

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
MANFAAT DALAM MENINGKATKAN MINAT
MENGUNAKAN *E-MONEY*
(Studi Kasus Mahasiswa S-1 IAIN Purwokerto Tahun Angkatan
2017-2020)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ATIK AGRETA

NIM. 1717201008

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atik Agreta

NIM : 1717201008

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Tahun Angkatan 2017-2020)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

IAIN PURWOKERTO
Purwokerto,
Saya yang menyatakan



Atik Agreta
NIM. 1717201008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY*
(Studi Kasus Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Tahun Angkatan 2017-2020)**

Yang disusun oleh Saudari **Atik Agreta NIM 1717201008** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **24 Juni 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

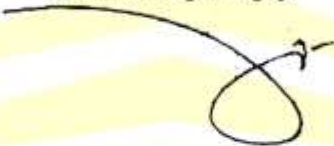
Ketua Sidang/Penguji


In Solikhlin, M. Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji


Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji


Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A
NIDN. 2004118201

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 08 Juli 2021

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jani Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada :

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Atik Agreta NIM. 1717201008 yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Tahun Angkatan 2017-2020)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto,
Pembimbing



Ida PuspitarE., Ak., M.Si., CA
NIDN. 2004118201

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE AND PERCEIVED BENEFIT
TO IMPROVING THE INTERSET OF USING E-MONEY
(CASE STUDY ON S.1 IAIN PURWOKERTO CLASS OF 2017-2020
STUDENT)
ATIK AGRETA
NIM.1717201008**

Email : atikagreta@gmail.com

Study program Sharia Economics of Islamic Economic and Business Faculty
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

In this era, technological development does not only covers the aspect of information and communication, but it also penetrated into aspect of human life, including the economic aspect. Along with the times, there is a transformation on cash payment which change into non-cash payment. There are various ways of using non-cash payment, one of them is using electronic money (e-money). The application of electronic money based on several factors, there are perceived ease and perceived benefit. The purpose of this research is to analyze : (1) the influence of perceived ease in improving the interest using e-money; (2) the influence of perceived benefit in improving the interest using e-money (3) the influence of perceived ease and benefit simultaneously in improving the interest using e-money.

This research is a quantitative research with field research model type. The primary data of this research collected by questoinnaire method with purposive sampling and obtained sample of 100 participants. The data analysis technique used rank spearman, kendall's w and ordinal regression test.

The result of this research shows that: (1) There is a significant and positive influence from perceived ease to improving the interest of using e-money; (2) There is a significance and positive influence from perceived benefit to improving the interest of using e-money; (3) There is a significant and positive influence from perceived ease and benefit simultaneously to improving the interest of using e-money.

Keywords : E-money, perceived ease, perceived benefit, interest of using.

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
DALAM MENINGKATKAN MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S.1 IAIN PURWOKERTO TAHUN
ANGKATAN 2017-2020)**

ATIK AGRETA

NIM.1717201008

Email : atikagreta@gmail.com

Jurusa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pada era saat ini perkembangan teknologi tidak hanya berkisar pada aspek informasi dan komunikasi, namun sudah merambah ke segala aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aspek ekonomi. Dalam perkembangannya, terdapat transformasi dalam pembayaran tunai (*cash*) menjadi pembayaran non tunai (*non cash*). Pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu produk yang digunakan yaitu uang elektronik (*e-money*). Penggunaan uang elektronik tentu dilandasi dengan berbagai faktor, diantaranya adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) pengaruh persepsi kemudahan dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*; (2) pengaruh persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*; (3) pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan model *field research*. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji rank spearman, kendall's w dan regresi ordinal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kemudahan untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money*; (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi manfaat untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money*; (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

Kata kunci : Uang elektronik, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, minat menggunakan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	t	Te
ث	'sa	's	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fatḥah</i>	fatḥah	A

ـ /	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
و	<i>ḍamah</i>	ḍammah	U

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Faḥah</i> danya'	Ai	a dan i	الْبَيْعَ	<i>Bay'a</i>
<i>Faḥah</i> dan <i>Wawu</i>	Au	a dan u	رَبَا	<i>Ribā</i>

3. Vokal Panjang.

Maddah atau vocal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

<i>Faḥah</i> + alifditulis ā	Contoh تجارة ditulis <i>tijārah</i>
<i>Faḥah</i> + ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' matiditulis ī	Contoh المشركين ditulis <i>al-musyrikīna</i>
<i>ḍammah</i> + wawumatiditulis ū	Contoh يظهره ditulis <i>yuzahirū</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

الأباحة	Ditulis <i>al-ibāhah</i>
معاملة	Ditulis <i>mu'āmalah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

المصلحة	Ditulis <i>Al-Maṣlahah</i>
---------	----------------------------

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

انّ الله	Ditulis <i>inallāha</i>
الذّين	Ditulis <i>al-laẓīna</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

المتّقين	Ditulis <i>al-muttaqīna</i>
المشركين	Ditulis <i>al-musyrikīna</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

الصّلح	Ditulis <i>aṣ-ṣulḥu</i>
--------	-------------------------

IAIN PURWOKERTO

MOTTO

“Tetapi hanya Allah-lah pelindungmu, dan Dia penolong yang terbaik” (Q.S Ali
Imran : 150)

“Not everything will be easy, but not everything will be hard”



PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk kedua orang tua, Bapak Sukirno dan Ibu Amin Ningsih yang selalu memberikan dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan serta limpahan kasih sayang dan motivasi yang tiada hentinya.
2. Untuk adik saya, Alya Martzalyanti yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Tahun Angkatan 2017-2020)”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku ketua jurusan ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Ida Puspitarini W, S.E., Ak., M.Si., CA., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran selama penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen dan staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Teman-teman Ekonomi Syariah-A 2017
8. Teman keluh kesah saya selama menyusun skripsi Rizki Dwi Cahyani, Alhamdulillah jiwa, raga, tenaga dan waktu yang dikorbankan membuahkan hasil
9. Teman sekamar saya di kos, Maya Kristin Santoso yang sudah meminjamkan laptop selama laptop saya rusak dan selalu memberikan semangat dan

dukungan kepada saya

10. Teman seperbimbingan saya, Zaenita Puput Anjani yang selalu menjadi tempat tukar pendapat saat menyelesaikan skripsi ini
11. Teman saya semenjak SMP, Mega Permatasari A.P yang sering saya reportkan dalam proses penyusunan skripsi ini
12. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya yang selalu bersedia menerima segala keluh kesah saya
13. Seluruh responden penelitian skripsi saya, mahasiswa S-1 IAIN Purwokerto angkatan 2017-2020
14. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Tanpa adanya bantuan dari Anda semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Meskipun penulis sudah sebaik mungkin menyelesaikan skripsi ini, tentu masih banyak kekurangan yang ada. Untuk itu, saran dan kritik sangat diterima untuk memperbaiki karya tulis kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aaamiin.

Purwokerto, 24 Juni 2021

IAIN PURWOKERTO

Atik Agreta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOT DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori	10
B. Landasan Teologis	19
C. Grand Teori	21
D. Kajian Pustaka	24

E. Kerangka Penelitian.....	28
F. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Tempat dan Waktu Penelitian	31
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	31
C. Jenis Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian	34
F. Sumber Data	36
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Teknik Analisis Data	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
B. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian	58
D. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perusahaan Penerbit Uang Elektronik di Indonesia
Tabel 2	Jumlah Uang Elektronik yang Beredar
Tabel 3	Penelitian Terdahulu
Tabel 4	Daftar Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2019/2020
Tabel 5	Indikator Penelitian
Tabel 6	Skala Likert
Tabel 7	Hasil Penyebaran Kuesioner
Tabel 8	Karakteristik Responden
Tabel 9	Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan
Tabel 10	Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Manfaat
Tabel 11	Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Minat Menggunakan <i>E-money</i>
Tabel 12	Hasil Uji Validitas
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 14	Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi
Tabel 15	Hasil Uji Rank Spearman
Tabel 16	Hasil Uji Kendall's W
Tabel 17	Hasil Uji Regresi Ordinal
Tabel 18	Hasil Uji Regresi Ordinal
Tabel 19	Hasil Uji Regresi Ordinal
Tabel 20	Hasil Uji Regresi Ordinal
Tabel 21	Hasil Uji Regresi Ordinal

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Bagan Brunswik's Model
- Gambar 2 Model Penerimaan Teknologi (TAM)
- Gambar 3 Kerangka Penelitian



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Data Pengujian
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Rank Spearman
- Lampiran 7 Uji Kendall's W
- Lampiran 8 Uji Regresi Ordinal
- Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 11 Surat Ijin Riset
- Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa arab
- Lampiran 14 Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 15 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 16 Sertifikat KKN
- Lampiran 17 Sertifikat PPL
- Lampiran 18 Sertifikat PBM

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat. Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, sampai ke era jejaring global dimulai tahun 1990, sistem teknologi informasi telah banyak sekali mengalami perubahan (Jogiyanto, 2007). Teknologi tidak hanya berkisar pada aspek informasi dan komunikasi, namun sudah merambah ke segala aspek kehidupan manusia. Kondisi ini tentu menuntut manusia untuk mengikuti perkembangan teknologi agar tetap bisa bertahan hidup dan menunjang kebutuhan sehari-hari. Teknologi berperan besar dalam meningkatkan efektif dan efisien dari waktu maupun tenaga. Hal ini membuat teknologi fleksibel untuk dijadikan kolaborasi dalam segala aspek, contohnya dalam aspek ekonomi.

Ekonomi merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tentu manusia harus menyertakan ekonomi di dalamnya. Seiring berjalannya waktu, kolaborasi dari teknologi dan ekonomi sangatlah beragam, salah satunya yaitu transformasi dalam pembayaran tunai (*cash*) menjadi pembayaran non tunai (*non cash*). Menurut Abdullah (2006), menyatakan bahwa penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran non-cash, baik secara domestik maupun internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaannya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman.

Salah satu produk dari pembayaran non tunai yang saat ini menjadi sorotan yaitu uang elektronik atau *electronic money (e-money)*. Uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran

dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Rivai, 2007).

Ide *e-money* muncul pada tahun 1983 dari *research paper* yang dibuat oleh David Lee Chaum. Ide ini kemudian dikembangkan menjadi *digicash*, perusahaan uang digital. Meskipun Indonesia merupakan negara baru yang menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi, namun transaksi *e-money* di Indonesia terus melaju ke arah yang lebih tinggi. Di Indonesia sendiri, *e-money* mulai populer digunakan pada tahun 2007 (Permana, 2015), sangat berjarak jauh dengan negara lain seperti Hongkong yang mulai menggunakan *e-money* tahun 1997, Singapura pada tahun 2000, Jepang pada tahun 2001.

Pemakaian *e-money* di Indonesia sendiri juga dianjurkan oleh pihak Bank Indonesia (BI) untuk membantu mengurangi uang tunai yang beredar di masyarakat sehingga dapat mengontrol inflasi dengan baik. Perkembangan *e-money* diharapkan dapat mewujudkan masyarakat Indonesia sebagai masyarakat *cashless society* (Candraditya, 2013). Menurut Ri'fah (2019), *cashless society* adalah kondisi masyarakat yang lebih memilih menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi barang dan jasa dibandingkan dengan uang fisik.

Untuk mendorong hal tersebut, pihak Bank Indonesia menciptakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang lahir pada tahun 2014 (Goenawan, 2018). GNNT adalah program dari Bank Indonesia yang menerapkan pola sistem pembayaran non tunai pada transaksi yang terjadi di masyarakat, pelaku bisnis dan lembaga-lembaga pemerintahan dengan menggunakan instrumen pembayaran non tunai yang lebih aman, andal dan efisien (Sianturi & Suhadak, 2019). Sistem pembayaran dengan menggunakan *e-money* dapat memperkecil risiko kehilangan uang. Pengguna *e-money* tidak perlu khawatir uangnya dicuri, karena uang tersebut sudah tercatat dalam rekening saldo.

Manfaat dari *e-money* akan kian terasa jika dipakai untuk transaksi rutin sehari-hari (Purnomo, *et al.*, 2012). Penggunaan *e-money* dapat mempercepat dan mempermudah transaksi dalam bentuk nominal yang kecil. Tingkat efisien dan kemudahan yang tinggi membuat *e-money* dapat diaplikasikan pada

pembayaran yang relatif cepat seperti : parkir, transportasi, jalan tol, makan, belanja dan berbagai kegiatan lainnya. Selain itu, manfaat lain dari penggunaan *e-money* adalah pihak Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk mencetak uang, baik uang logam maupun uang kertas yang mudah rusak, karena dengan *e-money* uang berada pada kartu yang umur penggunaannya relatif lebih lama daripada kertas maupun logam yang bisa robek, basah, cacat, maupun rusak.

Penggunaan *e-money* yang menunjukkan kurva meningkat dan semakin maju dengan pesat membuat beberapa perusahaan penyedia jasa pembayaran non tunai berlomba-lomba untuk mengembangkan sistemnya untuk menarik minat pengguna *e-money*. Hingga Juli 2020 setidaknya tercatat 51 perusahaan yang memiliki ijin legal dari pihak Bank Indonesia untuk menerbitkan produk uang elektronik.

Tabel 1
Perusahaan Penerbit Uang Elektronik di Indonesia

No	Nama Penerbit	No	Nama Penerbit
1	B.P.D. DKI JAKARTA	26	PT. ESPAY DEBIT INDONESIA KOE
2	B.P.D. JABAR BANTEN	27	PT. EZEELINK INDONESIA
3	B.P.D. SUMSEL BABEL	28	PT. FINNET INDONESIA
4	BANK CENTRAL ASIA	29	PT. FINTEK KARYA NUSANTARA
5	BANK CIMB NIAGA	30	PT. INDOSAT
6	BANK MANDIRI (PERSERO)	31	PT. INTI DUNIA SUKSES
7	BANK MEGA	32	PT. KERETA COMMUTER INDONESIA
8	BANK NATIONALNOBU	33	PT. MASS RAPID TRANSIT JAKARTA
9	BANK NEGARA INDONESIA 1946 (PERSERO)	34	PT. MAX INTERACTIVES TECHNOLOGIES
10	BANK OCBC NISP	35	PT. MNC TEKNOLOGI NUSANTARA
11	BANK PERMATA	36	PT. NETZME KREASI INDONESIA

12	BANK QNB INDONESIA	37	PT. NUSA SATU INTI ARTHA
13	BANK RAKYAT INDONESIA	38	PT. PAPRIKA MULTI MEDIA
14	BANK SINARMAS	39	PT. RPAY FINANSIAL DIGITAL INDONESIA
15	BNI SYARIAH	40	PT. SARANA PACTINDO
16	PT. AIRPAY INTERNASIONAL INDONESIA	41	PT. SKYE SAB INDONESIA
17	PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS	42	PT. SMARTFREN TELECOM
18	PT. ASTRA DIGITAL ARTHA	43	PT. SOLUSI PASTI INDONESIA
19	PT. BIMASAKTI MULTI SINERGI	44	PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
20	PT. BLUEPAY DIGITAL INTERNASIONAL	45	PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR
21	PT. BUANA MEDIA TEKNOLOGI	46	PT. TRANSAKSI ARTHA GEMILANG
22	PT. CAKRA ULTIMA SEJAHTERA	47	PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL
23	PT. DATACELL INFOMEDIA	48	PT. VISI JAYA INDONESIA
24	PT. DOMPET ANAK BANGSA	49	PT. VISIONET INTERNASIONAL
25	PT. E2PAY GLOBAL UTAMA	50	PT. WITAMI TUNAI MANDIRI
		51	PT. XL AXIATA

Sumber : Bank Indonesia

Laju pertumbuhan dari perusahaan penyedia jasa pembayaran non tunai tentu tidak terlepas dari banyaknya pengguna *e-money*. Hal ini menjadi harapan dan potensi yang cukup besar untuk turut serta mendorong Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dari pihak Bank Indonesia. Pertumbuhan jumlah transaksi *e-money* yang meningkat dapat dilihat dari tabel yang dikeluarkan oleh pihak Bank Indonesia.

