

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI TEKNOLOGI  
TERHADAP ADOPSI UANG ELEKTRONIK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen**

**(S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Madituh Gabsir**

**NPM: 16 03 23053**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**Skripsi**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI TEKNOLOGI  
TERHADAP ADOPSI UANG ELEKTRONIK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**

**MADITUH GABSIR**

**NPM: 16 03 23053**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

 ACC  $\frac{13}{8}$  '2020

**A. Jatmiko Wibowo, SE., SIP., MSF.**

**13 Agustus 2020**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

## SURAT KETERANGAN

No. 732/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 11 September 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. A. Jatmiko Wibisono, SE., SIP., MSF. | Ketua Penguji |
| 2. Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.     | Anggota       |
| 3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.      | Anggota       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Madituh Gabsir  
NPM : 160323053

Dinyatakan

### Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Madituh Gabsir telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI TEKNOLOGI  
TERHADAP ADOPSI UANG ELEKTRONIK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Agustus 2020

Yang menyatakan



**Madituh Gabsir**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria, atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Teknologi terhadap Adopsi Uang Elektronik pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta”, dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah mendukung melalui doa, semangat, waktu, ide, dan kasih yang diberikan kepada saya. Maka dikesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, yang selalu menyertai dan memberkati dalam keadaan apapun hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, Ora Et Labora (bekerja dan berdoa).
2. Bapak Alexander Jatmiko, SE., SIP., MSF. Sebagai dosen pembimbing skripsi yang sudah menyediakan waktu, memberikan kesabaran, pikiran, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen, karyawan, dan *staff* FBE UAJY yang telah membrikan ilmu, tenaga, bimbingan, dukungan dan pikiran selama menempuh pendiidkan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktu untuk membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Orangtua tercinta, Mamak yang ada disurga dan Bapak terima kasih untuk setiap doa & nasihat yang diberikan kepada penulis dan juga selalu

memberikan cinta kasih, menyayangi, membimbing, mendukung, dan memberikan semangat setiap saat.

6. Kakak, Abang, dan Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, saran, doa, waktu, dan semangat yang diberikan kepada penulis.
7. Yoga Andrean sebagai partner terbaik sejak semester dua, yang selalu menemani, membantu segalanya, memberikan waktu, semangat, dukungan, dan cinta kasih.
8. Teman-teman seperjuangan WW SIS, Kezia sejak awal kuliah hingga akhir perkuliahan, Gian, Melisa, Gracia, dan Claudia untuk semua perhibahan, ilmu, semangat, dukungan, dan cerita nanonano selama menempuh pendidikan di UAJY.
9. Sobat Istri Pejabat, Veny dan Sanja terima kasih sudah menjadi teman untuk bersenang-senang (liburan, rayain ulangtahun, keluh kesah).
10. Teman-teman KOS PAGAR PUTIH, Nonik, Kak Maria, Anggi, Ajeng, Stefani, dan Gita sudah menjadi teman hidup selama dirumah kedua a.k.a KOS. Terima kasih untuk setiap pengalamannya.
11. Sobat Ambyar KKN, Melani, Kama, Gery, Aprel, Dea, Jones, Natasha untuk semua kenangan nanonano selama QQN.
12. Keluarga UKM KOPMA, sudah memberikan pengalaman yang indah selama mengabdikan pada KOPMA, terima kasih sudah menjadi keluarga kedua. Khususnya Kak Vhikara untuk waktu dan ilmu yang sudah diberikan.

13. Semua teman-teman seperjuangan skripsi Pak Alex, khususnya Agatha Sekar untuk semangat dan dukungan serta bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir.

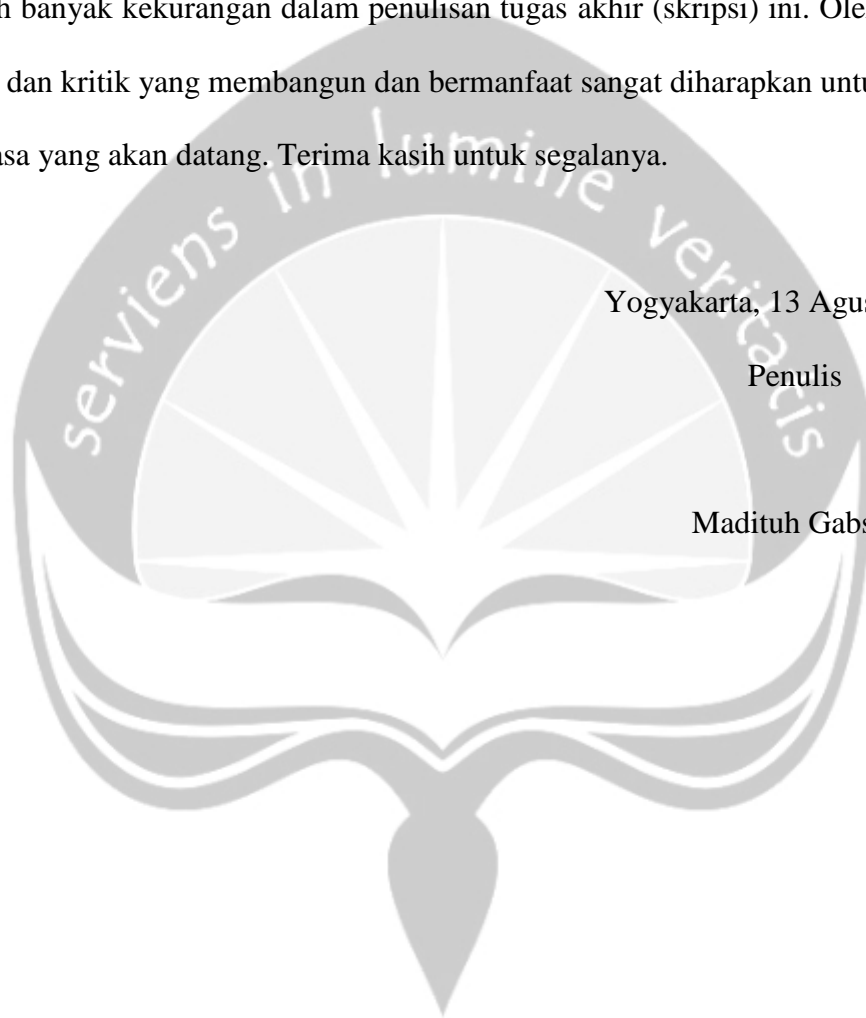
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir (skripsi) ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dan bermanfaat sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Terima kasih untuk segalanya.

