari indikator penelitian. Dalam menilai jawaban responden dapat dikelompokkan dengan menggunakan rentang skala yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5-1}{3}$$

$$= 1,33$$

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
3,67 – 5,00	Tinggi



Untuk mengetahui tanggapan responden yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.14. Persepsi Responden Mengenai Resiko (PR)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Perceived Risk</i> (PR)	PR1	2,43	Sedang
	PR2	2,10	Rendah
	PR3	2,47	Sedang
	<b>Rata-rata:</b>	<b>2,33</b>	<b>Rendah</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui adanya rata-rata responden dari variabel *Perceived Risk* yaitu sebesar 2,33 serta dapat dikatakan kategori rendah. Jadi dengan hasil nilai jawaban yang rendah akan timbulnya konsekuensi maupun ketidakpastian risiko yang diperoleh responden maka membuat minat dari penggunaan layanan uang elektronik menjadi semakin tinggi.

**Tabel 4.15. Persepsi Responden Mengenai Manfaat (PU)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	4,25	Tinggi
	PU2	4,07	Tinggi
	PU3	4,14	Tinggi
	PU4	4,25	Tinggi
	<b>Rata-rata:</b>	<b>4,18</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas peneliti dapat mengetahui bahwa rata-rata responden dari variabel *Perceived Usefulness* sebesar 4,18 serta dapat dikatakan variabel ini merupakan kategori tinggi. Jadi dengan tingginya nilai dari jawaban tersebut, responden merasa bahwa manfaat dan *e-money* dalam melakukan transaksi sehari-hari dapat membantu.

**Tabel 4.16. Persepsi Responden Mengenai Kemudahan Penggunaan (PEOU)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PE1	4,22	Tinggi
	PE2	4,06	Tinggi
	PE3	4,37	Tinggi
	PE4	4,19	Tinggi
	<b>Rata-rata:</b>	<b>4,21</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada pemaparan dari tabel diatas diketahui bahwa adanya rata-rata responden untuk variabel *Perceived Ease Of Use* sebesar 4,21 dan merupakan kategori yang tinggi. Sehingga dengan nilai jawaban responden yang tinggi, responden dapat merasakan bahwa *e-money* dianggap mudah untuk dipelajari maupun dipahami.

**Tabel 4.17. Persepsi Responden Mengenai Sikap Terhadap Penggunaan (ATU)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	AT1	3,83	Tinggi
	AT2	4,12	Tinggi
	AT3	4,06	Tinggi
	AT4	3,99	Tinggi
	<b>Rata-rata:</b>	<b>4,00</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan dari yang ditunjukkan tabel diatas dapat diketahui hasil dari rata-rata responden untuk variabel *Attitude Toward Using* sebesar 4,00 dan merupakan kategori yang tinggi. Dari nilai jawaban responden yang tinggi dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa responden dianggap dapat menikmati penggunaan *e-money* serta menyetujui ketika menggunakan *e-money* dirasakan membantu saat bertransaksi.

**Tabel 4.18. Persepsi Responden Mengenai Minat Perilaku Penggunaan (BIU)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	BI1	3,83	Tinggi
	BI2	3,89	Tinggi
	BI3	3,86	Tinggi
	<b>Rata-rata:</b>	<b>3,86</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pemaparan tabel diatas bisa diketahui ternyata rata-rata responden untuk variabel *Behavioral Intention To Use* sebesar 3,86 dan menunjukkan dalam kategori yang tinggi. Adanya nilai jawaban responden yang tinggi dapat dikatakan bahwa responden itu sendiri memiliki minat dalam melakukan bagian proses bertransaksi menggunakan *e-money* dimasa yang mendatang.

**Tabel 4.19. Persepsi Responden Mengenai Penggunaan Senyatanya (AU)**

Variabel	Indikator	Mean	Keterangan
<i>Actual Use</i> (AU)	AU1	3,20	Sedang
	AU2	3,21	Sedang
	AU3	3,10	Sedang
	<b>Rata-rata:</b>	<b>3,17</b>	<b>Sedang</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas yang memaparkan hasil rata-rata responden untuk variabel *Actual Use* sebesar 3,17 dan merupakan suatu kategori yang sedang. Sehingga dari hasil nilai jawaban yang sedang, dapat menggambarkan suatu kondisi bahwa responden telah dan sering menggunakan *e-money* dalam melakukan proses transaksi.