Tabel 2
Jumlah Uang Elektronik yang Beredar

Periode	Jumlah Instrumen	Infrastruktur Uang Elektronik
Tahun 2016	51.204.580	374.861
Tahun 2017	90.003.848	691.331
Tahun 2018	167.205.578	923.624
Tahun 2019	292.299.320	516.642
Tahun 2020	432.281.380	608.739

Sumber : Bank Indonesia

E-money kini menjadi *trend* tersendiri bagi beberapa kalangan masyarakat Indonesia dan penggunaannya pun terus meningkat tiap tahunnya. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, hingga akhir tahun 2020 setidaknya tercatat total transaksi sebesar 22,13 triliun rupiah. Meskipun penggunaannya cukup banyak, masih banyak juga masyarakat yang takut untuk menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi pembayaran. Secara umum, tingkat penggunaan uang tunai masih jauh lebih tinggi dan diutamakan dibandingkan dengan non tunai karena rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan *e-money* dalam kehidupannya. Salah satu faktor rendahnya minat masyarakat menggunakan *e-money* yaitu masih kurangnya sosialisasi tentang penggunaan *e-money* sehingga masyarakat bingung dalam menggunakannya. Selain itu, masih banyaknya daerah di Indonesia yang sulit dijangkau akses dan layanan sistem non tunai juga menjadi faktor lain mengapa minat masyarakat terhadap *e-money* masih rendah.

Dalam penggunaan uang fisik atau uang kartal memiliki beberapa kelemahan, dinilai kurang praktis karena pembeli harus membawa nilai uang sesuai dengan harga barang yang akan dibeli. Selain itu, penjual akan kerepotan untuk memberikan uang kembalian sehingga akan mengabaikan hak pembeli untuk mendapatkan kembalian dan memberi kembalian hanya dengan barang yang kira-kira harganya sama.

Pembayaran menggunakan *e-money* biasanya berada di daerah yang bisa dinilai “elite” karena arus penggunaan uang bergerak dengan cepat. Padahal

kemudahan *e-money* ditujukan untuk seluruh kalangan bukan hanya tertuju untuk kalangan atas saja. Hal ini secara tidak langsung akan membuat pemikiran atau mindset masyarakat yang terbangun adalah *e-money* hanya untuk orang-orang yang memiliki banyak uang, padahal kenyataannya tidak begitu.

Penggunaan *e-money* pada umumnya dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kegunaan, persepsi keamanan, lingkungan, fitur layanan, daya tarik, tingkat pemahaman, serta pendapatan (Wibowo., *et al*, 2015). Beberapa faktor tersebut dapat memberikan sumbangsih terhadap keputusan penggunaan maupun meningkatkan minat menggunakan *e-money* sendiri. Dua faktor yang cukup signifikan dalam meningkatkan minat penggunaan *e-money* yaitu faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, dimana kedua faktor tersebut terdapat dalam variabel utama teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Selain itu, persepsi juga akan mempengaruhi perilaku seseorang untuk pengambilan keputusan penggunaan sesuatu dengan teori Brunwik's Model yang dikemukakan oleh Egon Brunswik (1952) dalam Bell (2001).

Indikator dalam persepsi kemudahan dan persepsi manfaat juga sudah mencakup beberapa faktor lain yang disebutkan seperti kemudahan fitur layanan, kemudahan pemahaman penggunaan, serta manfaat keamanan. Indikator-indikator tersebut akan dijadikan sebagai tolak ukur oleh pengguna (*user*) dari *e-money* untuk meningkatkan minat penggunaannya. Peningkatan penggunaan dari *e-money* sendiri tentu akan memberikan dampak yang baik dalam mendukung implementasi dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT).

Kalangan mahasiswa adalah kalangan yang memiliki potensi yang cukup tinggi dalam menggunakan *e-money*. Hal ini terlihat dari beberapa universitas yang sudah menyediakan sistem pembayaran non tunai melalui kartu tanda mahasiswa (KTM). Beberapa universitas yang sudah menerapkan KTM menjadi kartu *e-money* yaitu Universitas Indonesia (UI), Universitas Airlangga (Unair), dan Universitas Andalas (Unand).

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto adalah orang-orang yang sangat terbuka terhadap kemajuan teknologi. Produk dari teknologi yang meluas di kalangan mahasiswa memiliki pengaruh yang cukup penting sehingga tidak dapat dipisahkan untuk menunjang kehidupan. Mahasiswa sebagai agen perubahan dalam masyarakat dituntut untuk menguasai teknologi dalam menjalankan pekerjaannya, salah satunya dalam bidang ekonomi melalui sistem pembayaran yang dipakai yaitu menggunakan *e-money*. Perubahan gaya hidup perlahan namun pasti mulai ditunjukkan oleh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang mulai mengikuti trend millennial agar dapat memenuhi kebutuhan hidup yang bergerak cepat dan diikuti oleh teknologi. Banyaknya manfaat yang diperoleh dalam menggunakan *e-money* bagi mahasiswa membuat penulis ingin mengetahui persepsi mahasiswa dalam menggunakan *e-money* untuk transaksi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih rendahnya minat masyarakat menggunakan *e-money* dalam transaksi sehari-hari
2. Masih banyak daerah di Indonesia yang belum terjangkau oleh akses dan layanan sistem non tunai
3. Minat mahasiswa yang masih rendah dalam menggunakan fungsi dari instrumen non tunai.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup pada penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada pengaruh persepsi kemudahan dan

persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money* dengan studi kasus pada mahasiswa IAIN Purwokerto.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN purwokerto?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Penuli

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dalam hal persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

b. Bagi Perusahaan Jasa Penerbit *E-money*

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi oleh

perusahaan untuk meningkatkan sistem pelayanan agar meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan *e-money*.

2. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi bahan kajian dalam pengembangan teori untuk mendalami konsep faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-money*.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini.
- c. Dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam dunia ekonomi.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Menggunakan *E-money*

a. Minat

Secara etimologi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Sedangkan secara terminologi minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan (Slameto, 2010).

Sedangkan menurut Djaali (2008) menyatakan bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Minat akan menimbulkan reaksi untuk melakukan suatu kegiatan. Minat berhubungan dengan diri sendiri maupun lingkungan sekitar, dimana semakin kuat dan semakin dekat hubungan antara keduanya akan semakin tinggi minat yang ada di dalam diri seseorang.

Minat dapat muncul karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Sudarsono (1995), faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat digolongkan sebagai berikut :

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. Dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana berada.
- 3) Faktor emosional. Ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Setelah minat timbul karena beberapa faktor yang ada, minat akan digolongkan menjadi beberapa macam, tergantung pada sudut pandang serta cara penggolongannya. Menurut Schiffman dan Leslie

(2006) minat dibagi menjadi :

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibagi menjadi dua macam yaitu :
 - a) Minat Primitif, adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh
 - b) Minat Kultural atau sosial, adalah minat yang timbul karena proses belajar dan tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
- 2) Berdasarkan Arahnya, minat dibagi menjadi dua yaitu :
 - a) Minat Intrinsik, adalah minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri dan merupakan minat mendasar atau minat asli
 - b) Minat Ekstrinsik, adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan, apabila tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat akan hilang
- 3) Berdasarkan Cara Mengungkapkan Minat, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :
 - a. *Expressed Interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan baik berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaan senang
 - b. *Manifest Interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek
 - c. *Tested Interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan
 - d. *Inventoried Interest*, adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasi.

Menurut Sardiman (2012) menyatakan berbagai fungsi minat :

- a. Mendorong manusia untuk berbuat, yaitu sebagai penggerak

atau motor yang melepaskan energy

- b. Menentukan arah perbuatan, yaitu ke arah tujuan yang hendak dicapai
- c. Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang serasi guna mencapai tujuan

Dari berbagai penjelasan tentang minat, dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan atau ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan suatu aktivitas dan dilakukan dengan sadar.

b. *E-money*

Pengertian *e-money* menurut *Bank of International Settlement* yang menyatakan dalam *Implication of Central Banks of Development of Electronic Money* pada bulan Oktober 1996, yaitu

“stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the customer’s possession”

atau dapat dikatakan *e-money* merupakan produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan secara elektronik di dalam suatu peralatan elektronis yang dimiliki oleh pengguna (*user*) *e-money*.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor. 20/6/PBI/2018, tentang Uang Elektronik, mendefinisikan uang elektronik (*e-money*) adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip

Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Dalam penggunaannya, *e-money* dapat berbentuk saldo dalam software maupun berbentuk kartu. Dalam alat pembayaran menggunakan kartu, dibagi menjadi dua jenis yaitu *prepaid product* dan *access product*. *E-money* termasuk dalam jenis *prepaid product* yang dapat digunakan untuk berbagai jenis keperluan. Sedangkan contoh dari *access product* yaitu kartu debit dan kartu kredit. Tipe produk dalam *e-money* dibedakan menjadi dua yaitu *prepaid card (electronic purces)* dan *prepaid software (digital cash)* (Hidayati *et al.*, 2006) yang memiliki karakteristik tersendiri :

1) *Prepaid card (electronic purces)*, karakteristiknya :

- a) Nilai elektronik disimpan dalam chip (*integrated circuit*) yang ada dan tertanam dalam kartu
- b) Mekanisme transportasi dana melalui meng-insert kartu pada sebuah alat tertentu (*card reader*)

2) *Prepaid software (digital cash)*, karakteristiknya :

- a) Nilai elektronik disimpan pada hard disk yang berada dalam PC (Personal Computer)
- b) Mekanisme transportasi dana dilakukan dengan jaringan atau internet, saat melakukan transaksi pembayaran

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikatakan bahwa *e-money* adalah alat pembayaran elektronik dengan nilai uang yang ada didalamnya dapat diisi ulang dan digunakan untuk berbagai transaksi pada merchant tertentu. Perkembangan pesat pada dunia teknologi dan informasi juga membuat *e-money* semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Dalam penggunaannya, terdapat keunggulan dan kelemahan tersendiri yang ada pada *e-money*.

Berikut adalah perbandingan antara keunggulan dan kelemahan yang dimiliki *e-money* (Candrawati *et al.*, 2020) :

1) Keunggulan *e-money* :

- a) Tidak perlu membawa uang tunai untuk transaksi, dan dapat menggunakannya ditempat yang disediakan alat khusus kartu *e-*

money tersebut

- b) Transaksi menjadi lebih akurat karena dikelola oleh komputer dan mesin
 - c) Transaksi menjadi lebih cepat dan tidak perlu menunggu uang kembalian karena jumlah nominal akan berkurang sebanyak uang yang diperlukan
 - d) Terdapat database yang dapat mencatat seluruh transaksi yang dilakukan sehingga tidak perlu mengingat untuk apa uang tersebut digunakan
 - e) Sangat aplikatif digunakan untuk berbagai transaksi massal nominal kecil dengan frekuensi tinggi.
- 2) Kelemahan *e-money* :
- a) Rentan untuk diretas atau dihack karena menggunakan sistem elektronik dan internet
 - b) Terdapat risiko data hilang karena kesalahan *software*
 - c) Belum semua tempat memiliki alat yang dipergunakan untuk menggunakan *digital money* tersebut serta belum semua tempat memberlakukan *e-money* termasuk di merchant
 - d) Uang yang disimpan dalam *e-money* akan hilang jika kartu atau alat yang dipergunakan untuk menyimpan uang tersebut juga hilang
 - e) Tidak dapat diisi ulang melalui operasi sellular (Nur, 2013).

Transaksi dengan menggunakan *e-money* pada dasarnya adalah pertukaran data elektronik dengan media komputer antara pemilik uang dengan merchant yang telah disediakan melalui tahapan yang sudah di program sebelumnya. Menurut Hidayati *et al* (2006), jenis-jenis transaksi *e-money* secara umum meliputi :

- 1) Penerbitan (*issuance*) dan pengisian nilai uang (*top-up* atau *loading*)

Pengisian nilai uang pertama kali kedalam *e-money* dapat

dilakukan terlebih dahulu oleh issuer sebelum dijual kepada konsumen. Untuk selanjutnya konsumen dapat melakukan pengisian ulang (*top-up*) yang umumnya dapat dilakukan melalui ATM dan terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh issuer.

2) Transaksi pembayaran

Saat melakukan pembayaran melakukan *e-money*, maka mekanisme yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a) Konsumen meng-insert/mengarahkan kartu ke terminal merchant
- b) Terminal merchant memeriksa kecukupan saldo *e-money* terhadap nominal yang harus dibayar
- c) Jika saldo pada kartu *e-money* lebih besar dari nominal transaksi terminal memerintahkan kartu untuk mengurangi saldo pada kartu sejumlah nominal transaksi
- d) Kartu milik konsumen kemudian memerintahkan terminal untuk menambah saldo pada terminal sebesar nominal transaksi

3) Deposit, Collection

a) Deposit/Refund

Pada beberapa produk, nasabah pemegang *e-money* dapat melakukan *refund* atau penyetoran kembali dana pada *e-money* yang tidak terpakai/masih tersisa untuk didepositkan ke dalam rekeningnya.

b) Collection

Proses collection biasanya dilakukan oleh merchant yaitu penyetoran elektronik value yang diterima oleh merchant dari konsumen kepada issuer untuk untung rekening merchant.

c. Menggunakan *E-Money* Oleh Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN Purwokerto)

Minat adalah suatu keadaan dimana dalam diri seseorang pada

dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan (Ajzen, 2011). Apabila seseorang memiliki minat yang tinggi terhadap sesuatu, maka hal tersebut akan mendorong motivasi yang besar untuk memenuhi keinginannya terhadap sesuatu tersebut. *E-money* merupakan salah satu perkembangan teknologi di bidang ekonomi yang kegunaannya sama untuk melakukan pembayar layaknya uang tunai. Penciptaan *e-money* bertujuan untuk memberikan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya. Penggunaan instrumen *e-money* merupakan kondisi nyata bahwa *e-money* dipilih oleh pemilik *e-money* untuk digunakan sebagai alat transaksi dalam kehidupannya.

Dari penjabaran di atas, dapat diketahui bahwa minat menggunakan *e-money* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan dan ketertarikan mahasiswa IAIN Purwokerto untuk menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran non-tunai. Untuk mempresentasikan variabel minat agar dapat mencapai tujuan penelitian ini, maka digunakan beberapa indikator untuk mengukurnya. Indikator yang digunakan untuk mempresentasikan variabel minat menurut Jogiyanto (2007) yaitu :

1) Keinginan menggunakan

Masyarakat yang berminat bertransaksi menggunakan *e-money* akan memiliki keinginan untuk menggunakan *e-money*.

2) Akan tetap menggunakan di masa depan

Apabila masyarakat merasa layanan *e-money* memiliki banyak keuntungan, maka nasabah akan menggunakannya di masa depan atau masa datang.

2. Persepsi Kemudahan Dalam Menggunakan *E-Money*

a. Persepsi Kemudahan

Persepsi atau perception dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *perception*; dari *percipere* (Sobur, 2003). Menurut Gerungan (2009) menyatakan persepsi adalah kecakapan untuk cepat

melihat dan memahami perasaan-perasaan, sikap-sikap, dan kebutuhan-kebutuhan anggota kelompok. Persepsi kemudahan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Widjana, 2010).