Yogyakarta, 13 Agustus 2020

Penulis

Madituh Gabsir



## **MOTTO**

**“Mengandalkan Tuhan dalam Segala Hal dan Selalu Bekerja Keras  
Karena Usaha Tidak akan Mengkhianati Hasil”**





Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mamak yang ada di surga, Bapak, Kakak, Abang, seluruh keluarga dan sahabat yang  
saya cintai dan kasihi



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI TEKNOLOGI  
TERHADAP ADOPSI UANG ELEKTRONIK PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA**

**YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**Madituh Gabsir**

**NPM: 16 03 23053**

**Pembimbing**

**Alexander Jatmiko Wibowo, SE., SIP., MSF.**

**INTISARI**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan dan literasi teknologi terhadap adopsi uang elektronik pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menyebarkan kuesioner secara *online* kepada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2016, 2017, 2018, dan 2019 untuk mendapatkan data primer.

Penelitian ini menggunakan variabel *Perceived Behavioral, Subjective Norms, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Financial Literacy, Technology Literacy, dan Attitude Toward Adoption*. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel yang diperoleh sebanyak 350 sampel yang diteliti. Pada penelitian ini untuk pengujian instrumen kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dan untuk analisis data menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh bahwa *Perceived Behavioral*, *Subjective Norms*, *Financial Literacy*, dan *Technology Literacy* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*. Sedangkan untuk *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*. Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa *Financial Literacy* dan *Technology Literacy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap *Adoption*.

**Kata Kunci:** literasi keuangan, literasi teknologi, adopsi teknologi, uang elektronik, dan *e-money*

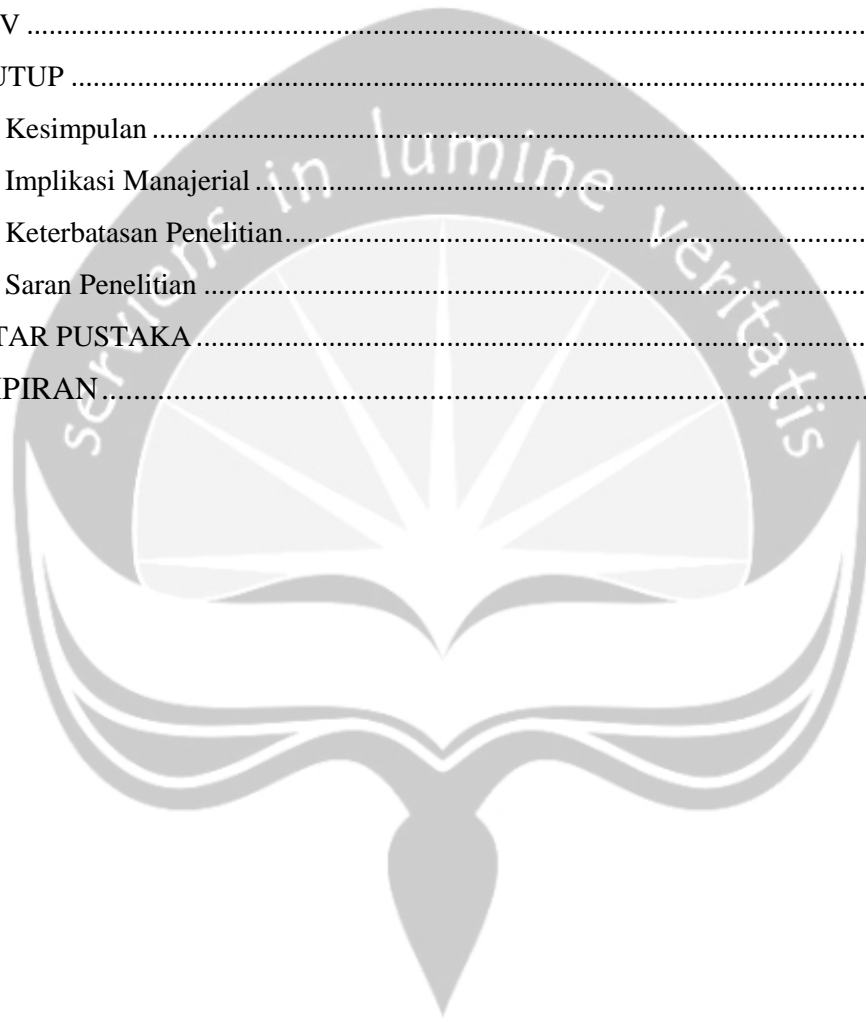


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	viii
INTISARI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Literasi Keuangan.....	10
2.1.2 Literasi Teknologi.....	13
2.1.3 Adopsi.....	15
2.1.4 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	17
2.1.5 <i>Theory Planned Behavioral (TPB)</i> .....	19
2.1.6 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	21
2.1.7 Sistem Pembayaran.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1 <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	34