#### 4.2.3. Hasil Analisis AMOS

##### 4.2.3.1. Analisis *Structural Equation Modeling*

Analisis selanjutnya setelah analisis konfirmatori yaitu dengan menganalisis *Structural Equation Modeling* (SEM) serta menggunakan *Full Model*.

**Tabel 4.20. Goodness of Fit Indeks untuk Full Model**

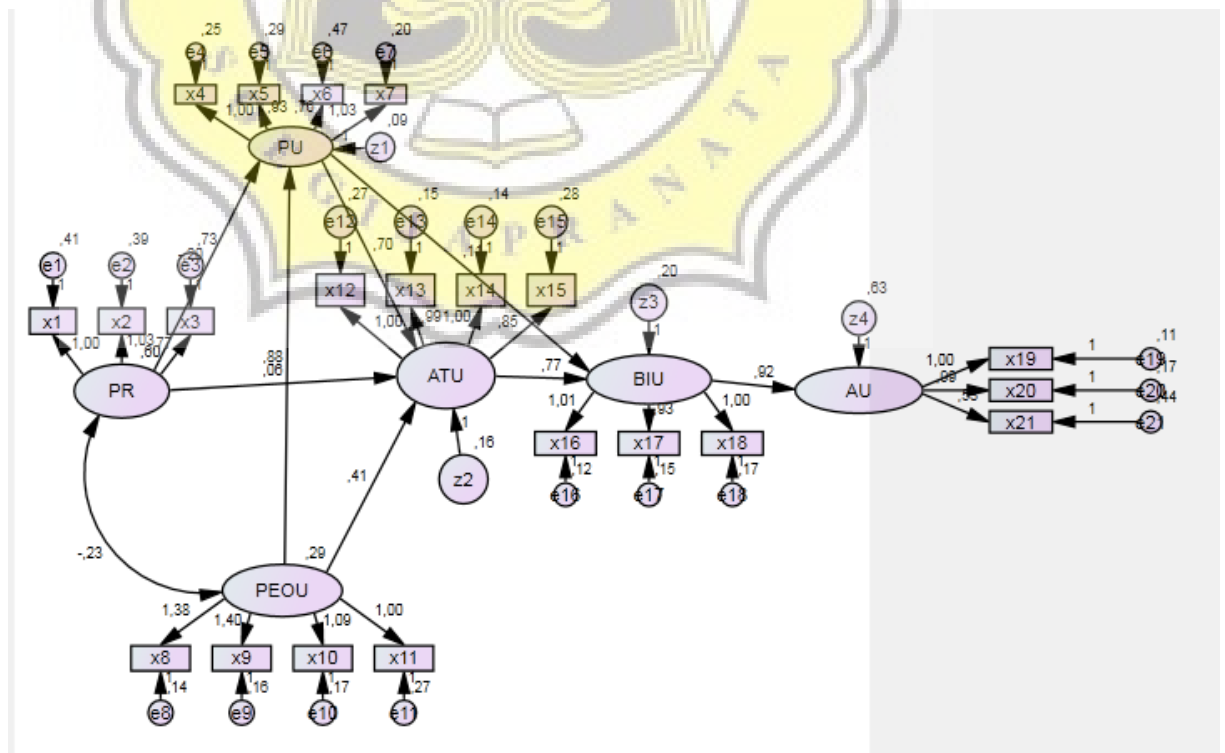
<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<b>Kriteria</b>	<b>Hasil Analisis</b>	<b>Evaluasi Model</b>
Chi-Square	<124,3	91,560	Baik
Probability	>0,05	0,060	Baik
AGFI	≥ 0.90	0,910	Baik
GFI	≥ 0.90	0,952	Baik
NFI	≥ 0.90	0,991	Baik
CFI	≥ 0.90	0,937	Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1,175	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0,075	Baik
TLI	≥ 0.90	0,927	Baik

Sumber: Hasil Analisis data (2018)

Hasil pengolahan data untuk analisis SEM full model tahap pertama terlihat seperti pada Gambar 4.1:

**Gambar 4.1**

**Analisis SEM Full Model**



### 4.3. Pengujian Hipotesis Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menguji hipotesis yang diajukan pada Bab II. Seperti yang ditampilkan oleh tabel di atas maka peneliti akan mendapatkan hasil dari analisis berupa nilai regresi, pengujian hipotesis dengan pengolahan data yang menggunakan analisis SEM akan menjadi dasar suatu penelitian. Pada saat hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan dengan melihat hasil olah data *Regression Weights*, peneliti dapat mengetahui nilai dari analisis tersebut seperti nilai *Critical Ratio* (CR) dan *Probability* (P). Adanya batasan statistik yang disyaratkan guna menunjukkan nilai yang dianggap memenuhi syarat, nantinya hasil hipotesis penelitian yang diajukan dapat dinyatakan diterima yaitu dengan syarat nilai *Critical Ratio* (CR) > 2.00 dan nilai *Probability* (P) < 0,05.