Kemudahan penggunaan (*end of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari suatu usaha (Jogiyanto, 2007). Semakin mudah suatu teknologi digunakan maka akan semakin kecil pula usaha yang akan dilakukan oleh pengguna teknologi tersebut. Dimensi persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis (1989) sebagai berikut :

- 1) Individu dengan jelas dan mudah mengerti ketika berinteraksi melalui sistem (*clear and understandable*)
- 2) Menggunakan usaha yang tidak banyak dalam berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require alot of mental effort*)
- 3) Sistem digunakan dengan mudah (*easy to use*)
- 4) Pengoperasian sistem yang mudah sesuai dengan apa yang diinginkan individu lakukan/kerjakan (*easy to get the system to do what he/she want to do*).

b. Persepsi Kemudahan *E-Money* Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto

Persepsi kemudahan merupakan pandangan seseorang bahwa dengan menggunakan sesuatu, maka akan mempermudah kegiatan yang akan dilakukan. Persepsi kemudahan ini terdapat dalam *e-money*, dimana *e-money* diciptakan sebagai alternatif teknologi untuk mempermudah manusia dalam melakukan transaksi tanpa harus membawa uang tunai.

Penelitian ini ingin mengetahui pengguna *e-money* di IAIN Purwokerto mengetahui kemudahaan dari *e-money* sebagai alat transaksi modern serta pengaruhnya terhadap minat menggunakan *e-money*.

Untuk mempresentasikan persepsi kemudahan, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukurnya. Sun dan Zhang dalam Wibowo, et al (2015) menyatakan bahwa dimensi dari persepsi kemudahan terdiri dari :

- 1) *Easy to learn* (Mudah dipelajari)
- 2) *Easy to use* (Mudah digunakan)
- 3) *Clear and understandable* (Jelas dan mudah dimengerti)
- 4) *Become skillfull* (Menjadi terampil)

3. Persepsi Manfaat Dalam Menggunakan *E-Money*

a. Persepsi Manfaat

Menurut Ling & Catling (2012), persepsi merupakan serangkaian proses rumit yang melaluinya kita memperoleh dan menginterpretasikan informasi indrawi. Interpretasi ini memungkinkan kita untuk menyerap kondisi lingkungan kita secara bermakna. Persepsi manfaat diartikan sebagai probabilitas subyektif dari peggunaan potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya (Rahmatsyah, 2011).

Manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2008). Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi berguna, maka tentunya akan menggunakan teknologi tersebut secara terus-menerus. Sedangkan jika teknologi dianggap kurang berguna, maka akan mengurangi bahkan tidak menggunakannya kembali. Menurut Wijaya dalam Almntaha (2008), persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor :

1. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas penggunanya
2. Pengguna teknologi dapat meningkatkan kinerja penggunanya
3. Pengguna teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dikerjakan dan dilakukan penggunanya.

b. Persepsi Manfaat *E-money* Terhadap Minat Menggunakan *E-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto

Persepsi manfaat merupakan kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sesuatu, maka akan meningkatkan performa mereka dalam suatu kegiatan. Persepsi manfaat ini terdapat dalam *e-money*, dimana *e-money* hadir untuk meningkatkan kinerja manusia dengan melakukan transaksi secara elektronik.

Penelitian ini ingin mengetahui pengguna *e-money* di IAIN Purwokerto mengetahui manfaat dari *e-money* sebagai alat transaksi modern serta pengaruhnya terhadap minat menggunakan *e-money*.

Untuk mempresentasikan persepsi manfaat, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukurnya. Menurut Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi persepsi manfaat menjadi :

- 1) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
- 2) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increase productivity*)
- 3) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*)

B. Landasan Teologis

Islam merupakan agama yang dinamis. Islam tidak mengekang umatnya untuk menutup diri pada perkembangan yang ada, namun sebaliknya Islam menganggap bahwa berbagai perkembangan yang ada haruslah dipelajari dan digali untuk diketahui kebenarannya selama hal tersebut tidak bertentangan dengan ajaran yang ada, tidak terkecuali dalam bidang teknologi seperti yang terdapat dalam Q.S Al-Alaq ayat 1-5 yang berbunyi :

أَفْرَأَ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) أَفْرَأَ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3)

الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)

Artinya : “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang Menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantara qalam. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya” (Q.S Al-alaq (96) : 1-5)

Dari ayat tersebut, sudah jelas bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk mempelajari apa yang ada disekitarnya, termasuk teknologi. Dalam ayat lain yaitu Q.S Al-baqarah ayat 164 juga dijelaskan bahwa Allah sudah menciptakan segala hal di langit maupun di bumi sebagai tanda kekuasaan Allah bagi manusia yang mau berpikir. Ayat tersebut berbunyi :

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَع النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ مِّمَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya : “Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir” (Q.S Al-baqarah (2) : 164).

Selain itu, dalam Q.S Ali-Imran ayat 190-191 ditegaskan kembali bahwa segala yang ada di langit dan di bumi harus dicari tahu kebenarannya melalui penelitian-penelitian yang dilakukan agar memudahkan umat mencari kebenaran di dunia maupun akhirat dalam segala bidang, termasuk bidang teknologi. Ayat tersebut berbunyi :

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ (190) الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا
(191) وَفَعَلْنَا وَعَلَىٰ خُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا مِّنْجِنَاتٍ فَقَدْ عَذَابُ النَّارِ

Artinya : “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia. Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”

Atas landasan tersebut, maka umat muslim sangatlah menghargai dan menerima adanya perubahan yang dapat membawa kebaikan, salah satunya

yaitu *e- money*.

Di negara Indonesia sendiri, *e-money* dibedakan menjadi *e-money* konvensional dan *e-money* syariah. *E-money* syariah muncul karena 80% masyarakat Indonesia beragama Islam. Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN- MUI/IX/2017 tentang uang elektronik, bahwa uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah dengan akad-akad yang sudah ditetapkan dalam Islam. Seperti anjuran dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “Hai orang-orang beriman, tunaikanlah akad-akad itu . . .”
(Q.S Al-Maidah (5) : 1)

Serta kaidah fikih yang berbunyi :

أَيْنَمَا وَجَدْتِ الْمَضْلِحَةَ فَهِيَ حُكْمُ اللَّهِ.

Artinya : “Dimana terdapat kemaslahatan, di sana terdapat hukum Allah”

Dalam penggunaannya, *e-money* syariah tentunya harus mematuhi prinsip- prinsip yang sudah ditetapkan. Prinsip inilah yang nantinya akan menjadi landasan umat muslim menggunakan *e-money*. Prinsip tersebut yaitu (Mumtas, 2015) dalam Wahyuni (2019) :

1. Terhindar dari maysir (unsur perjudian)
2. Tidak menimbulkan riba
3. Tidak mendorong israf (pengeluaran berlebihan)
4. Tidak untuk transaksi objek haram dan maksiat.

C. Grand Teori

1. Brunswik's Model

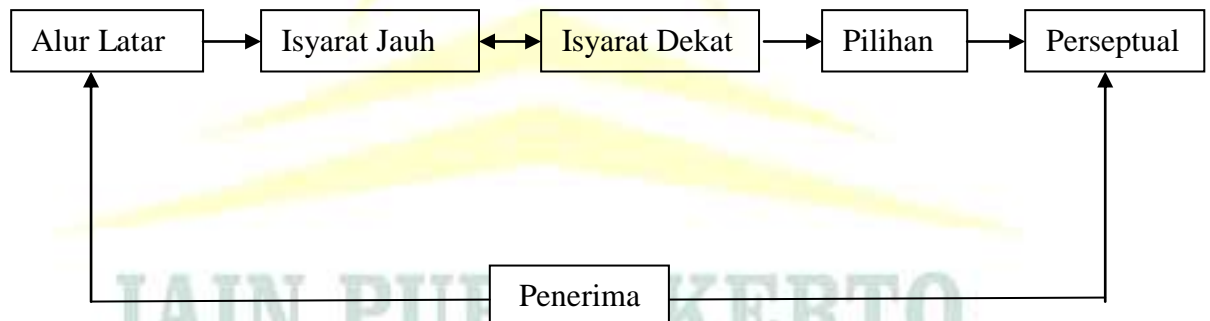
Brunswik's lens model adalah teori yang dikemukakan oleh Egon Brunswik pada tahun 1952. Egon Brunswik berpendapat bahwa persepsi terhadap realita yang akurat baik objek maupun sosial melibatkan

penggunaan isyarat cues probabilistic yang berkaitan dengan realita obyektif. Brunswik juga menyatakan bahwa rangsangan lingkungan menjadi terfokus lewat usaha perseptual. Pendekatan lensa model adalah untuk menangkap gagasan bahwa realita obyektif tidak pernah diamati secara langsung. Sebaliknya, isyarat cues yang berkaitan dengan realita obyektif harus diperhatikan dan ditafsirkan sebagai sesuatu yang relevan terhadap penilaian. Isyarat cues obyektif tersebut dapat dilihat melalui lensa persepsi dan penilaian yang subyektif (Jussim, 2012).

Penerimaan isyarat dianalogikan sebagai lensa kamera yang akan merekam berbagai elemen visual yang terjangkau oleh lensa. Semakin dekat jarak elemen dengan lensa, maka semakin mudah elemen tersebut direkam oleh kamera. Begitupun sebaliknya, semakin jauh elemen dari lensa, maka lensa akan semakin sulit merekamnya.

Gambar 1

Bagan Brunswik's Model



Brunswik's Model akan memberikan informasi yang signifikan untuk menentukan hubungan pengambilan keputusan dengan informasi yang tersedia. Penggunaan model ini akan memuat :

1. Pola dalam penggunaan informasi dalam berbagai model
2. Pembobotan yang digunakan pengambil keputusan atas informasi
3. Akurasi dari pengambil keputusan dari berbagai bidang dalam memprediksi dan mengevaluasi
4. Konsistensi dari pengambilan keputusan

5. Tingkat sudut pandang yang dimiliki pengambilan keputusan mengenai pola data

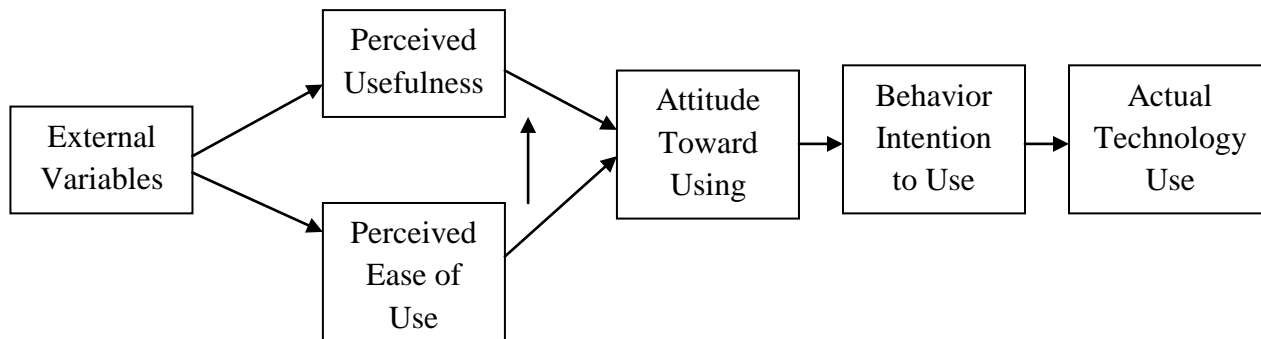
Teori Brunswik's ini akan mengukur sejauh mana seseorang mampu menjadikan persepsi sebagai salah satu tolak ukur pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, teori tersebut akan mengetahui bagaimana persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu untuk melakukan pengambilan keputusan yaitu meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). TAM dikembangkan oleh Fred D Davis (1989) berdasarkan model TRA. TAM mengemukakan bahwa penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007). TAM dinyatakan sebagai konsep yang terbaik dalam menjelaskan perilaku *user* (pengguna) terhadap sistem teknologi informasi.

Dalam menggunakan TAM, terdapat dua konstruk tambahan dari konsep TRA dengan adanya variabel eksternal, yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dari kedua konstruk tersebut diyakini dapat mempengaruhi penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi yang akan menimbulkan minat menggunakannya. Konstruk tersebut digambarkan seperti berikut :

Gambar 2
Model Penerimaan Teknologi (TAM)



Technology Acceptance Model digunakan untuk mengetahui seberapa besar penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi tersebut. Dalam penelitian ini hal tersebut dapat diketahui melalui bagaimana produk teknologi yaitu *e-money* dapat diterima oleh seseorang sehingga mampu meningkatkan minat penggunaannya.

D. Kajian Pustaka

Dalam penulisan proposal skripsi ini peneliti mengambil beberapa referensi baik dari buku, skripsi, jurnal, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan peneliti agar dapat dengan baik mendapatkan dan menggali informasi secara lebih mendalam dan terperinci mengenai topik penelitian yang dikaji.

Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money* dengan studi kasus mahasiswa IAIN Purwokerto, peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel tersebut, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	<p>Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E-money</i> (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro)</p> <p>(Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, Lala Irviana : 2016)</p>	<p>Persepsi Mahasiswa (X), Menggunakan <i>E-money</i> (Y)</p>	<p>Persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i>, persepsi keamanan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i></p>	<p>-Variabel independen pada penelitian adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan risiko. Sedangkan pada penelitian ini hanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.</p> <p>- Subyek yang diteliti adalah mahasiswa FEB UNDIP, sedangkan pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto</p>
2	<p>Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i> pada <i>Y Generation</i> (Studi Kasus Masyarakat Surakarta)</p> <p>(Amalya Dwi Wahyuni : 2019)</p>	<p>Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Lingkungan (X), Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Y)</p>	<p>Persepsi manfaat tidak berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan <i>e-money</i>, persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>, persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan</p>	<p>- Variabel independen pada penelitian yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan lingkungan. Sedangkan pada penelitian ini hanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat</p> <p>- Subyek penelitian pada masyarakat Surakarta, sedangkan penelitian ini pada mahasiswa IAIN Purwokerto</p>

			<i>e-money</i> , lingkungan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>	
3	<p>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Studi Kasus STIE Ahmad Dahlan Jakarta)</p> <p>(Sulistyo Seti Utami, Berlianingsih Kusumawati : 2017)</p>	<p>Faktor-faktor Menggunakan <i>E-money</i> (X), Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Y)</p>	<p>Variabel kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i>, variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i>, variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i></p>	<p>- Variabel independen pada penelitian yaitu kegunaan, kemudahan dan keamanan. Sedangkan pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat</p> <p>- Subyek pada variabel penelitian adalah mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta, sedangkan penelitian ini pada mahasiswa IAIN Purwokerto</p>
4	<p>Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Udayana Bali)</p> <p>(Andhika Bayu Pratama, I Dewa Gede Dharma Putra : 2019)</p>	<p>Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Kepercayaan (X), Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Y)</p>	<p>Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik,</p>	<p>- Variabel independen pada penelitian adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko, sedangkan pada penelitian ini hanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.</p> <p>- Subyek penelitian pada penelitian adalah mahasiswa Universitas Udayana Bali, sedangkan penelitian ini subyeknya adalah mahasiswa IAIN Purwokerto</p>

			persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik	
5	Pengaruh Tingkat Pemahaman <i>E- money</i> dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau <i>E-money</i> di Wilayah Tanah Abang) (Nisa Indira Vhistika : 2017)	Tingkat Pemahaman <i>E-money</i> dan Kemanfaatan (X), Minat Menggunakan <i>E- money</i> (Y)	Tingkat pemahaman berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> , kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e- money</i>	- Variabel independen penelitian adalah tingkat pemahaman dan kemanfaatan, sedangkan penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. - Subyek penelitian adalah masyarakat Tanah Abang, sedangkan penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto
6	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money Card</i> (Setyo Ferri Wibowo, Dede Rosmauli, Usep Suhud : 2015)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan (X), Minat Menggunakan <i>E-Money Card</i> (Y)	Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat, fitur layanan berpengaruh terhadap minat, kepercayaan berpengaruh terhadap minat	- Variabel independen pada penelitian adalah persepsi manfaat, kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan. Sedangkan pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. - Subyek penelitian pada penelitian adalah pengguna jasa <i>commuterline</i> di Jakarta, sedangkan penelitian ini subyeknya adalah mahasiswa IAIN Purwokerto
7	Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya	Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan,	Pendapatan yang tinggi tinggi menambah minat menggunakan	Variabel independen pada penelitian adalah pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan

<p>Tarik, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>E-money</i> (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)</p> <p>(Arsita Ika Adiyanti : 2015)</p>	<p>Daya Tarik, Promosi, dan Kepercayaan (X), Minat Menggunakan Layanan <i>E-money</i> (Y)</p>	<p><i>e-money</i>, manfaat produk baru menambah minat menggunakan <i>e-money</i> semakin mudah penggunaan minat menggunakan <i>e-money</i> semakin tinggi, daya tarik promosi mempengaruhi minat menggunakan <i>e-money</i>, kepercayaan dapat mempengaruhi minat menggunakan <i>e-money</i></p>	<p>penggunaan, daya tarik, promosi dan kepercayaan. Sedangkan, pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.</p> <p>- Subyek penelitian pada penelitian adalah mahasiswa Universitas Brawijaya, sedangkan penelitian ini subyeknya adalah mahasiswa IAIN Purwokerto</p>
---	---	--	---

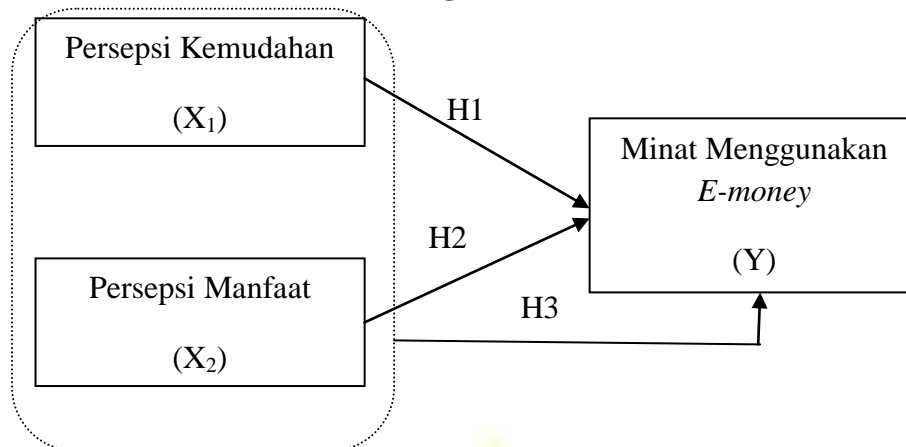
Sumber : Penelitian Terdahulu

Dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan dalam subyek maupun obyek penelitian. Penelitian ini akan berfokus pada persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto.

E. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (independen) yaitu Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2), sedangkan variabel terikatnya (dependen) adalah minat menggunakan *e-money* (Y).

Gambar 3
Kerangka Penelitian



X₁ = Variabel bebas 1, yaitu Persepsi Kemudahan

X₂ = Variabel bebas 2, yaitu Persepsi Manfaat

Y = Variabel terikat, yaitu Minat Menggunakan *E-money*

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka yang telah diuraikan serta berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan *et al* (2016) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan Adiyanti (2015) juga menyatakan semakin mudah fitur layanan semakin tinggi minat menggunakan *e-money*. Dengan beberapa penelitian tersebut dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan dapat meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

Ho : Persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

Ha : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

2. Penelitian yang dilakukan Pratama & Putra (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan Vhistika (2017) juga menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Ho : Persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

Ha : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aritonang & Arisman (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Ho : Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

Ha : Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*

IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang berada di Jalan Ahmad Yani No. 40 A, Karanganjing, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Tempat penelitian dipilih karena banyak mahasiswa IAIN Purwokerto yang sudah menggunakan *e-money* untuk transaksi, sehingga mempermudah dalam melakukan penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari tahun 2021 sampai dengan selesai.

B. Subyek dan Obyek penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subyek penelitian akan membahas karakteristik subyek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan (Martono, 2010). Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto.

2. Obyek Penelitian

Menurut Arikunto (2002), obyek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun obyek penelitian dalam tulisan ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta minat menggunakan *e-money*.

C. Jenis Penelitian

Jenis pada penelitian ini adalah penelitian *field research*, yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan pengambilan data di lapangan (Riyanto dan Hatmawan, 2020) dengan metode pendekatan kuantitatif dimana dalam pendekatan kuantitatif menggunakan data atau jumlah dari berbagai kualifikasi yang antara lain bentuk frekuensi, nilai rata-rata, penyimpangan dari nilai baku, presentase, nilai maksimum dan lain-lain (Arikunto, 2002). Menurut Ferdinand (2014), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diawali dengan mengembangkan hipotesis untuk memperoleh konsep baru dari pengolahan data secara kuantitatif. Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti (Sarwono, 2006). Sedangkan menurut Barlian (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Populasi akan memberikan informasi tentang banyak dan luasnya suatu tempat penelitian yang akan dikaji.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan tahun 2017-2020. Populasi tersebut dipilih karena memiliki potensi yang tinggi dalam menggunakan *e-money*, karena berdasarkan survey dari badan pusat statistik pada tahun 2017-2020 terjadi peningkatan yang signifikan dalam penggunaan teknologi oleh kaum millennial, bahkan pada 3 bulan terakhir tahun 2020, tercatat 78,56% penduduk diatas usia 5 tahun menggunakan telepon seluler/handphone dan 14,4 % yang menggunakan komputer (Badan Pusat Statistik, 2020) . Adapun jumlah populasi dari penelitian ini adalah 9.943 orang. Data tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4**Daftar Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2019/2020**

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2017	1931
2	2018	2040
3	2019	2563
4	2020	3409
Jumlah		9.943

Sumber : Kemahasiswaan IAIN Purwokerto

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Sampel dari sebuah populasi dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi dan dijadikan kesimpulan. Maka dari itu, sampel yang diambil haruslah representatif, dapat dipertanggungjawabkan dan mewakili populasi dalam sebuah penelitian.

Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Teknik ini digunakan agar sampel yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria dari sampel adalah mahasiswa aktif Institut Agama Islam Negeri Purwokerto angkatan 2017-2020 dan menggunakan salah satu produk *e-money*.

Penentuan pengambilan sampel ini berdasarkan rumus minimal sample size (Zainuddin, 2002) :

$$n = \frac{(z^2 \cdot a/2)^2 \cdot p \cdot (1-p) \cdot N}{d^2 \cdot (N-1) + (z^2 \cdot a/2)^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Keterangan :

n = Perkiraan jumlah sampel

N = Jumlah Sampel

$z^2_{\alpha/2}$ = Nilai Z pada derajat kepercayaan $1-\alpha/2 = (1,96)$

p = Perkiraan proporsi diteliti (0,55)

d = Tingkat kesalahan yang dipilih (0,1), nilai ini dipilih karena penelitian akan memiliki tingkat akurasi 90% dimana semakin kecil toleransi kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan (Damayanti & Merkisuwati, 2015)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,55 \cdot (1 - 0,55) \cdot 9943}{0,1^2(9943-1) + (1,96)^2 (0,55) (1-0,55)}$$

$$n = \frac{9453,7646}{99,42 + 0,9507}$$

$$n = \frac{9453,7646}{100,3709}$$

$$n = 94,188$$

Jumlah sampel berdasarkan rumus adalah 94,188. Namun untuk mengantisipasi kuisisioner yang tidak diisi dengan sempurna, maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

E. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut sekaligus obyek yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian (Siyoto & Sodik 2015). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat serta

minat menggunakan *e-money*. Variabel tersebut dibagi menjadi variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

a. Variabel independen (bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya (Sanusi, 2011). Variabel independen dilambangkan dengan X. Pada penelitian ini, variabel bebasnya adalah persepsi kemudahan (X1) dan persepsi manfaat (X2).

b. Variabel dependen (terikat)

Menurut Sanusi (2011), variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dilambangkan dengan Y. Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat menggunakan *e-money* (Y).

2. Indikator Penelitian

Tabel 5

Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Persepsi Kemudahan	1) Fleksibel 2) Mudah dipahami 3) Mudah digunakan
2	Persepsi Manfaat	1) Ketepatan penyelesaian pembayaran 2) Efisiensi pembayaran 3) Menghemat waktu dan tenaga
3	Minat Menggunakan <i>e-money</i>	1) Penggunaan <i>e-money</i> dalam keseharian 2) Pengisian Ulang Saldo 3) Penggunaan <i>e-money</i> dalam jangka waktu panjang

Sumber : Data olahan, Adaptasi dari Andiyanto, 2016

F. Sumber Data

Sumber data pada penelitian gunakan dua sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Kedua sumber data ini digunakan untuk saling melengkapi agar penelitian yang dilakukan memiliki data yang relevan.

1. Data primer

Menurut Wibisono (2003), data primer adalah data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul dan sumber data. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran dan pengisian angket/kuisisioner oleh mahasiswa IAIN Purwokerto, yang akan dilakukan menggunakan Google form.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain (Istijanto, 2009). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari pihak IAIN Purwokerto, buku, jurnal, skripsi, ataupun artikel dari internet.

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membahas tentang pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money*. Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk mendapatkan data yang relevan, penelitian ini menggunakan dua metode yaitu metode angket/kuesioner dan metode telusur pustaka (internet)

1. Metode angket/kuesioner

Metode angket/kuesioner digunakan karena lebih populer dalam penelitian dibandingkan dari jenis instrumen yang lain, karena dengan menggunakan cara ini dapat dikumpulkan informasi yang lebih banyak dalam waktu yang relatif pendek, dengan biaya yang lebih rendah (Muri Yusuf, 2014). Skala pengukuran yang digunakan dalam pengumpulan angket/kuisisioner yaitu *skala likert*, karena *skala likert* memberikan

peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan.

Tabel 6
Skala Likert

Skor	Jawaban
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat setuju

2. Metode telusur pustaka (Internet)

Menurut Burhan (2005), metode penelusuran data online adalah cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet. Metode ini memungkinkan peneliti dapat menggunakan data atau informasi online dengan cepat dan mudah.

H. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data primer yang didapatkan melalui angket/kuisisioner, penulis menggunakan teknis analisis data melalui uji statistik. Adapun uji statistik tersebut yaitu :

1. Uji Persyaratan Analisis, berupa :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner (Ma'sumah, 2019). Kuisisioner akan dikatakan valid apabila pertanyaan yang terkandung di dalamnya dapat mengungkapkan hal yang akan diukur dalam suatu penelitian. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan positif maka variabel tersebut dapat dikatakan valid, sedangkan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut dapat dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

Untuk mengetahui layak atau tidaknya item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikansi terhadap skor total (Priyanto, 2008). Uji validitas dapat mengetahui bagaimana penafsiran responden dalam

pertanyaan yang ada dalam kuisioner, apakah sama atau berbeda-beda. Jika penafsiran dari responden sama, maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid, dan sebaliknya jika penafsiran responden berbeda maka instrumen penelitian yang digunakan dikatakan tidak valid dan perlu diganti. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik product moment dari *Carl Pearson* :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum x \cdot y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisiensi korelasi suatu butir/item

N = Jumlah populasi

X = Skor variabel bebas

Y = Skor variabel terikat

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ketetapan alat dalam mengukur apa yang diukurnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner dari sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2018) pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama.

Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > 0,6$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Dalam penelitian ini, nilai r_{hitung} dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan/soal

σb^2 = Jumlah varian butir

σt^2 = Varian total

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *Rank Spearman*, *Kendall's W test* (Konkordansi Kendall) dan regresi ordinal. Kedua alat analisis ini digunakan karena data dalam penelitian merupakan data ordinal. Uji hipotesis dilakukan dengan mengetahui hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut :

$H_{0.1}$ = Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

$H_{a.1}$ = Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

$H_{0.2}$ = Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

$H_{a.2}$ = Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

$H_{0.3}$ = Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

$H_{a.1}$ = Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*

a. Rank Spearman

Korelasi *rank spearman* berfungsi untuk mencari korelasi antara 2 variabel (hubungan bivariate) di mana kedua variabel yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi

jenjang (ranking). Pengukuran ini dapat menjelaskan hubungan antara beberapa kelompok data yang telah diberi tingkat (Lind, 2008). Rumus korelasi *rank spearman* :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N di^2}{N^3 - N}$$

Keterangan :

ρ = Koefisien korelasi rank spearman

N = Jumlah Sampel

di^2 = Perbedaan antara ranking pada X dan Y yang telah dikuadratkan

b. Kendall's W (Konkordansi Kendall)

Uji konkordansi kendall digunakan untuk mengetahui seberapa besar korelasi variabel independen terhadap variabel dependen (Rihandoyo, 2009). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui korelasi antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*. Prinsip dalam uji ini adalah untuk mengetahui keselarasan dari subyek dalam menilai obyek tertentu. Keselarasan (konkordansi) memiliki nilai seperti korelasi yaitu 0 sampai dengan 1, jika 0 maka berarti responden sama sekali tidak selaras satu dengan yang lainnya dalam menilai suatu atribut, dan jika 1 maka semua responden sangat selaras dalam menilai suatu atribut. Pada umumnya, nilai konkordansi lebih dari 0,5 dianggap memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi (Santoso, 2010). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)}$$

Keterangan :

W : Koefisien korelasi Konkordansi Kendall W

S : Jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean R_j

k : Banyaknya himpunan ranking penjenjang

N : banyak individu yang diberikan ranking

$\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)$: Jumlah maksimum yang mungkin dicapai deviasi kuadrat

c. Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan salah satu model statistika yang menggambarkan suatu hubungan antara variabel respon atau variabel terikat (Y) dengan lebih dari satu variabel prediktor atau variabel bebas (X), dengan variabel respon lebih dari dua kategori serta skala pengukuran yang bersifat tingkatan (Hosmer dan Lemeshow, 2000). Teknik analisis regresi ordinal ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel prediktor yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dengan variabel respon yaitu minat menggunakan *e-money*. Analisis regresi ordinal ini dapat dilihat menggunakan persamaan matematika seperti berikut :

$$\text{Logit}(p_1) = \log \frac{p_1}{1 - p_1} = \alpha_1 + \beta' \chi$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2) = \log \frac{p_1 + p_2}{1 - p_1 - p_2} = \alpha_1 + \beta' \chi$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k) = \log \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k} = \alpha_1 + \beta' \chi$$

Keterangan :

p_1 = Probabilitas rendah

$p_1 + p_2$ = Probabilitas sedang

$p_1 + p_2 + p_3$ = Probabilitas tinggi

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat IAIN Purwokerto

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto merupakan pengembangan dan alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto. Secara historis, STAIN Purwokerto juga merupakan alih status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berkedudukan di Purwokerto.