2.3.2 <i>Subjective Norms</i> .....	35
2.3.3 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	35
2.3.4 <i>Perceived Risks</i> .....	36
2.3.5 <i>Financial Literacy</i> .....	36
2.3.6 <i>Techonology Literacy</i> .....	37
2.3.7 <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	37
2.4 Kerangka Berpikir.....	38
BAB III .....	39
METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian dan Teknik Pengumpulan.....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Instrumen Penelitian dan Pengukuran.....	41
3.4 Definisi Operasional dan Ringkasan Variabel Penelitian .....	42
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian .....	45
3.5.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.7 Metode Analisis Data.....	46
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	46
3.7.2 <i>Structural Equation Model</i> .....	46
BAB IV .....	52
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Pengujian Instrumen .....	52
4.1.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	52
4.2 Analisis Data.....	55
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	55
4.2.2 <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	65
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	78
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	83
4.3.2 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	83
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	84

4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	85
4.3.5 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	86
4.3.6 Pengaruh <i>Technology Literacy</i> terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i> .....	86
4.3.7 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Adoption</i> .....	87
4.3.8 Pengaruh <i>Technology Literacy</i> terhadap <i>Adoption</i> .....	88
4.3.9 Pengaruh <i>Attitude Toward Adoption</i> terhadap <i>Adoption</i> .....	89
BAB V .....	90
PENUTUP .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Implikasi Manajerial .....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4 Saran Penelitian .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN.....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Penyelenggaran Uang Elektronik.....	25
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. Defenisi Operasional.....	43
Tabel 4. Ringkasan Variabel Penelitian.....	44
Tabel 5. Uji Validitas.....	54
Tabel 6. Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 8. Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i> .....	72
Tabel 9. <i>Computation of Degree of Freedom</i> .....	75
Tabel 10. Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	79
Tabel 11. Hubungan Antar Variabel.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Transaksi Uang Elektronik 2009-Agustus 2019.....	4
Gambar 2. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) .....	19
Gambar 3. <i>Theory Planned Behavioral</i> (TPB) .....	21
Gambar 4. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	23
Gambar 5. Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 6. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 7. Kelompok Responden Berdasarkan Umur.....	57
Gambar 8. Kelompok Responden Berdasarkan Program Studi.....	58
Gambar 9. Kelompok Responden Berdasarkan Angkatan.....	59
Gambar 10. Kelompok Responden Berdasarkan Lama Menempuh Kuliah.....	60
Gambar 11. Kelompok Responden Berdasarkan Uang Saku.....	61
Gambar 12. Kelompok Responden Berdasarkan Uang Elektronik.....	62
Gambar 13. Kelompok Responden Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan.....	63
Gambar 14. Kelompok Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	64
Gambar 15. Kelompok Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.....	65
Gambar 16. Kelompok Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan.....	66
Gambar 17. Diagram Alur.....	67
Gambar 18. <i>Full Model</i> .....	68
Gambar 19. Nilai Batas <i>Mahalonbis Distance</i> .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Validitas.....	102
Lampiran 2. Uji Reliabilitas.....	105
Lampiran 3. Gambar Model.....	108
Lampiran 4. Uji Normalitas.....	110
Lampiran 5. Uji <i>Outlier</i> .....	115
Lampiran 6. <i>Degree of Freedom</i> .....	117
Lampiran 7. <i>Fit Model</i> .....	119
Lampiran 8. Uji Hipotesis.....	121
Lampiran 9. Kuesioner.....	134

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini yang semakin pesat, yang diakibatkan kuatnya arus globalisasi mampu mempengaruhi segala aspek dalam kehidupan masyarakat, salah satu aspek yang dipengaruhi adalah dalam bidang teknologi keuangan. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan masih kurang dan tidak merata. Semakin berkembangnya teknologi dan kurangnya pemahaman masyarakat tersebut, maka masyarakat semakin dituntut agar bijak dalam memanfaatkan fasilitas yang ada. Misalnya dalam menggunakan teknologi keuangan dan mengelola keuangannya sendiri. Pada tahun terakhir ini terjadi inovasi pada teknologi keuangan yang menyebabkan bergesernya pembayaran uang tunai, kartu kredit, dan kartu ATM/debit menjadi uang elektronik atau *e-money* dengan menggunakan alat digital seperti aplikasi atau *server based* yang terdapat pada *handphone* seseorang. Uang elektronik yang semakin berkembang inipun juga mulai meluas hingga pada *minimarket*, parkir, sampai transportasi.