Ada 5 hipotesis yang diajukan. Tabel pengujian hipotesis dalam analisis AMOS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.21.**  
**Estimasi Parameter *Regression Weights***

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU <--- PR	-,197	,059	-3,313	***	par_16
PU <--- PEOU	,878	,105	8,357	***	par_18
ATU <--- PR	-,059	,076	-2,774	,039	par_17
ATU <--- PU	,704	,180	3,903	***	par_21
ATU <--- PEOU	,410	,180	2,284	,022	par_23
BIU <--- ATU	,774	,119	6,513	***	par_19
BIU <--- PU	,114	,129	2,888	,045	par_22
AU <--- BIU	,919	,085	10,782	***	par_20

#### **4.3.1. Hasil Pengujian Hipotesis 1**

Hipotesis 1 penelitian ini menguji tentang persepsi risiko (PR) pengguna *e-money* berpengaruh negatif terhadap persepsi manfaat (PU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Pengolahan data yang dilakukan guna mengetahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel Persepsi risiko (PR) terhadap persepsi manfaat (PU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar -3,313 serta hasil nilai P (*Probability*) yang menunjukkan sebesar 0.000. Kedua nilai ini memberikan hasil yang dikatakan memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai yang dimiliki P (*Probability*). Dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 penelitian ini diterima.

#### **4.3.2. Hasil Pengujian Hipotesis 2**

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah Persepsi risiko (PR) pengguna *e-money* berpengaruh negatif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Pengolahan data ini dapat diketahui dengan nilai CR (*Critical Ratio*) dari pengaruh antara variabel Persepsi risiko (PR) terhadap sikap pengguna (ATU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar -2,774 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.039. Nilai dari keduanya ini memberikan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai yang dimiliki P (*Probability*). Dari hasil itu dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 penelitian ini diterima.

### 4.3.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah Persepsi kemudahan (PEOU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Pengolahan yang dilakukan untuk mengetahui nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel Persepsi kemudahan (PEOU) terhadap persepsi manfaat (PU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 8,357 serta nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Keduanya memberikan hasil yang memenuhi syarat, seperti diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) serta untuk nilai P (*Probability*) yang dibawah 0.05. Dapat dikatakan jika hipotesis 3 penelitian ini dapat diterima.

### 4.3.4. Hasil Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 pada penelitian ini adalah Persepsi manfaat (PU) terhadap pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Setelah melakukan pengolahan data maka dapat diketahui adanya nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel persepsi manfaat (PU) terhadap sikap pengguna (ATU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 3,903 sedangkan nilai P (*Probability*) yang berjumlah sebesar 0.000. Nilai keduanya memperlihatkan hasil yang memenuhi syarat, seperti diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai yang dimiliki oleh P (*Probability*). Dapat dikatakan hipotesis 4 dari penelitian ini dapat diterima.



#### 4.3.5. Hasil Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis 5 pada penelitian ini adalah Persepsi kemudahan (PEOU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Pengolahan data ini dapat menunjukkan bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel kemudahan (PEOU) terhadap sikap pengguna (ATU) yang terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 2,284 dan memiliki nilai P (*Probability*) sebesar 0.022. Adapun dari kedua nilai ini yang memperlihatkan yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan memiliki nilai untuk P (*Probability*) dibawah 0.05. Dapat dikatakan bahwa hipotesis 5 penelitian ini dapat diterima.

#### 4.3.6. Hasil Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis 6 pada penelitian ini adalah Persepsi manfaat (PU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap minat berperilaku (BIU) menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Pengolahan data ini memperlihatkan adanya nilai *Critical Ratio* (CR) untuk pengaruh antara variabel persepsi manfaat (PU) terhadap minat berperilaku (BIU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 2,888 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.045. Selanjutnya dengan hasil yang memenuhi syarat dari kedua nilai tersebut, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan memiliki untuk nilai P (*Probability*) dibawah 0.05. Dapat dinyatakan bahwa hipotesis 6 penelitian ini diterima.