Secara embrional, IAIN Purwokerto diilhami oleh pidato Menteri Agama RI, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saat peresmian Sekolah Persiapan (SP) IAIN (sekarang menjadi MAN 1) yang antara lain mengharapkan kepada para pendiri SP IAIN agar usaha pendidikan formal tidak berhenti sampai tingkat Aliyah (SLTA) saja. Akan tetapi, pendidikan formal tersebut dilanjutkan dengan usaha mendirikan fakultas-fakultas agama, yang pada saatnya dapat dimasukkan ke dalam Institut Agama Islam Negeri (Al-Djami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah) Yogyakarta, sehingga dapat memberi kesempatan belajar lebih lanjut kepada lulusan SP IAIN khususnya, dan SLTA pada umumnya.

Ajakan Menteri Agama RI tersebut kemudian disambut oleh K.H. Muslich, yang ketika itu, selain sebagai ketua Yayasan Al-Hidayah, Pendiri SP IAIN, juga anggota DPRGR, Anggota MPRS, serta anggota Dewan Perancang Nasional, dengan mengajak tokoh-tokoh muslim Banyumas lainnya, antara lain: H.O.S. Noto Soewiryo (Kepala Pengawas Urusan Agama Karesidenan Purwokerto); Drs. Muzayyin Arifin (Ketua SP IAIN Purwokerto); K.H. Muchlis (Penghulu pada Kantor Urusan Agama di Purwokerto), dan Muhammad Hadjid (seorang pengusaha di

Purwokerto) untuk mendirikan Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga. Tugas utama badan wakaf ini adalah mendirikan lembaga pendidikan tinggi agama di Purwokerto dengan segera.

Usaha keras Badan Wakaf yang diketuai oleh K.H. Muslich tersebut memperoleh simpati dan dukungan dari masyarakat luas. Oleh karenanya, pada 10 November 1962, Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga. Kemudian, pada tahun itu pula, 12 Desember 1962, Badan wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga secara resmi diakte- notariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut.

Setelah hampir dua tahun Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto berjalan, para pendiri yang dibantu para Residen Banyumas, melalui Rektor IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta mengusulkan kepada Menteri Agama agar Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto dinegerikan.

Akhirnya, dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 Tanggal 9 September 1964, Fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta, yang kemudian berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serah terima penegerian Fakultas Tarbiyah Purwokerto sekaligus penggabungannya dengan IAIN Sunan Kalijaga dilakukan pada 3 Nopember 1964. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto resmi menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto.

Selanjutnya, atas dasar pertimbangan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993, dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto dilimpahkan dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada IAIN Walisongo Semarang. Serah terima pengindukan dari IAIN Sunan Kalijaga kepada IAIN Walisongo itu baru bisa dilaksanakan pada 13

Desember 1994. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto.

Kemudian, dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 21 Maret 1997, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai perguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas.

Perubahan status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto ini memberi otonomi yang besar dan peluang yang banyak untuk mengembangkan potensi yang dimiliki STAIN Purwokerto sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi civitas akademika, dengan cara membuka Jurusan dan Program Studi baru, serta melakukan penyempurnaan kurikulum dan melakukan reformasi dalam berbagai aspek.

Pada tahun 2012 STAIN Purwokerto membuka Pascasarjana Strata 2 (S-2) yaitu Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) dan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 164 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Prodi, STAIN membuka program studi untuk Strata I (S.I) yaitu program studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) dan Manajemen Dakwah (MD).

Pada tahun 2014, status STAIN Purwokerto berubah dari SEKOLAH TINGGI menjadi INSTITUT. Perubahan status ini ditetapkan melalui Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014. Seiring dengan alih status menjadi IAIN, terjadi penambahan 10 (sepuluh) program studi strata satu (S-1) baru berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015 dan 4 program studi jenjang pascasarjana strata

dua (S-2). Sampai saat ini IAIN Purwokerto mengelola 5 Fakultas dengan 21 prodi S-1 yaitu :

- Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) :
Tadris Matematika (TMA), Tadris Bahasa Inggris (TBI), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD), Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
- Fakultas Syariah :
Perbandingan Madzhab (PM), Hukum Tata Negara (HTN), Hukum Keluarga Islam (HKI), Hukum Ekonomi Syariah (HES)
- Fakultas Dakwah :
Bimbingan Penyuluhan dan Konseling Islam (BKI), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Manajemen Dakwah (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
- Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora (FUAH) :
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (IAT), Sejarah Peradaban Islam (SPI), Studi Agama-Agama (SAA)
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) :
Perbankan Syariah (PS), Ekonomi Syariah (ES), Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW)
Serta 6 prodi S-2 (Fakultas Pascasarjana) :
Hukum Ekonomi Syariah, Pendidikan Agama Islam, Komunikasi Penyiaran Islam, Ekonomi Syariah, Ilmu Pendidikan Dasar Islam, Manajemen Pendidikan Islam.

Dan 1 prodi S-3 yaitu Multi Interdisipliner (TIPD Team IAIN Purwokerto, diakses pada 8 Maret 2021)

2. Visi dan Misi IAIN Purwokerto

a. Visi

“Unggul dan Islami dalam Mewujudkan Masyarakat yang Berkeadaban pada tahun 2039”

b. Misi

- 1) Melaksanakan pengajaran yang unggul
- 2) Mengembangkan studi Islam yang Inklusif-Integratif; dan
- 3) Mengembangkan nilai dan peradaban Islam Indonesia

B. Pengujian dan Hasil Analisis Data

1. Hasil Penyebaran Kuesioner

Kuesioner pada penelitian ini dibagikan melalui link *google form* dengan responden adalah mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020. Dari link penyebaran kuesioner tersebut, berikut hasil respondensinya :

Tabel 7
Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner diterima	100
Kuesioner yang memenuhi syarat	100
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat (tidak memiliki <i>e-money</i>)	0

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, terdapat 100 orang responden. Responden yang terdapat dalam penelitian ini adalah mahasiswa S-1 IAIN Purwokerto, tahun angkatan 2017- 2020 yang memiliki dan menggunakan uang elektronik (*e-money*). Gambaran umum responden akan memberikan penjelasan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan tahun angkatan. Karakteristik tersebut dapat diketahui melalui tanggapan responden dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Karakteristik responden dapat diketahui dengan melihat tabel berikut :

Tabel 8
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Klasifikasi	Jumlah	
			Angka	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin	Pria	22	22 %
		Wanita	88	88%
2	Tahun Angkatan	2017	36	36%
		2018	14	14%
		2019	30	30%
		2020	20	20%

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

Dari data diatas diketahui bahwa responden wanita lebih mendominasi daripada responden pria, dengan jumlah responden wanita sebanyak 88 orang (88%) dan responden pria hanya berjumlah 22 orang (22%). Sedangkan jika ditinjau dari tahun angkatan, terlihat bahwa tahun angkatan 2017 adalah responden terbanyak dengan jumlah 36 orang (36%), lalu diikuti oleh tahun angkatan 2019 sejumlah 30 orang (30%), tahun angkatan 2020 sejumlah 20 orang (20%) dan tahun angkatan 2018 sejumlah 14 orang (14%).

3. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* dapat dilihat dari jawaban responden terhadap setiap instrumen pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Setiap jawaban responden akan direkapitulasi secara keseluruhan. Berdasarkan rekapitulasi tersebut, maka hasilnya dijelaskan sebagai berikut :

a. Variabel Persepsi Kemudahan

Tabel 9

Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi skor)	Rata-rata
	SS	S	R	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Butir 1	54	39	6	0	1	445	4,45

Butir 2	36	60	3	1	0	431	4,31
Butir 3	54	41	4	0	1	447	4,47
Butir 4	46	50	3	0	1	440	4,40
Butir 5	44	46	10	0	0	434	4,34
Butir 6	26	55	16	2	1	403	4,03
Butir 7	41	53	5	0	1	433	4,33
Total	301	344	47	3	5	3033	4,33

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju akan tanggapan atas pertanyaan mengenai variabel persepsi kemudahan.

b. Variabel Persepsi Manfaat

Tabel 10

Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Manfaat

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi skor)	Rata-rata
	SS	S	R	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Butir 1	61	35	3	0	1	455	4,55
Butir 2	51	45	3	0	1	445	4,45
Butir 3	39	53	7	0	1	429	4,29
Butir 4	44	51	4	0	1	437	4,37
Butir 5	42	45	10	2	1	425	4,25
Butir 6	47	46	7	0	0	440	4,40
Butir 7	42	50	7	0	1	432	4,32
Total	326	325	41	2	6	3063	4,37

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,37. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju akan tanggapan atas pertanyaan mengenai variabel persepsi manfaat

c. Variabel Minat Menggunakan *E-money*

Tabel 11
Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel
Minat Menggunakan *E-money*

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi skor)	Rata-rata
	SS	S	R	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Butir 1	17	55	24	3	1	384	3,84
Butir 2	12	53	27	6	2	367	3,67
Butir 3	29	59	11	1	0	416	4,16
Butir 4	22	54	19	2	3	390	3,90
Butir 5	47	46	6	1	0	393	3,93

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa responden ragu-ragu akan tanggapan atas pertanyaan mengenai variabel minat menggunakan *e-money*.

4. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen merupakan suatu alat ukur yang dinyatakan valid jika instrument tersebut “benar benar benar” untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Suliyanto, 2018). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus $df = N-2$ untuk mencari nilai dari r_{tabel} , maka menjadi $df = 100-2 = 98$. Nilai r_{tabel} dari 98 adalah 0,1654.

Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian

Tabel 12
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,849	0,1654	Valid
	X1.2	0,732	0,1654	Valid
	X1.3	0,825	0,1654	Valid
	X1.4	0,793	0,1654	Valid
	X1.5	0,730	0,1654	Valid
	X1.6	0,604	0,1654	Valid
	X1.7	0,797	0,1654	Valid

Persepsi Manfaat	X2.1	0,740	0,1654	Valid
	X2.2	0,833	0,1654	Valid
	X2.3	0,815	0,1654	Valid
	X2.4	0,810	0,1654	Valid
	X2.5	0,556	0,1654	Valid
	X2.6	0,755	0,1654	Valid
	X2.7	0,843	0,1654	Valid
Minat Menggunakan <i>E-money</i>	Y1	0,599	0,1654	Valid
	Y2	0,695	0,1654	Valid
	Y3	0,754	0,1654	Valid
	Y4	0,675	0,1654	Valid
	Y5	0,684	0,1654	Valid
	Y6	0,472	0,1654	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk seluruh item pertanyaan variabel penelitian yaitu variabel persepsi kemudahan, variabel persepsi manfaat dan variabel minat menggunakan *e-money* lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,1654 atau dapat dikatakan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dikatakan valid dan sesuai dengan peraturan sistem ukur yang telah ditentukan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Suliyanto (2018), instrument dinyatakan reliabel, jika diatas 0,60, dan instrumen dinyatakan tidak reliabel, jika kurang dari 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian :

Tabel 13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Standar nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X_1)	0,876	>0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X_2)	0,872	>0,60	Reliabel
Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Y)	0,720	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa *cornbach's alpha* untuk variabel persepsi kemudahan adalah 0,876, variabel persepsi manfaat adalah 0,872 dan variabel minat menggunakan *e-money* adalah 0,720. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *cornbach's alpha* yaitu 0,60 atau dapat dikatakan $r_{hitung} > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dikatakan reliabel dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya sehingga mampu memperoleh data yang konsisten

5. Uji Hipotesis

a. Rank Spearman

Korelasi *rank spearman* akan memberikan informasi tentang hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian, dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai sig. (2-tailed) > 0,05 maka H_0 diterima
- Jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05 maka H_0 ditolak

Sedangkan untuik melihat tingkat keeratannya maka dapat menggunakan kualifikasi :

Tabel 14
Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,019	Sangat Lemah
0,20-0,39	Lemah
0,40-0,59	Sedang

0,60-0,79	Kuat
0,80-0,99	Sangat Kuat
1,000	Sempurna

Sumber : Seran, 2020

Berikut hasil dari pengujian *rank spearman* dalam penelitian ini :

Tabel 15
Hasil Uji Rank Spearman

Correlations

		PersepsiKemudah an(X1)	PersepsiManfaat(X2)	MinatMenggunakanE -Money(Y)
Spearman's rho	PersepsiKemudahan(X1)	1.000	.500**	.489**
	Correlation Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.004
	N	100	100	100
	PersepsiManfaat(X2)	.500**	1.000	.569**
	Correlation Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	100	100	100
	MinatMenggunakanE- Money(Y)	.289**	.369**	1.000
Correlation Coefficient				
Sig. (2-tailed)	.004	.000	.	
N	100	100	100	

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilakukan interpretasi sebagai berikut :

1. Nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi kemudahan (X_1) sebesar $0,004 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan (X_1) dengan minat menggunakan *e-money* (Y). Tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut sebesar 0,489 yang artinya memiliki hubungan yang sedang. Angka tersebut bernilai positif sehingga memiliki hubungan searah, artinya semakin besar persepsi kemudahan (X_1) maka minat menggunakan *e-money* juga akan semakin tinggi (Y).

2. Nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi manfaat (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi manfaat (X_2) dengan minat menggunakan *e-money* (Y). Tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut sebesar 0,569 yang artinya memiliki hubungan yang sedang. Angka tersebut bernilai positif sehingga memiliki hubungan searah, artinya semakin besar persepsi manfaat (X_2) maka minat menggunakan *e-money* juga akan semakin tinggi (Y).

b. Kendall's W

Uji Kendall's W dilakukan untuk mengetahui keselarasan dari nilai-nilai sampel yang diujikan. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Berikut adalah hasil uji Kendall's W dari penelitian ini :

Tabel 16
Hasil Uji Kendall's W

Test Statistics

N	100
Kendall's W ^a	.572
Chi-Square	134.333
Df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansinya sebesar 0,000 atau yang berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *e-money* (Y). Nilai kendall's w sebesar 0,572 mengindikasikan bahwa data yang diujikan memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi karena nilainya lebih dari 0,5.

c. Regresi Ordinal

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi ordinal. Analisis regresi ordinal digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*. Berikut hasil statistik analisis regresi ordinal:

Tabel 17
Hasil Uji Regresi Ordinal
Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Minat Menggunakan E-money (Y)	TidakSetuju	2	2.0%
	Ragu-ragu	37	37.0%
	Setuju	55	55.0%
	SangatSetuju	6	6.0%
Persepsi Kemudahan (X1)	SangatTidakSetuju	1	1.0%
	Ragu-ragu	14	14.0%
	Setuju	69	69.0%
	SangatSetuju	16	16.0%
Persepsi Manfaat (X2)	SangatTidakSetuju	1	1.0%
	Ragu-ragu	15	15.0%
	Setuju	66	66.0%
	SangatSetuju	18	18.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel *case processing summary* diatas, dijelaskan bahwa banyaknya data yang diolah berjumlah 100 data. Data tersebut terolah dengan baik, terlihat dari nilai 100% *valid* dan 0 *missing*. Berdasarkan data dari 100 responden, diketahui bahwa pada variabel minat

menggunakan *e-money* (Y) dengan kategori sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%, tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%, ragu-ragu sebanyak 37 orang atau 37%, setuju sebanyak 55 orang atau 55% dan sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Sedangkan pada variabel persepsi kemudahan (X_1) kategori sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%, ragu-ragu sebanyak 14 orang atau 14%, setuju sebanyak 69 orang atau 69% dan sangat setuju sebanyak 16 orang atau 16%. Dan pada variabel persepsi manfaat (X_2) kategori sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%, ragu-ragu sebanyak 15 orang atau 15%, setuju sebanyak 66 orang atau 66% dan sangat setuju sebanyak 18 orang atau 18%.