Pemberlakuan dan penggunaan uang elektronik ini tidak perlu diragukan lagi karena sudah disahkan oleh Bank Indonesia (BI), dimana Bank Indonesia (BI) sudah mengeluarkan peraturan yang tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Selain itu, ada Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sebagai bentuk keikutsertaan pemerintah dalam mendorong

peningkatan transaksi pembayaran non tunai, Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dirancang secara resmi pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta oleh Gubernur Bank Indonesia, dikutip dari [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com). Dirancangnya program GNNT ini secara tidak langsung memaksa masyarakat untuk berpindah ke uang elektronik. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Damir Nasution berkata bahwa perkembangan teknologi saat ini khususnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang bertransformasi menjadi ekonomi digital dapat mendorong peningkatan pada perekonomian suatu kota bahkan negara. Saat ini juga dalam dunia bisnis menghendaki banyak pihak untuk bertransaksi dengan sistem yang lebih modern.

Semakin berkembangnya uang elektronik khususnya di Indonesia, tentunya memiliki risiko bagi masyarakat atau penggunanya, uang elektronik memiliki risiko yang perlu disikapi dengan hati-hati, seperti :

1. Risiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain, karena uang elektronik seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
2. Risiko karena pengguna kurang paham dalam menggunakan uang elektronik, misalnya pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan dua kali pada reader untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

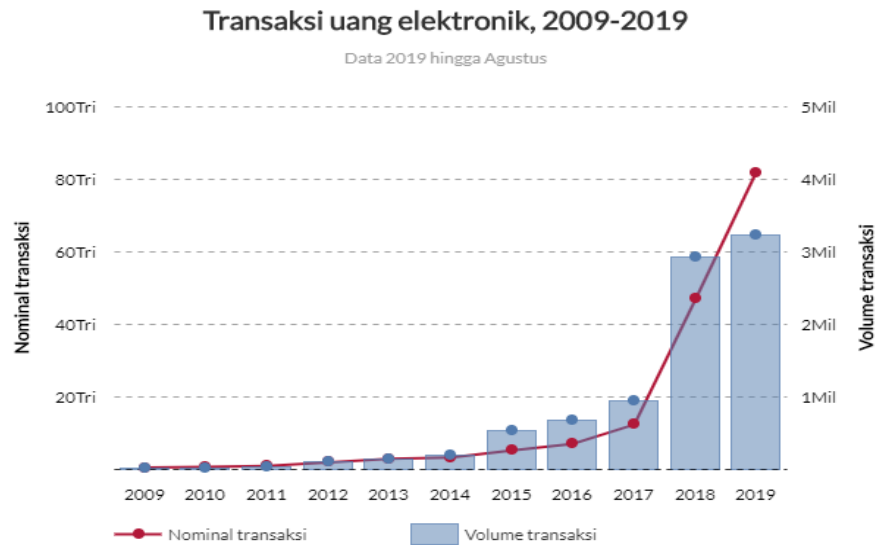
Meskipun demikian, uang elektronik juga memberikan manfaat bagi masyarakat atau penggunanya, manfaat yang diberikan seperti :

1. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai.
2. Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang seperti permen akibat tidak ada uang kembalian bernilai kecil atau uang receh.
3. Sangat *applicable* untuk transaksi masaal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti transportasi, parkir, tol, *fast food*, dan sebagainya.

Selain itu juga, peningkatan dari pembayaran non tunai ini atau uang elektronik ini dapat memberikan manfaat bagi perekonomian suatu negara, seperti :

1. Pada tingkat kepuasan konsumen yang semakin bertambah dengan berkurangnya biaya transaksi.
2. Adanya sumber pendapatan bagi penyedia jasa pembayaran non tunai.
3. Peningkatan kecepatan transaksi, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat kesejahteraan.

Penggunaan uang elektronik awalnya dimulai sejak tahun Januari 2009 dimana jumlah uang yang beredar saat itu sebanyak 576.264 dan hingga saat ini terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan, volume transaksi uang elektronik hingga pada akhir 2019 terus mengalami kenaikan hingga mencapai 5,2 miliar dibandingkan dengan transaksi yang terjadi pada tahun 2018 yaitu 2,9 miliar. Menurut Bank Indonesia, terdapat peningkatan yang tajam pada transaksi nontunai, dimana penggunaan uang elektronik mengalami pertumbuhan hingga 66,6 persen. Melalui data dari Bank Indonesia jumlah penyelenggara uang elektronik per 17 April 2020 sudah mencapai 49 perusahaan yang sudah memperoleh izin dari Bank Indonesia.



Sumber : Bank Indonesia, 2020

**Gambar 1**  
**Transaksi Uang Elektronik, 2009 – Agustus 2019**

Berdasarkan riset Snapcart yang dilakukan secara *online* pada bulan Mei 2019, dimana hasil riset mengungkapkan 58% responden menggunakan OVO sebagai aplikasi pembayaran digital yang paling disukai, diikuti aplikasi lain seperti Go-Pay 23%, DANA 6%, dan LinkAja 1%, serta 12% responden menggunakan *Flazz*, *Brizzi*, dan Mandiri *e-money* yang merupakan uang elektronik dari institusi keuangan. Riset yang dilakukan pada segmen transaksi ritel, dimana persentasi yang lebih dominan dipegang oleh OVO sebanyak 63% disusul oleh GO-Pay 28%, dan diikuti DANA 7%, LinkAja 1%. Saat ini OVO sudah diterima di 500.000 *merchants*, Go-Pay pada 300.000 *merchants*, LinkAja 130.000 *merchants*, dan DANA diterima lebih dari 13.000 *merchants*. Selain itu, berdasarkan data penelitian Snapcart pada segmen transaksi pemesanan transportasi *online* dan pengiriman makanan *online* bahwa OVO sebagai dompet digital bagi layanan Grab

(transportasi) dan *GrabFood* (pengiriman makanan), menunjukkan 71% responden lebih banyak menggunakan OVO, sedangkan untuk 29% responden memilih menggunakan *Go-Pay* untuk transaksi di *Go-Jek* (transportasi) dan *Go-Food* (pengiriman makanan). Pada segmen pembayaran transaksi *e-commerce*, berdasarkan data riset Snapcart menunjukkan posisi pertama yang lebih banyak digunakan oleh responden adalah OVO dengan jumlah 70%, 18% menggunakan *Go-Pay*, dan 11% menggunakan DANA. Serta pada pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air, asuransi, pajak, dan lain sebagainya menunjukkan 67% responden menggunakan OVO, diikuti *Go-Pay* 22%, DAN 10%, dan LinkAja 2%.