#### 4.3.7. Hasil Pengujian Hipotesis 7

Hipotesis 7 pada penelitian ini adalah Sikap pengguna (ATU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap minat berperilaku (BIU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel Sikap pengguna (ATU) terhadap minat berperilaku (BIU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 6,513 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Dengan nilai keduanya yang menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) serta memiliki nilai dibawah 0.05 untuk P (*Probability*). Sehingga dapat dinyatakan hipotesis 7 penelitian ini dapat diterima.

#### 4.3.8. Hasil Pengujian Hipotesis 8

Hipotesis 8 pada penelitian ini adalah Minat berperilaku menggunakan *e-money* (BIU) berpengaruh positif terhadap penggunaan senyatanya *e-money* (AU) di Kota Semarang. Pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel Minat berperilaku (BIU) terhadap penggunaan senyatanya (AU) seperti terlihat pada tabel 4.21 adalah sebesar 10,782 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Hasil yang memenuhi syarat yang ditunjukkan oleh kedua nilai ini, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) maupun memiliki nilai yang dibawah 0.05 untuk P (*Probability*). Selanjutnya dikatakan bahwa hipotesis 8 penelitian ini dapat diterima.

#### 4.4. Pembahasan

*Technology Acceptance Model* atau TAM merupakan suatu model yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai penerimaan sistem teknologi informasi atau bentuk dorongan kemauan seseorang ketika akan menggunakan dan menerapkan sistem teknologi informasi di kegiatan sehari-harinya. Tujuan TAM di antaranya seperti memberikan penjelasan mengenai faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi yang dianggap general serta dapat menggambarkan tindakan dari seorang pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan adanya variasi yang cukup luas dan menggunakan banyaknya populasi pemakai saat akan menyediakan dasar guna mengetahui adanya pengaruh faktor eksternal tersebut terhadap landasan psikologis. TAM memiliki formulasi yang bertujuan untuk dapat melalui pengidentifikasian dari sejumlah kecil variabel pokok, baik ketika didapatkan melalui penelitian sebelumnya terhadap teori ataupun faktor yang menjadi sebuah penentu dianggapnya teknologi itu dapat diterima, kemudian juga latar belakang teoritis yang menjadi penerapan TRA dalam memodelkan relasi antara variabel.

Berdasarkan pada hasil analisis diketahui bahwa persepsi risiko (PR) pengguna *e-money* berpengaruh negatif terhadap persepsi manfaat (PU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi risiko maka akan menurunkan persepsi manfaat dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Kusuma (2014).

Hasil hipotesis kedua menyatakan bahwa persepsi risiko (PR) pengguna *e-money* berpengaruh negatif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi persepsi risiko akan menurunkan sikap pengguna dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Gurung et al., (2008).

Hipotesis ketiga berhasil membuktikan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat (PU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi persepsi kemudahan akan semakin meningkatkan persepsi manfaat dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kusuma (2014).

Hipotesis keempat membuktikan bahwa persepsi manfaat (PU) terhadap pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi persepsi manfaat akan semakin meningkatkan sikap pengguna dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Bangkara dan Mimba (2016).

Hipotesis kelima membuktikan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi persepsi kemudahan akan semakin meningkatkan sikap pengguna dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Bangkara dan Mimba (2016).

Hipotesis keenam berhasil membuktikan secara empiris bahwa persepsi manfaat (PU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap minat berperilaku (BIU) menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi persepsi

manfaat akan semakin meningkatkan minat berperilaku menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Candraditya dan Idris (2013).

Hipotesis ketujuh berhasil membuktikan bahwa sikap pengguna (ATU) pengguna *e-money* berpengaruh positif terhadap minat berperilaku (BIU) dalam menggunakan *e-money* di Kota Semarang. Artinya semakin baik sikap pengguna akan semakin meningkatkan minat berperilaku dalam menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Bangkara dan Mimba (2016).

Hipotesis kedelapan membuktikan bahwa minat berperilaku menggunakan *e-money* (BIU) berpengaruh positif terhadap penggunaan senyatanya *e-money* (AU) di Kota Semarang. Artinya semakin tinggi minat berperilaku menggunakan *e-money* akan meningkatkan penggunaan senyatanya *e-money*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Venkatesh dan Davis (2000).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian secara keseluruhan mendukung teori *Technology Acceptance Model* atau TAM yang menyatakan adanya hubungan antara persepsi resiko, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap pengguna, minat berperilaku, dan penggunaan senyatanya. Selain itu hasil penelitian juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2014), Gurung et al., (2008), Candraditya dan Idris (2013), Bangkara dan Mimba (2016), serta Venkatesh dan Davis (2000).