Tabel 18
Hasil Uji Regresi Ordinal

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	70.836			
Final	39.556	31.279	5	.000

Link function: Logit.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel *model fitting information*, akan memberikan informasi apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $>$ alpha (0,05) maka model tidak signifikan
- Jika nilai signifikansi $<$ alpha (0,05) maka model signifikan

Nilai *-2 log likelihood* awal (*intercept only*) tanpa memasukkan variabel independen sebesar 70,836. Sedangkan nilai *-2 log likelihood* akhir (*final*) dengan memasukkan variabel independen berubah menjadi 39,556. Perubahan nilai yang menurun ini merupakan nilai *chi-square* yaitu sebesar 31,279 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga dapat

disimpulkan bahwa model regresi ordinal yang digunakan sudah signifikan dan cocok digunakan dengan model yang mengandung variabel independenya (*final model*).

Tabel 19
Hasil Uji Regresi Ordinal

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	14.088	16	.592
Deviance	13.583	16	.630

Link function: Logit.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel *Goodness of Fit* memberikan informasi uji kesesuaian model dengan data. Dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $>$ alpha (0,05) maka model signifikan
- Jika nilai signifikansi $<$ alpha (0,05) maka model tidak signifikan

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai Pearson sebesar 14,088 dengan tingkat signifikansi 0,592 dan nilai Deviance sebesar 13,583 dengan tingkat signifikansi 0,630. Kedua nilai signifikansi $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang dihasilkan sesuai dengan prediksi model regresi ordinal yang digunakan sehingga model layak digunakan.

Tabel 20
Hasil Uji Regresi Ordinal

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.363
Nagelkerke	.470
McFadden	.304

Link function: Logit.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel *Pseudo R-Square* akan memberikan informasi seberapa besar variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependennya.

Besarnya nilai tersebut dapat dilihat pada *Nagelkerke* yang memberikan nilai tertinggi yaitu 0,470. Nilai tersebut berarti bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) dapat menjelaskan variabel minat menggunakan *e-money* (Y) sebesar 47%. Sedangkan sisanya yaitu 53% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 21
Hasil Uji Regresi Ordinal

Parameter Estimates

	Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Threshold [Y = 2.00]	-8.321	1.335	38.875	1	.000	-10.937	-5.705	
	[Y = 3.00]	-5.102	.997	26.179	1	.000	-7.056	-3.148
	[Y = 4.00]	.943	.627	2.263	1	.033	-.286	2.173
Location	[X1=1.00]	-3.354	1.019	10.843	1	.001	-5.350	-1.358
	[X1=3.00]	-3.646	1.327	7.545	1	.006	-6.248	-1.044
	[X1=4.00]	-3.018	.975	9.579	1	.002	-4.930	-1.107
	[X1=5.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2=1.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2=3.00]	-3.265	1.058	9.529	1	.002	-5.338	-1.192
	[X2=4.00]	-1.866	.920	4.117	1	.042	-3.668	-.063
	[X2=5.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel *Parameter Estimate* akan menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi dengan dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $>$ alpha (0,05) maka model tidak signifikan
- Jika nilai signifikansi $<$ alpha (0,05) maka model signifikan

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi pada variabel persepsi kemudahan (X_1) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y). Semakin tinggi persepsi kemudahan maka pengaruh minat menggunakan *e-money* juga akan meningkat.

2. Nilai signifikansi pada variabel persepsi manfaat (X_2) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi manfaat (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y). Semakin tinggi persepsi manfaat maka pengaruh minat menggunakan *e-money* juga akan meningkat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh persepsi kemudahan (X_1) terhadap minat menggunakan *e-money* (Y)

Hasil korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi kemudahan (X_1) sebesar $0,004 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,489 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan maka minat menggunakan *e-money* juga semakin meningkat. Selain itu, berdasarkan hasil pemilihan jawaban responden, rata-rata jawaban setiap indikator sebesar 4,33 menunjukkan responden setuju bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel persepsi kemudahan (X_1) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ramadhan, *et al* (2016) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Selain itu penelitian dari Adiyanti

(2015) juga mengemukakan bahwa semakin mudah penggunaannya, maka minat menggunakan *e-money* juga semakin tinggi. Kemudahan akan membuat pengguna sistem lebih efektif dan efisien dalam menjalankan aktifitasnya. Kemudahan ini memberikan prespektif bahwa *e-money* merupakan produk aplikatif dari teknologi yang dalam pengoperasian sistemnya membutuhkan sedikit usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya. Sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) bahwa penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi akan mempengaruhi minat menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan ini dapat dijadikan informasi kepada orang lain untuk menggunakan *e-money*. Hal ini sejalan dengan teori Brunswik's model (1952) yang menyatakan bahwa informasi akan menentukan pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2017-2020. Mahasiswa IAIN Purwokerto mampu memahami persepsi kemudahan dalam menggunakan *e-money* sebagai salah satu alat pembayaran.

2. Pengaruh persepsi manfaat (X_2) terhadap minat menggunakan *e-money* (Y)

Hasil korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi manfaat (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,569 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan maka minat menggunakan *e-money* juga semakin meningkat. Selain itu, berdasarkan hasil pemilihan jawaban responden, rata-rata jawaban setiap indikator sebesar 4,37 menunjukkan responden setuju bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel persepsi manfaat (X_2) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi manfaat (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Pratama & Putra (2014) bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (*e-money*). Selain itu penelitian dari Vhistica (2017) juga mengemukakan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Persepsi manfaat akan dirasakan oleh pengguna saat mendapatkan keuntungan dari sesuatu, dengan meningkatkan kinerja dari seseorang. Manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) bahwa penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi akan mempengaruhi minat menggunakan teknologi tersebut. Manfaat yang dirasakan oleh pengguna tentu akan menjadi sumber informasi bagi orang lain yang akan menggunakan *e-money*. Hal ini sejalan dengan teori Brunswik's model (1952) yang menyatakan bahwa informasi akan menentukan pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2017-2020, karena pengguna merasakan manfaat yang diperoleh dengan menggunakan *e-money* seperti menghemat waktu dan tenaga serta lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan uang tunai.

3. Pengaruh persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) secara simultan terhadap minat menggunakan *e-money* (Y)

Hasil *Kendall's W* menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai

signifikansinya sebesar 0,000 atau yang berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Nilai *kendall's w* sebesar 0,572 mengindikasikan bahwa data yang diujikan memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi.

Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Pseudo R-Square*, nilai *Nagelkerke* yang memberikan nilai tertinggi yaitu 0,470. Nilai tersebut berarti bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) dapat menjelaskan variabel minat menggunakan *e-money* (Y) sebesar 47%. Sedangkan sisanya yaitu 53% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Aritonang & Arisman (2019) bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat akan menjadikan pengguna *e-money* merasa bahwa sistem teknologi yang diterapkan dalam *e-money* dapat mempermudah dan memberikan keuntungan atau manfaat pada aktifitas pengguna. Semakin mudah dan banyak manfaat yang diperoleh ketika menggunakan *e-money* maka semakin meningkat juga minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dapat secara bersamaan mempengaruhi minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020. Mahasiswa IAIN Purwokerto telah merasakan kemudahan dan manfaat yang diperoleh dari menggunakan *e-money*, selain itu juga telah melakukan gerakan sistem pembayaran elektronik untuk membantu mewujudkan masyarakat *cashless society* di Indonesia.

Mahasiswa IAIN Purwokerto, secara umum adalah mahasiswa yang menganut agama Islam. Islam mendukung perkembangan teknologi untuk mendukung kesejahteraan umat manusia. Oleh karena itu, dalam melakukan aktivitas sehari-hari haruslah dilandasi oleh hukum Islam yang bersangkutan. Mahasiswa IAIN Purwokerto, dapat mendukung perkembangan teknologi ini salah satunya dengan menggunakan

e-money dalam transaksi keuangannya mengingat *e-money* membuat transaksi keuangan lebih efektif dan efisien. Penggunaan *e-money* ini tetap mempertimbangkan aspek syariah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 dengan prinsip syariah sesuai dengan akad-akad yang sudah ditentukan seperti tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 1, dan tetap mengindahkan prinsip-prinsip yang telah dijadikan landasan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*).

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, tentu terdapat keterbatasan yang tidak dapat dilakukan oleh penulis selama melakukan penelitian. Keterbatasan penelitian tersebut yaitu :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-money* selain variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Hal tersebut diketahui dari besarnya nilai *Nagelkerke* yang memberikan nilai 0,470. Nilai tersebut berarti bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) dapat menjelaskan variabel minat menggunakan *e-money* (Y) sebesar 47%. Sedangkan sisanya yaitu 53% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan skala likert sehingga data yang dikumpulkan hanya menggambarkan pendapat dari responden mengenai *e-money*. Selain itu penyebaran kuisisioner menggunakan *google form* juga tidak dapat mengetahui alasan pasti tentang pendapat responden yang diberikan pada penelitian ini.
3. Penelitian ini tidak dapat menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang masih tinggi tingkat penyebarannya dan pemberlakuan kebijakan *lockdown* sehingga antara peneliti dan responden tidak dapat bertemu secara langsung untuk memperdalam jawaban responden.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kemudahan untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi kemudahan (X_1) sebesar $0,004 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,489 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan maka minat menggunakan *e-money* juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel persepsi kemudahan (X_1) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi manfaat untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai sig. (2-tailed) variabel persepsi manfaat (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,569 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin tinggi persepsi manfaat maka minat menggunakan *e-money* juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel persepsi kemudahan (X_2) seluruhnya $< 0,05$, artinya variabel persepsi manfaat (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Y).

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama untuk meningkatkan minat menggunakan *e-money* pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai uji *kendall's w* pada signifikansinya sebesar 0,000 atau yang berarti $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Nilai *kendall's w* sebesar 0,572 mengindikasikan bahwa data yang diujikan memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Pseudo R-Square*, nilai *Nagelkerke* yang memberikan nilai tertinggi yaitu 0,470. Nilai tersebut berarti bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi manfaat (X_2) dapat menjelaskan variabel minat menggunakan *e-money* (Y) sebesar 47%. Sedangkan sisanya yaitu 53% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat. Saran tersebut diantaranya :

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-money* seperti persepsi kegunaan, persepsi keamanan, lingkungan, fitur layanan, daya tarik, tingkat pemahaman, serta pendapatan.
2. Bagi pihak Bank Indonesia (BI) serta pemerintah diharapkan dapat lebih gencar melakukan sosialisasi terkait gerakan nasional non tunai (GNTT) dengan penggunaan *e-money* agar masyarakat lebih memilih *e-money* dibandingkan dengan instrumen lain sebagai alat pembayaran sehari-hari.
3. Bagi produsen uang elektronik diharapkan dapat mempermudah cara mendapatkan uang elektronik dengan memberikan informasi kepada masyarakat serta melakukan penambahan merchant agar lebih mudah dijangkau oleh para pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Burhanuddin. 2006. *Paper Seminar International Toward a Less Cash Society in Indonesia*. Jakarta : Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia.
- Ajzen, I. 2015. "Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions". *Rivista di Economia Agraria*, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138. DOI: 10.13128/REA-18003. ISSN (print): 0035-6190. ISSN (online): 2281-1559.
- Almuntaha, Eska. 2008. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking pada Nasabah di Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Adiyanti, Arsita. 2015. "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money". *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Andriyanto, Y. 2016. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah istimewa Yogyakarta)". *Jurnal FEB UNY*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. 2018. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus pada Pengguna Go-pay)". *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta : CV. Darmaputra.
- Bank of International Settlement dalam Implication of Central Banks of Development of Electronic Money*, Oktober 1996.
- Barlian, Eri. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bell AP, Greene CT, Fisher DJ & Baum A. 2001. *Environmental Psychology*. Orlando : Hacourt College Publisher.

- Burhan, Bungin. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Candraditya, Idris Habsari. 2013. "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Candrawati, dkk. 2020. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan E-money*. Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial. Malang : Politeknik Negeri Malang.
- Damayanti, Ika Gusti & Merkusiwati, Ni K. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dosen akuntansi pada Perguruan Tinggi di Propinsi Bali. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, No.12 Vol.3, September 2015.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived of Ease of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 5 : pp319-339.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Fatwa DSN-MUINo.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Seri Pustaka Kunci.
- Gerungan. 2009. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT.Refika Aditama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenawan, Goenardjoadi. 2018. *New Money : Riba, Siapa Bilang?*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Hidayati, dkk. 2006. *Operasional E-money*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Hosmer, D.W dan S. Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression*. New York : John Willey and Sons.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta :Salemba Empat.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jussim, L. 2012. *Social Perception and Social Reality : Why Accuracy Dominates Bias and Self-Fulfilling Prophecy*. Oxford: Oxford University Press.

- Lind, D. 2008. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ling, Jonathan dan Jonathan Catling. 2012. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ma'sumah, Siti. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data*. Banyumas : CV. Rizquna.
- Muri Yusuf, A. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nur, Fadli M. *E-Money :Solusi Transaksi Mikro Modern*. Jakarta: Sekolah Tinggi Akuntansi Negara.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor.20/6/PBI/2018, tentang Uang Elektronik.
- Permana, P. 2015 .“Analisis Struktur Industri Bisnis Uang Elektronik (*E-money*) di Indonesia”. *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Pratama, Andika Bayu dan Putra, I Dewa Gede Darma Putra. 2014. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Udayana Bali)”. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 27 No.2 Mei 2019.
- Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purnomo, dkk. 2012. *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik*. Jakarta: Visimedia.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus *E-money* kartu Flazz BCA). *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ramadhan *et al.* 2016.“Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-money*”. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 13 No.2.
- Ri'fah, Sifwatir. 2019. “Fenomena Cashless Society di Era Millenial dalam Prespektif Islam”. *Journal Of Sharia Economics*, Vol.2 No.1 Juni 2019.
- Rihandoyo. 2009. *Alat Uji Hipotesis Penelitian Sosial Non Parametrik*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rivai, V, dkk. *Bank and Financial Institution Mangement*. Jakarta: PT. Raja Grafindo

- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, A.A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, Singgih. 2010. *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sardiman. 2012. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman dan Leslie. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Seran, Sirilius. 2020. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sianturi, Mika Hastuti & Suhadak. 2019. "Analisis Pengaruh GNTT (Gerakan Nasional Non Tunai) Terhadap Nilai Transaksi Nasabah dan Dampaknya Terhadap Makroekonomi Indonesia (Studi pada Bank Indonesia 2014-2018)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.7 No.1 Mei 2019. Malang: Universitas Brawijaya.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudarsono. 1995. *Kenakalan Remaja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi.
- TIPD Team, IAIN Purwokerto pada <http://iainpurwokerto.ac.id/sejarah/> diakses pada 8 maret 2021 pukul 15.36 WIB.
- Venkatesh, V dan Davis, F.D. 2000. *A Theoretical Extention of The Technologi Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, 46 (2).

- Vhistika, Nisa Indira. 2017. "Pengaruh Tingkat Pemahaman E-money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau *E-money* di Wilayah Tanah Abang)". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wahyuni, Amalya Dwi. 2019. "Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Lingkungan Terhadap Minat Menggunakan *E-money* pada *Y Generation* (Studi Kasus Masyarakat Surakarta)". *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, dkk. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa *Commuterline* di Jakarta)". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 6 No.1.
- Widjana, Mahardika Aditya. 2010. "Determinan Faktor Penerimaan terhadap *Internet Banking* pada Nasabah Bank di Surabaya". *Tesis*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Zainuddin, Ali. 2002. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafik.



IAIN PURWOKERTO

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan E-money (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)"

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi, sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S-1 di IAIN Purwokerto, saya Atik Agreta mahasiswi S-1 Ekonomi Syariah 2017 memohon kepada saudara/i untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengisian kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar penelitian ini memiliki kredibilitas yang tinggi.

Seluruh kerahasiaan data responden akan dijaga dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja, serta tidak disebar luaskan kepada pihak lain tanpa persetujuan Anda. Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan partisipasi saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini,

Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

NIM :

Fakultas :

Apakah Anda memiliki e-money?