Eko Wicaksono mengatakan bahwa dari data tersebut menunjukkan untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji, dan belanja telah semakin populer dikalangan masyarakat Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen menikmati pengalaman transaksi yang lebih praktis, cepat, aman, dan tidak perlu menunggu waktu untuk uang kembalian. Keinginan masyarakat yang seperti itu juga harus di tuntut dengan pengetahuan dan pengalaman masyarakat dalam menggunakan teknologi yang ada agar masyarakat tidak sekadar menggunakan tetapi juga mengerti manfaat, resiko, keuntungan, dan kerugian dari setiap aplikasi yang digunakan. Kesiapan masyarakat dalam menggunakan teknologi keuangan yang semakin canggih tersebut akan dibahas dalam penelitian ini.

Tingkat kesiapan masyarakat untuk mengadopsi teknologi keuangan dapat dilihat berdasarkan sikap dan perilaku dari konsumen atau individu. Menurut Engel, *et al* (1994) terdapat tiga faktor utama yang menjadi penentu dari sikap dan perilaku

konsumen, yaitu faktor perbedaan individu yang terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi. Faktor lingkungan yang terdiri dari budaya, pengaruh pribadi, kelas sosial, keluarga dan situasi. Faktor psikologis yang terdiri dari pengolahan informasi, perubahan sikap/perilaku, dan pembelajaran.

Faktor-faktor tersebut akan dibahas dan dirumuskan dalam rumusan masalah pada penelitian ini dan nantinya akan dibahas dengan modifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengenai adopsi uang elektronik dengan menambahkan variabel literasi keuangan dan literasi teknologi.

Semakin meningkatnya penggunaan teknologi membuat masyarakat sebagai konsumen harus mampu memahami kegunaan teknologi tersebut. Oleh karena itu, literasi sangat diperlukan karena literasi itu sendiri tidak hanya sekadar mengetahui tetapi membantu masyarakat untuk memperluas ilmu pengetahuan dan teknologi, keuangan, budaya dan kewarganegaraan, kritis dalam berpikir, dan peka terhadap lingkungan. Literasi sebagai jembatan dalam mencapai dan membantu kehidupan masyarakat menjadi lebih berkualitas dan lebih sejahtera. Melalui literasi keuangan yang dapat digunakan sebagai pengetahuan dasar keuangan, akan membantu masyarakat untuk mengatur pola hidup yang konsumtif dengan pendapatan yang tidak selaras serta kondisi keuangan yang buruk dibantu dengan pemanfaatan teknologi yang benar atau melalui literasi teknologi untuk menciptakan stabilitas keuangan yang baik dan membantu masyarakat agar terhindar dari berbagai keahatan dan penipuan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah daam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah *Perceived Behavioral Control*, *Subjective Norms*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risks*, *Financial Literacy*, *Technology Literacy*, dan *Attitude Toward Adoption* memiliki pengaruh terhadap adopsi uang elektronik pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

## 1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah agar permasalahan yang diteliti tidak luas dan jelas antara lain:

1. Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2016-2019 yang memiliki dan menggunakan produk uang eletronik.
2. Uang elektronik pada penelitian ini adalah uang elektronik dengan media penyimpanan berupa *server* atau aplikasi.
3. Model yang digunakan pada penelitian ini adalah modifikasi dari model TPB (Ajzen, 1991) dengan variabel sebagai berikut : *Attitude*, *Perceived Behavioral Control*, *Subjective Norms*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risks*, dan *Financial Capability*.
4. pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 untuk “Sangat Tidak Setuju” hingga 5 untuk “Sangat Setuju”.



#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *Perceived Behavioral Control*, *Subjective Norms*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risks*, *Financial Literacy*, *Technology Literacy*, dan *Attitude Toward Adoption* memiliki pengaruh terhadap adopsi uang elektronik pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi penulis dan pembaca, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai adopsi uang elektronik.
2. Bagi pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan, dan Bank Indonesia, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai gambaran informasi terhadap adopsi uang elektronik pada kalangan masyarakat khususnya mahasiswa.
3. Bagi para pengguna uang elektronik, melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna dan sebagai pedoman dalam memertimbangkan keputusan saat menggunakan uang elektronik.
4. Bagi para perusahaan yang menyelenggarakan uang elektronik, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi sebagai referensi dalam meningkatkan kinerja perusahaan serta mengetahui seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat saat mengadopsi uang elektronik.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori yang melandasi peneliti melakukann penelitian, berkaitan dengan literasi keuangan, literasi teknologi, adopsi, TRA, TPB, TAM, dan sistem pembayaran.