Ya Tidak

Sejak kapan Anda menggunakan e-money? (Tuliskan tahun saja) :

Apa produk e-money yang Anda gunakan? (Tuliskan nama produknya) :

Sudah berapa kali Anda menggunakan e-money?

- 1 – 5 kali
- 6 – 10 kali
- Lebih dari 10 kali



IAIN PURWOKERTO

Berikanlah tanggapan Anda terhadap pernyataan berikut ini dengan memberikan tanda tick mark (√) pada jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban Anda.

Petunjuk :

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Bacalah setiap pertanyaan yang dimaksud dengan seksama, dan kemudian pilihlah jawaban yang dianggap sesuai.

A. Persepsi Kemudahan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya dapat menggunakan <i>e-money</i> dengan mudah					
2	Saya dapat memahami <i>e-money</i> dengan mudah					
3	Saya dapat menggunakan <i>e-money</i> dengan praktis					
4	Saya dapat menggunakan <i>e-money</i> dengan fleksibel					
5	Saya dapat mengakses layanan <i>e-money</i> dengan mudah					
6	Merchant/tempat untuk melakukan transaksi pembayaran menggunakan <i>e-money</i> mudah dijangkau dan ditemui					
7	Fitur yang tersedia dalam layanan <i>e-money</i> memudahkan transaksi					

B. Persepsi Manfaat

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> menghemat waktu dan tenaga					
2	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien					
3	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> meminimalisir kesalahan dan uang rusak					
4	Menggunakan <i>e-money</i> dapat mengetahui jumlah uang yang digunakan secara pasti					
5	Menggunakan <i>e-money</i> sering mendapatkan potongan harga atau diskon dari produk tertentu					
6	<i>E-money</i> lebih aman dan mudah dibawa					
7	<i>E-money</i> memudahkan mobilitas saya					

C. Minat Menggunakan *E-money*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya akan mencari informasi tentang <i>e-money</i>					
2	Saya akan sering menggunakan <i>e-money</i> untuk transaksi sehari-hari					
3	Saya akan menggunakan <i>e-money</i> dalam jangka panjang					
4	Saya akan tetap mengisi saldo <i>e-money</i> yang saya miliki					
5	Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>e-money</i> kepada orang lain					
6	<i>E-money</i> layak digunakan era sekarang maupun mendatang					

Lampiran 2. Data Responden

DATA RESPONDEN

No	Nama	NIM	Menggunakan E-money sejak tahun	Produk E-money yang digunakan
1	Maya Kristin Santoso	1917201081	2019	Shopee pay
2	Rizki	1717201126	2020	Shopeepay
3	Fika Puspitasari	1717201022	2016	Doku Wallet
4	Kelfina Agustiani I	1717406066	2021	Shopee pay
5	Siska	1717201041	2020	Shopee pay
6	Rima	1717201027	2016	Gopay, ovo, shopee pay, dana, m banking
7	Pawittazkiya	1717201036	2017	Ovo, shopeepay
8	Fanny Aprillia	1917202097	2017	E-money mandiri
9	Dede Prasetyo	1717201012	2019	OVO, Dana
10	Unik Lestari	1717201044	2020	Ovo, Dana, Shopeepay, Go Pay
11	Dhuha Hanif Bahtiar	1717201147	2018	TAPCASH, BRIZZI
12	Harry Nurhidayat	1817201143	2017	M-banking
13	Muhammad Faisal Kafi	1917204005	2019	Shoopepay
14	Anisa Nur Hidayah	1717201003	2019	BRIZZI, LINKAJA, GOPAY, OVO
15	Iip parikesit arumbinang rahman	1917201300	2019	Mbanking
16	Dewi Indras Iswari	1717201013	2019	Ovo, Shoppepay
17	Tovikurohman Ramadani	1717201043	2016	Dana, Gopay
18	Zukhrufah Ash Shodiqoh	1917201271	2019	Flazz BCA
19	Shintia Assifa Laras Ati	1717201040	2020	Shopeepay
20	Khoerul Aziza	1717201030	2018	Dana, linkaja, shopeepay
21	Faizal Syahputra Nasution	1917201145	2019	Gopay, OVO, Dana,
22	Berly Anindya	1717201009	2018	Flazz, ovo, gopay

23	Inna mahmudah	2017104001	2018	Shope
24	Erlina	1717201016	2019	Ovo, shopee pay
25	Fera Agus Dwiyaningsih	1717201021	2019	Mbanking, ovo, shopee pay
26	Syitta	1717201042	2019	shopee pay
27	Deby Yuliana	1717201011	2019	JakCard, Brizzi
28	Rohadatul Ais	1717202096	2019	DANA
29	Putri Dwi Sartika	1717202093	2017	Ovo
30	Adiati Nur Pratiwi	2017202280	2020	Ovo
31	Gusti Vito Perdana	1717201025	2020	Ovo
32	Zaenita Puput Anjani	1717201178	2019	Shopeepay
33	Delfia Nur Khasanah	1817201053	2017	Shopy pay
34	Sefni Yuswiyah	1717201039	2019	OVO
35	Yekti Kurniasri	1717401048	2019	Shopee
36	wiwit retnoningsih	1717401045	2020	shopeepay
37	Afiffah Syauqi Qurrata 'Ayun	1917201240	2018	i-saku, gopay, shopee pay
38	Ismi Mutiara Putri Santoso	1917101077	2019	Shopee pay, Dana
39	Sani umami	1917101025	2016	BRI
40	Kholifatus Sholihah	1917503013	2019	shopee pay
41	The wisdom	1917503019	Ngga punya	Ngga punya
42	Tesa Maulana	1817501040	2020	Dana & Shopeepay
43	Rochmatun Nisa	1917503026	2017	Indomaret
44	Nalurita Uswatun Chasanah	2017406039	2018	Shopee
45	Intan Setianingsih	1917503020	2020	
46	Ratna Febriana	1717202094	2018	Shopee pay, gopay, ovo, link aja
47	Nikmatul Khoiriyah	1717201033	2017	Gopay, shopeepay, ovo
48	Triyani	1817202176	2018	Ovo
49	Lubna	1817407061	2018	Shope pay dan ovo grab
50	Ihda Nurunnisa	1817402232	2017	Shopee pay, ovo, dana
51	Hilda Nurul Aeni	1717201026	2018	Shopee Pay, Gopay, Ovo
52	Maznan Arifudin	1717201032	2017	Ovo, Dana
53	Siti Rokhayatun	1917201013	2020	Shopeepay
54	Setya Murti	1717402034	2020	Go Pay

55	Reza amalia asti	1717201037	2019	Shopee pay dan go pay
56	Linda	1817304032	2017	ATM, m-banking
57	Alif Aziz Ibrahim	1717101001	2016	Bitcoin
58	Apriliya Nurul Mawadah	1771201004	2020	Shopeepay dan Linkaja
59	Nihayatul Fadilah	1817403031	2020	E-money mandiri untuk Pembayaran ditoko swalayan (indomart/alfamart?)
60	Ade Puji Lestari	2017201232	2019	Ovo
61	Nabila Putri kholifatur Rosyida	2017201049	2018	Ovo, Dana, Gopay, dll
62	Dewi Aminah	1917202191	2019	gopay, dana, shopay, ovo
63	Abdul chamid	1917204001	2019	ATM BRI
64	Muawanah	1917202032	2017	DANA & OVO
65	Sofyan Hanafi	1917202003	2020	Ovo
66	Mochamad Behaqi	2017202100	2019	Shopee pay, gopay
67	Citra Nurlaela Putri	2017201237	2019	Shopeepay, ovo
68	Purnomo Wahyu Murti	2017201109	2019	Go Pay, OVO, BCA Mobile, BCA Internet Banking
69	Nadiana Dewi	1917204036	2019	BCA
70	Dwi Restu Meilia	1917204002	2017	BRI
71	Putri Pebriyani Susilo	1917202187	2019	BRI
72	Tri Meliana R.P	2017202185	2018	Link aja, internet banking
73	Pramudita Hesti Pratiw	1917204027	2019	BRImo, OVO, ShopeePay
74	PUTI SYAIKHAH	2017204055	2018	Jasa Kereta
75	Reres Agustin	1917201175	2 tahun lalu	OVO
76	Zaqi Wahyu Romadhon	2017204080	2020	Ovo
77	Nisa Khoeriyah	1917202192	2019	Dana, Ovo
78	Sugi Fitriyani	2017204083	2019	Ovo
79	Farhan makruf	2017204064	2018	Dana, ovo
80	Aulia Amanda Lestari	2017204073	2019	ATM BRI

81	Kalandari Aizatul Fatta	1917201022	2019	Shopee pay
82	Nina Widianti	1817204030	2020	Dana, shopeepay
83	Della Putri Wardani	1917204035	2020	Shopeepay
84	Riri Setiya Wahyuni	1817202121	2017	Dana, Link Aja, Ovo
85	BRILIAN RINO	2017204032	2021	DANA
86	lidy dwi savira	2017201089	2019	ovo
87	Abdul Karim Al Mubarak	2017201150	2020	Shopeepay
88	Syafa Mayanti Putri	2017201246	2017	Brizzi
89	Lailatusy Syifa	1917202174	2018	Gopay
90	Risqi utami	1917201149	2019	Mobile banking
91	Dwi Intan Pandini	1817201054	2019	Dana, Ovo
92	Gita Sri Mulyani	1717201149	2020	Dana
93	Rosa Lintang	1717101083	2019	Shopeepay
94	Robi Maratul Hikma	1817201203	2019	Ovo, Shopeepay
95	Pratiwi Ilandini	1817201200	2019	Ovo
96	Fatmah	2017404007	2020	Shopeepay
97	Heru Pratama	1917201096	2020	Shopeepay
98	Ibrahim Hasan	2017201061	2018	Shopeepay
99	Safutri	1917201090	2020	Dana, Shopeepay
100	Umi Hani	2017202241	2020	Ovo



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 3. Data Pengujian

DATA PENGUJIAN

A. Persepsi Kemudahan

Responden	Butir Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	4	5	5	3	3	4
7	5	5	5	5	5	4	4
8	5	5	5	5	5	4	5
9	5	5	5	5	4	4	5
10	5	4	5	4	5	5	5
11	4	5	4	5	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	5	4	4	4	4	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5
16	5	4	5	4	5	4	5
17	5	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	5	5	5	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	5	5	5	4	5
25	5	3	5	4	4	2	5
26	4	4	4	3	4	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4
29	5	4	5	5	5	4	5
30	4	4	5	4	3	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4

32	5	5	4	5	4	4	4
33	3	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	3	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4
37	5	4	4	5	4	3	4
38	5	5	5	4	5	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	4	3	4
43	4	4	4	4	4	3	4
44	4	4	5	5	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	4	4	4	5
47	4	4	4	4	5	3	4
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	5	4	3	5	5
50	5	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	3	5
52	5	5	5	5	5	4	5
53	5	4	5	4	5	4	4
54	5	4	5	5	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4
57	3	2	3	3	5	4	3
58	4	4	5	5	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	3	4
61	4	5	5	4	5	5	4
62	5	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5
65	3	4	3	4	3	4	4
66	5	5	5	5	4	3	4
67	1	4	1	1	4	1	1
68	5	5	5	4	5	4	5
69	4	5	4	5	5	3	4
70	5	5	5	5	5	5	5

71	5	5	5	4	5	5	5
72	5	4	5	5	3	4	5
73	5	5	4	4	5	5	4
74	5	5	5	5	5	5	5
75	5	4	5	4	4	4	5
76	5	5	5	5	5	4	5
77	4	4	4	4	3	3	4
78	5	4	5	5	4	4	5
79	5	5	5	5	5	3	4
80	3	4	4	4	3	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4
83	5	4	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4
87	3	5	4	4	3	2	3
88	5	4	5	5	5	3	3
89	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4	5	5
91	4	3	4	4	4	4	4
92	5	4	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4
95	5	4	5	5	5	4	5
96	4	4	5	4	3	3	4
97	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	4	5	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4
100	5	4	5	5	5	4	5

B. Persepsi Manfaat

Responden	Butir Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	4	5	4	5	4
7	4	3	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	4	5	3	4	4
10	5	5	5	5	5	5	4
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	4	5
15	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	4	4	4	3	4
17	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	4	5
25	5	5	4	4	4	4	5
26	3	4	4	4	5	3	4
27	5	5	5	5	3	5	5
28	5	5	4	4	4	4	4
29	5	5	4	5	5	5	5
30	5	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	3	4
33	5	4	4	4	5	5	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	4	4	4	4	5

36	4	4	4	4	4	4	3
37	4	4	5	5	4	5	3
38	5	5	5	5	4	5	5
39	5	5	5	5	2	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	3	4	4
43	4	4	4	3	4	4	4
44	5	5	5	4	5	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	4	4	5	4	4
47	4	4	4	4	5	5	4
48	4	4	4	4	4	4	3
49	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	5	4	4
54	5	5	5	5	4	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	3	4	1	4	4
58	5	4	3	4	4	4	3
59	4	4	4	4	3	4	4
60	5	4	5	5	5	5	5
61	4	4	4	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	4
63	4	4	4	4	2	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4
66	5	4	3	5	4	5	4
67	1	1	1	1	4	4	1
68	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	4	5	4	3	4
70	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	3	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5
73	5	4	4	4	4	5	4
74	5	5	5	5	5	5	5

75	5	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	4	4	3	3	4
78	5	5	3	4	4	5	5
79	5	5	4	5	5	5	5
80	4	4	4	4	5	4	3
81	5	4	4	4	4	4	4
82	3	4	4	4	4	4	4
83	5	5	4	4	5	5	4
84	4	4	3	4	5	4	4
85	5	5	5	5	4	5	5
86	5	4	4	4	4	4	4
87	4	3	4	4	3	4	3
88	4	5	5	5	3	5	5
89	5	5	5	5	3	5	5
90	5	5	5	3	5	4	5
91	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	4	4	5	5	4
93	4	4	3	4	5	4	4
94	5	5	4	4	4	4	4
95	5	5	4	5	5	5	5
96	5	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	3	4
99	4	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	4	5	5

IAIN PURWOKERTO

C. Minat Menggunakan *E-money*

Responden	Butir Pernyataan					
	1	2	3	4	5	6
1	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4
4	4	3	3	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5
6	2	2	3	1	3	5
7	2	3	4	3	3	5
8	5	4	5	5	5	5
9	4	4	5	3	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	4	3	4	4	4	5
12	5	5	4	4	4	4
13	4	5	5	4	3	5
14	5	5	5	5	5	5
15	1	1	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4	4
17	3	4	4	3	3	4
18	4	4	4	4	4	4
19	3	3	4	3	4	5
20	3	4	4	3	4	4
21	4	4	5	3	4	5
22	2	4	4	4	4	5
23	4	4	4	4	4	5
24	5	5	5	4	5	5
25	4	4	4	4	4	5
26	3	3	4	3	2	5
27	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4
29	3	3	4	4	3	5
30	3	4	4	5	3	5
31	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	4	4	4
33	3	2	5	5	3	5
34	4	4	4	4	3	4
35	3	3	4	4	4	4