### **BAB III METODE PENLITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai populasi, sampel, dan metode pengumpulan daa, metode pengkuran data, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi mengenai pembahasan dari hasil analisis data yang terkumpul dan dilakukan secara kuantitatif.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan, impilakasi manajerial, batasan penelitian, dan saran penelitian berikutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan beberapa penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian. Adapun teori yang digunakan seperti literasi keuangan, literasi teknologi, adopsi, TRA, TPB, TAM, dan sistem pembayaran.

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan pada SNLKI Revisit tahun 2017, literasi keuangan merupakan suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam mencapai kesejahteraan. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) mendefinisikan bahwa literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Menurut Carpena *et al* (2011) terdapat tiga dimensi literasi keuangan, yaitu (1) keterampilan menghitung, (2) pemahaman tentang keuangan dasar, dan (3) sikap terhadap keputusan keuangan. Tidak hanya sikap, perilaku keuangan juga menjadi dasar yang diperlukan dalam literasi keuangan, alasannya adalah program literasi keuangan yang hanya mengandalkan pendekatan pengetahuan saja tidak dapat mengubah perilaku seseorang apabila mereka

tidak memiliki sikap dan motivasi yang sesuai (World Bank, 2016). Literasi keuangan memiliki tujuan untuk jangka panjang bagi masyarakat sebagai konsumen, yaitu dapat meningkatkan literasi masyarakat atau individu dimana sebelumnya *less literate*, yaitu hanya sekedar memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk, dan jasa keuangan atau bahkan *not literate*, menjadi masyarakat atau individu yang *well literate*, yaitu masyarakat atau individu yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk, dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut. Selain itu, dapat meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan di era kekinian sehingga bisa berperan menjaga stabilitas keuangan nasional kita. Individu yang memiliki literasi keuangan lebih siap dalam melakukan perencanaan keuangan pribadinya (Boon *et al*, 2011).

Otoritas Jasa Keuangan pada tanggal 19 November 2013 menerbitkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, strategi tersebut berupa suatu kegiatan untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, yaitu dengan memberikan edukasi keuangan berupa pengenalan mendasar terhadap Lembaga Jasa Keuangan, dan karakteristik, manfaat, biaya, dan resiko suatu produk dan layanan jasa keuangan. Pemahaman masyarakat yang baik serta kesadaran mengenai pentingnya lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, masyarakat sebagai konsumen dapat memilih dan memanfaatkan

lembaga, produk, dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan edukasi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat antara lain dalam bentuk sosialisasi, seminar, *workshop*, diskusi, konsultasi, pendampingan, simulasi, *training of community (ToC)*. *Outreach program* atau kegiatan lain. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK tahun 2013, terdapat empat tingkatan pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan :

- a) *Well literate* (21,84%), masyarakat memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- b) *Sufficient literate* (75,69%), masyarakat memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
- c) *Less literate* (2,06%), masyarakat yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- d) *Not literate* (0,41%), masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

### 2.1.2 Literasi Teknologi

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi di tengah-tengah keseharian hidup masyarakat tentunya telah banyak berperan dalam meningkatkan kualitas peradapan umat manusia dan berhubungan dengan aktivitas kehidupan di bidang komunikasi dan informasi. Literasi teknologi merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan, mengatur, menilai, dan memahami inovasi yang melibatkan ilmu pengetahuan dalam memecahkan masalah dan memperluas kemampuan. Menurut *National Academy of Engineering and National Research Council of The National Academies*, literasi teknologi adalah pemahaman mengenai teknologi pada suatu tingkatan yang memungkinkan pemanfaatan secara efektif di tengah-tengah masyarakat, literasi teknologi itu sendiri terdiri dari tiga komponen utama yaitu pengetahuan, kemampuan dan berpikir kritis, serta dalam membuat keputusan. Sedangkan menurut Young (1999), literasi TIK adalah suatu kombinasi dari kemampuan intelektual, konsep fundamental, dan keterampilan kontemporer yang harus dimiliki seseorang untuk berlayar menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif. Melalui literasi teknologi ini, diharapkan masyarakat perlu mengerti pentingnya literasi teknologi karena berkaitan dengan perilaku yang konsumtif, dimana kebanyakan masyarakat menggunakan aplikasi atau teknologi untuk mengejar atau mencari promosi atau diskon dan tidak memanfaatkan dengan benar hanya untuk pemakaian sekali. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan nantinya akan memberikan

pengaruh positif dalam kehidupan sehari-hari, serta akan membantu masyarakat sebagai konsumen terhindar dari kejahatan internet atau *cybercrime*.

Pada penelitian ini literasi teknologi yang dimaksud adalah literasi teknologi *digital*, menurut Paul Gilster (1997) literasi *digital* merupakan suatu kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai sumber yang luas dan diakses melalui piranti komputer. UNESCO berkata bahwa konsep literasi digital menaungi dan menjadi landasan penting bagi kemampuan memahami perangkat-perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi.