36	3	2	4	2	4	4
37	4	3	4	4	4	4
38	4	3	4	4	5	5
39	3	2	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3
42	4	3	3	3	3	4
43	4	3	4	3	3	4
44	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	4	5
47	4	4	4	4	4	4
48	4	4	5	4	4	3
49	3	4	3	3	3	3
50	3	4	4	4	4	4
51	5	3	5	3	5	5
52	4	5	5	4	5	5
53	4	3	4	4	4	4
54	4	4	4	3	4	5
55	4	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	1
57	4	3	3	2	3	4
58	3	3	5	4	4	5
59	3	4	4	4	4	4
60	5	4	4	4	4	4
61	5	4	5	5	4	5
62	4	4	3	3	4	4
63	3	2	4	4	3	4
64	4	4	4	4	4	4
65	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3
67	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	3	5
69	3	3	4	3	4	5
70	4	4	5	5	4	5
71	4	3	5	5	4	5
72	4	4	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	5
74	5	5	5	5	5	5

75	4	3	4	4	3	4
76	4	4	4	4	4	4
77	5	3	4	3	3	4
78	5	4	5	5	4	5
79	5	5	5	5	5	5
80	4	3	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	3	4
83	4	4	4	5	5	4
84	4	4	5	4	4	5
85	5	4	5	4	4	5
86	4	4	4	4	4	4
87	5	2	2	1	3	3
88	3	1	5	1	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	4	3	4	5	3	5
91	4	4	4	3	4	4
92	4	4	4	5	5	4
93	4	4	5	4	4	5
94	4	4	4	4	4	4
95	3	3	4	4	3	5
96	3	4	4	5	3	5
97	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	5	4

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

UJI VALIDITAS

A. Persepsi Kemudahan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	SUMX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.598**	.789**	.682**	.543**	.291**	.618**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.598**	1	.569**	.617**	.424**	.303**	.408**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.789**	.569**	1	.700**	.484**	.253*	.633**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.682**	.617**	.700**	1	.478**	.261**	.547**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.009	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.543**	.424**	.484**	.478**	1	.457**	.474**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.291**	.303**	.253*	.261**	.457**	1	.589**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.011	.009	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.618**	.408**	.633**	.547**	.474**	.589**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMX1	Pearson Correlation	.849**	.732**	.825**	.793**	.730**	.604**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	SUMX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.598**	.789**	.682**	.543**	.291**	.618**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.598**	1	.569**	.617**	.424**	.303**	.408**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.789**	.569**	1	.700**	.484**	.253*	.633**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.682**	.617**	.700**	1	.478**	.261**	.547**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.009	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.543**	.424**	.484**	.478**	1	.457**	.474**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.291**	.303**	.253*	.261**	.457**	1	.589**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.011	.009	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.618**	.408**	.633**	.547**	.474**	.589**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMX1	Pearson Correlation	.849**	.732**	.825**	.793**	.730**	.604**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

B. Persepsi Manfaat

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	SUMX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.751**	.471**	.502**	.286**	.524**	.537**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.751**	1	.623**	.658**	.292**	.486**	.730**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.471**	.623**	1	.678**	.325**	.557**	.710**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.502**	.658**	.678**	1	.237*	.604**	.705**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.018	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.286**	.292**	.325**	.237*	1	.348**	.292**	.556**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.001	.018		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.524**	.486**	.557**	.604**	.348**	1	.545**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.537**	.730**	.710**	.705**	.292**	.545**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMX2	Pearson Correlation	.740**	.833**	.815**	.810**	.556**	.755**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

C. Minat Menggunakan *E-money*

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	SUMY
Y1	Pearson Correlation	1	.477**	.259**	.136	.312**	.078	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.178	.002	.438	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.477**	1	.332**	.325**	.451**	.069	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.000	.493	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.259**	.332**	1	.559**	.430**	.399**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.136	.325**	.559**	1	.331**	.235*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.178	.001	.000		.001	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.312**	.451**	.430**	.331**	1	.136	.684**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001		.177	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.078	.069	.399**	.235*	.136	1	.472**
	Sig. (2-tailed)	.438	.493	.000	.018	.177		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SUMY	Pearson Correlation	.599**	.695**	.754**	.675**	.684**	.472**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

UJI RELIABILITAS

A. Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	7

B. Persepsi Manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	7

C. Minat Menggunakan *E-money*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	6

IAIN PURWOKERTO

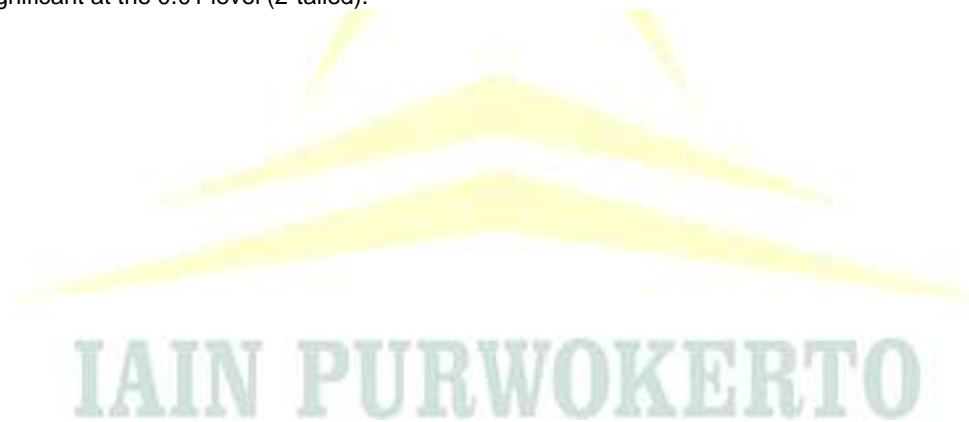
Lampiran 6. Uji Rank Spearman

UJI RANK SPEARMAN

Correlations

		PersepsiKemudahan(X1)	PersepsiManfaat(X2)	MinatMenggunakanE-Money(Y)
Spearman's rho	PersepsiKemudahan(X1)	1.000	.500**	.489**
	Correlation Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.004
	N	100	100	100
	PersepsiManfaat(X2)	.500**	1.000	.569**
	Correlation Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	100	100	100
	MinatMenggunakanE-Money(Y)	.289**	.369**	1.000
Correlation Coefficient				
Sig. (2-tailed)	.004	.000	.	
N	100	100	100	

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



Lampiran 7. Uji Kendall's W

UJI KENDALL'S W

Test Statistics

N	100
Kendall's W ^a	.572
Chi-Square	134.333
Df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's Coefficient of Concordance



Lampiran 8. Uji Regresi Ordinal

UJI REGRESI ORDINAL

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Minat Menggunakan E-money (Y)	TidakSetuju	2	2.0%
	Ragu-ragu	37	37.0%
	Setuju	55	55.0%
	SangatSetuju	6	6.0%
Persepsi Kemudahan (X1)	SangatTidakSetuju	1	1.0%
	Ragu-ragu	14	14.0%
	Setuju	69	69.0%
	SangatSetuju	16	16.0%
Persepsi Manfaat (X2)	SangatTidakSetuju	1	1.0%
	Ragu-ragu	15	15.0%
	Setuju	66	66.0%
	SangatSetuju	18	18.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	70.836			
Final	39.556	31.279	5	.000

Link function: Logit.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	14.088	16	.592
Deviance	13.583	16	.630

Link function: Logit.

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.363
Nagelkerke	.470
McFadden	.304

Link function: Logit.

Parameter Estimates

	Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Threshold [Y = 2.00]	-8.321	1.335	38.875	1	.000	-10.937	-5.705	
	[Y = 3.00]	-5.102	.997	26.179	1	.000	-7.056	-3.148
	[Y = 4.00]	.943	.627	2.263	1	.033	-.286	2.173
Location	[X1=1.00]	-3.354	1.019	10.843	1	.001	-5.350	-1.358
	[X1=3.00]	-3.646	1.327	7.545	1	.006	-6.248	-1.044
	[X1=4.00]	-3.018	.975	9.579	1	.002	-4.930	-1.107
	[X1=5.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2=1.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.
	[X2=3.00]	-3.265	1.058	9.529	1	.002	-5.338	-1.192
	[X2=4.00]	-1.866	.920	4.117	1	.042	-3.668	-.063
	[X2=5.00]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Lampiran 9. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : J. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.lampurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR Nomor : 1832/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/IX/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

N a m a : **Atik Agreta**
N I M : 1717201008
Semester : VII
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Berdasarkan Surat Rekomendasi Sidang Seminar Proposal Revisi Substansi dan Metodologi Proposal dengan Judul :

"Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)"

Pada Tanggal **25 September 2020** dan dinyatakan **LULUS**.

Dengan perubahan proposal /hasil Proposal sebagai berikut :

1. Substansi Masalah
 - Teori yang melandasi penelitian, data dari mahasiswa IAIN.
2. Metodologi Penelitian
 - Standar ukur yang digunakan dalam teknik analisis data primer.
3. Teknik Penulisan
 - Penambahan variabel X dan Y pada kajian pustaka
4. Lain-lain
 - Tambahkan referensi di setiap paragraf latar belakang masalah
5. Saran
 - Munculkan teori utama dari penelitian yang akan dilakukan

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan Riset penulisan Skripsi program S-1. Terima kasih.

Dibuat di : Purwokerto
Tanggal : 29 September 2020
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dewi Laila Hilvatin, M.S.I
NIP. 19650811112 200912 2 007

Lampiran 10. Surat Keterangan Lulus Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-636624 Fax. 0281-636553; febl.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1205/In.17/FEBLJ ES/PP.009/V/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Atik Agreta
NIM : 1717201008
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 27/05/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **87 / A**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **28 Mei 2021**
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 11. Surat Ijin Riset



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53125
Telp : 0281-635824, 628250, Fax : 0281-635553, www.iaipuwokerto.ac.id

Nomor : 1990In.17/FEBI.J.ES.PP.009/X/2020 Purwokerto, 26 Oktober 2020

Lamp. : -

Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.
Kabag Akademik dan Kemahasiswaan IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Atik Agreta
2. NIM : 1717201008
3. Semester / Program Studi : VII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2020/2021
5. Alamat : Jalan Raya Panisihan RT 02 Rw 04, Panisihan-Maos-Cilacap
6. Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat dalam Meningkatkan Minat Menggunakan E-money (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat
2. Tempat/ Lokasi : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 27 Oktober s/d 25 Desember 2020
4. Metode Penelitian : Kuisioner/angket dan telusur pustaka

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Nurul Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubhag Akademik
3. Arsip

Lampiran 12. Serifikat Pengembangan Bahasa Inggris



Lampiran 13. Serifikat Pengembangan Bahasa Arab



Lampiran 14. Serifikat BTA/PPI

 IAIN PURWOKERTO	<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : J. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id</p> <hr/> <h2>SERTIFIKAT</h2> <p>Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/I/2019</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p><u>ATIK AGRETA</u> 1717201008</p> <table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>74</td></tr><tr><td>2. Yaitil</td><td>75</td></tr><tr><td>3. Tahfidz</td><td>70</td></tr><tr><td>4. Inia'</td><td>70</td></tr><tr><td>5. Praktek</td><td>70</td></tr></tbody></table> <p>NO. SERI: MAJ-G1-2019-461</p> <p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p>Purwokerto, 24 Januari 2019 Mudir Ma'had Al-jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	74	2. Yaitil	75	3. Tahfidz	70	4. Inia'	70	5. Praktek	70
MATERI UJIAN	NILAI												
1. Tes Tulis	74												
2. Yaitil	75												
3. Tahfidz	70												
4. Inia'	70												
5. Praktek	70												



Lampiran 15. Serifikat Aplikom

SERTIFIKAT
APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: J. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-639624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/4510/III/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:
ATIK AGRETA
NIM: 1717201008
Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 22 Mei 2000

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	85 / A-
Microsoft Excel	95 / A
Microsoft Power Point	95 / A

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

Purwokerto, 02 Maret 2021
Kepala UPT TIPD

Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 16. Serifikat KKN



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 17. Serifikat PPL

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. : 0281-635624, Fax : 0281-635553, website : febi iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 881/In.17/D.FEBI/PP.009/3/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : **ATIK AGRETA**
NIM : **1717201008**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Periode Semester Gasal 2020/2021 di:

DINAS PEKERJAAN UMUM KABUPATEN BANYUMAS

Mulai Bulan Januari 2021 sampai dengan Februari 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **B7 (A)** Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah/Skripsi*.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 30 Maret 2021

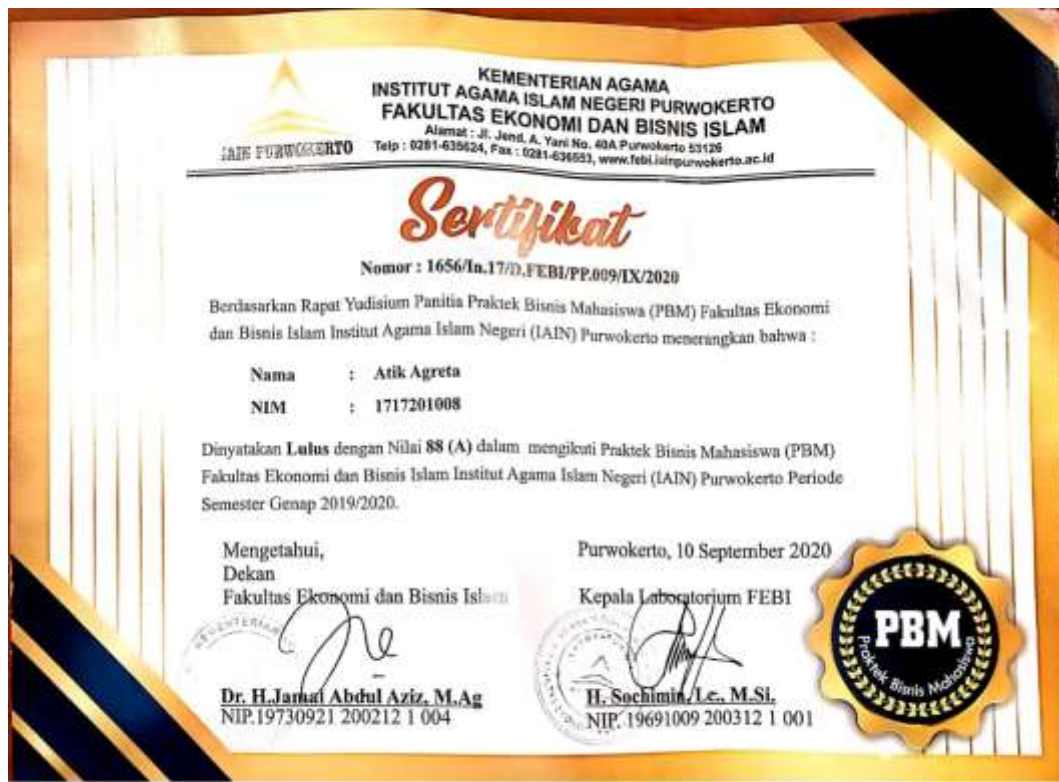
Kepala Laboratorium FEBI


H. Soedjono, Lc., M.Si
NIP.19691009 200312 1 001

CS Dipindai dengan CamScanner

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 18. Serifikat PBM



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR RIWAYAT HDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Atik Agreta
2. NIM : 1717201008
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 22 Mei 2000
4. Alamat Rumah : Jalan Raya Panisihan RT 02/RW 04 Desa Panisihan Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Sukirno
Nama Ibu : Amin Ningsih

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Pertiwi Setyorini Maoslor
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri Panisihan 01, lulus tahun 2011
 - c. SMP/MTs, tahun lulus : SMP Negeri 2 Maos, lulus tahun 2014
 - d. SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 1 Maos, lulus tahun 2017
 - e. S-1, tahun masuk : IAIN Purwokerto, tahun masuk 2017
2. Pendidikan Non Formal
Pondok Pesantren Roudlotul 'Ulum, Karangsalam Kidul

C. Pengalaman Organisasi

1. Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2019/2020, 2020/2021
2. Komunitas Studi Ekonomi Islam IAIN Purwokerto