Menurut Douglas A.J. Belshaw (2011), terdapat delapan elemen untuk mengembangkan literasi digital, yaitu :

1. Kultural = pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital;
2. Kognitif = daya pikir dalam menilai konten;
3. Konstruktif = reka cipta sesuatu yang ahli dan aktual;
4. Komunikatif = memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital;
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab;
6. Kreatif = melalui hal baru dengan cara baru;
7. Kritis dalam menyikapi konten; dan
8. Bertanggung jawab secara sosial

Melalui kedelapan elemen tersebut, diperlukan suatu pendekatan multi dalam proses pembelajaran untuk masyarakat agar masyarakat sebagai

pengguna teknologi terdidik, melek teknologi dan cerdas, kreatif dan juga berbudaya. Sehingga dapat mengurangi dan juga mencegah berita bohong (*hoax*), informasi yang menyesatkan, dan tindakan-tindakan tidak terpuji serta kriminalitas di dunia maya. Literasi teknologi *digital* diharapkan juga dapat mendorong pada penduduk di dunia digital (*digital citizen*) untuk lebih bijaksana dalam menggunakan instrumen teknologi tersebut.

### 2.1.3 Adopsi

Adopsi adalah suatu proses penerapan atau penggunaan ide-ide baru, produk dan juga jasa yang diterima dan nantinya akan digunakan untuk keperluan jangka panjang. Menurut Rogers (1983) adopsi merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu terhadap suatu inovasi yang dimulai dari mengenal inovasi, menaruh minat, menilai, serta menerapkan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi. Lima karakteristik inovasi yaitu keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemampuan diujicobakan, dan kemampuan diamati (Rogers, 1983). Selain itu, Rogers (1983) mengatakan bahwa ada lima tahapan yang harus dilalui dalam melakukan pembuatan keputusan inovasi, yaitu :

#### 1. Tahap Pengetahuan (*knowledge*)

Pada tahap ini seorang individu mengetahui adanya suatu inovasi dan menerima inovasi tersebut dari teman, media massa, atau agen pembaru (penyuluh) dan nantinya memperoleh beberapa pengertian tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. Ada tiga jenis pengetahuan, yaitu :



a. Pengetahuan akan keberadaan inovasi (*Awareness-knowledge*)

Pengetahuan untuk memotivasi seseorang agar belajar lebih banyak mengenai inovasi dan kemudian akan mengadopsinya. Penyampaian keberadaan inovasi akan lebih efektif melalui radio, TV, koran atau majalah. Sehingga informasi cepat sampai ke masyarakat.

b. Pengetahuan tentang cara menggunakan inovasi (*How-to-knowledge*)

Pengetahuan jenis ini sangat penting dalam proses keputusan inovasi. Individu harus memiliki pengetahuan seperti ini untuk lebih meningkatkan peluang pemakaian sebuah inovasi.

c. Pengetahuan tentang prinsip-prinsip mendasari bagaimana dan mengapa inovasi dapat bekerja (*Principles-knowledge*)

pengetahuan yang membantu individu untuk mengetahui bagaimana inovasi itu dapat bekerja dan penyebab inovasi itu bekerja.

2. Tahap Persuasi

Pada tahap ini seorang individu membentuk sikap positif atau negatif.

3. Tahap Keputusan

4. Tahap Implementasi

Pada tahap ini individu sebagai pengguna membutuhkan bantuan teknis.

5. Tahap Konfirmasi

Pada tahap ini apabila seorang individu sebagai pengguna sudah membuat keputusan inovasi, kemudian akan mencari dukungan atas

keputusannya tersebut. Keberlanjutan penggunaan inovasi tergantung pada dukungan dan sikap individu sehingga individu tersebut dapat menarik kembali keputusan sebelumnya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula.

Berdasarkan penjelasan diatas, seseorang akan melakukan adopsi teknologi juga dipengaruhi suatu inovasi. Suatu inovasi teknologi dapat menciptakan sebuah ketidakpastian dalam pikiran pengadopsi potensialnya, dimana juga merupakan peluang untuk mengurangi ketidakpastian lainnya. Terdapat lima karakteristik inovasi yaitu keunggulan inovasi, kesesuaian, kerumitan, kemampuan diujicobakan, dan kemampuan diamati (Rogers, 1983). Persepsi individu mengenai karakteristik inovasi dapat memprediksi *rate of adoption* atau tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi (Sholahuddin, 2017).

Pada penelitian ini, terdapat dua model perilaku adopsi sistem informasi yang digunakan yaitu *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975), pengembangan *Theory of Reasoned Action* yaitu Theory Planned Behavior (Ajzen, 1985) dan *Technology Acceptance Model* (Fred Davis, 1998).

#### **2.1.4 Theory of Reasoned Action (TRA)**

*Theory of Reasoned Action* (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen dan Martin Fishbein (1991). *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bagaimana perilaku individu berubah karena niat perilaku, niat perilaku itu dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Selain itu, menjelaskan perilaku terhadap adopsi teknologi. Dalam teori *Theory of*

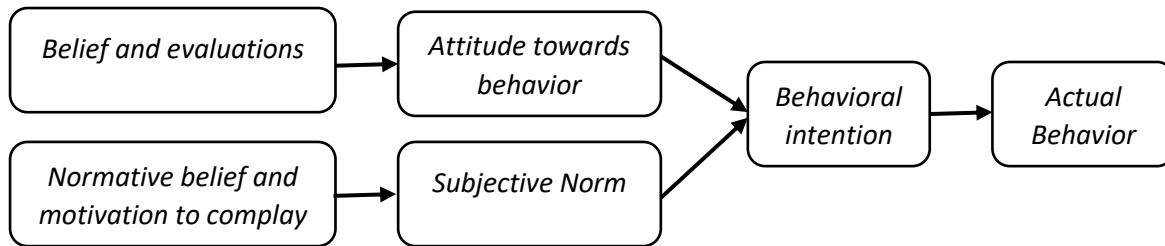
*Reasoned Action* (TRA) menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intentiton*), dan perilaku (*behavior*).

Pada teori ini perilaku individu dipengaruhi kehendak, sedangkan kehendak dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap dipengaruhi oleh keyakinan akan hasil dari tindakan yang telah terjadi dan norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut.

Ajzen (1991) berpendapat bahwa sikap dapat mempengaruhi perilaku individu melalui suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan serta dampaknya terbatas hanya pada tiga hal, yaitu:

1. Perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu.
2. Perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tetapi juga norma-norma objektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat.
3. Sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu.

Secara sederhana teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa seorang individu akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang bahwa yang ia lakukan positif dan mendapat dorongan dari orang lain agar ia melakukan perbuatan tersebut.



Sumber: Davis, Bagozzi et Warshaw (1989:984)

**Gambar 2**

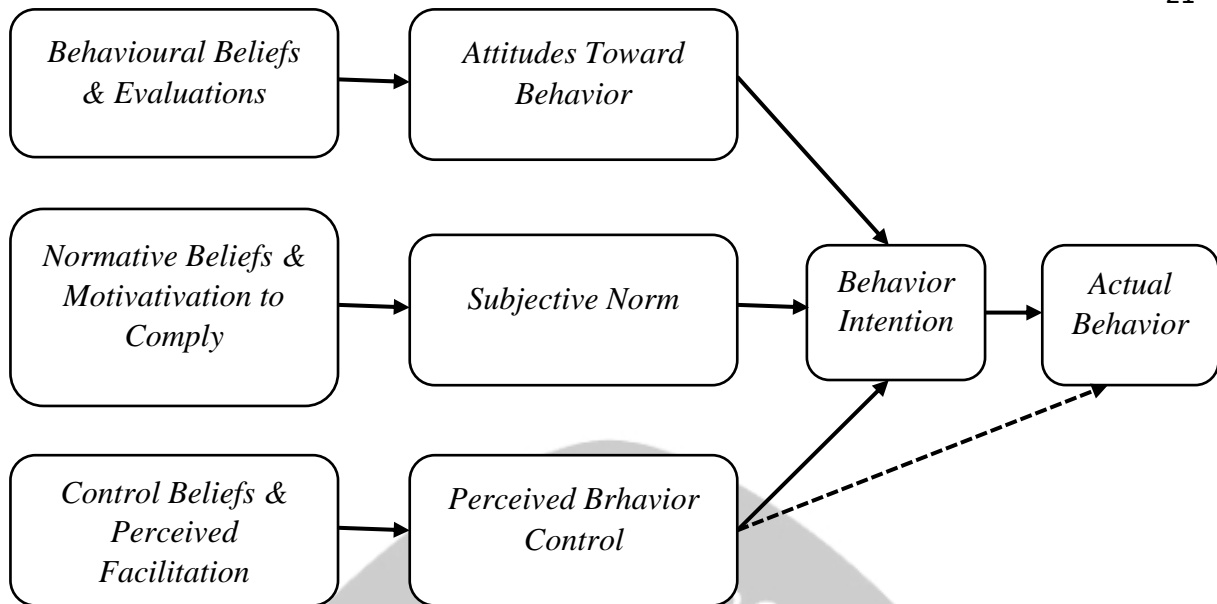
***Theory of Reasoned Action (TRA)***

**2.1.5 Theory Planned Behavioral (TPB)**

Teori perilaku terencana atau *theory planned behavioral* (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *theory of reasoned action* (TRA). Pada TRA menjelaskan mengenai niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975), sedangkan pada TPB terdapat penambahan satu faktor yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Teori ini kemudian dikembangkan lagi oleh beberapa peneliti seperti Kruggerand Carsrud (1993), Ajzen (1991), Stavroc (1991), dan Sharma *et. al* (2003). *Theory planned behavioral* (TPB) memiliki keunggulan dibandingkan dengan teori perilaku lainnya, karena TPB merupakan teori perilaku yang dapat mengidentifikasi keyakinan seseorang terhadap pengendalian atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilaku, sehingga dapat membedakan antara perilaku seseorang yang berkehendak dan yang tidak berkehendak (Peach *et. al* dan Wellington *et. al* , 2006). *Theory planned behavioral* (TPB) hadir sebagai salah satu kerangka kerja yang memiliki pengaruh besar dan konsep yang populer pada penelitian di bidang kemanusiaan (Ajzen, 2002).

Teori ini berasumsi bahwa *perceived behavioral control* mempunyai implikasi motivasional terhadap minat, *perceived behavioral control* itu sendiri juga hampir sama dengan *self efficiency*, yaitu persepsi seseorang untuk kemampuannya pada saat melakukan tindakan atau perilaku. Pada *Theory planned behavioral* (TPB) juga terdapat *subjective norms* yang merupakan persepsi individu terhadap harapan dari orang sekitar yang mempengaruhi kehidupannya yang berkaitan dengan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu (Neila Ramadhani, 2011). Individu tersebut berharap bahwa masyarakat sekitar dapat menjadi pendukung atau pendorong dari setiap tindakan yang ia lakukan.

*Theory planned behavioral* (TPB) memiliki faktor utama dari suatu perilaku yang ditunjukkan individu, yaitu intensi untuk menunjukkan perilaku tertentu. Intensi menjadi faktor motivasional yang dapat mempengaruhi perilaku dan menjadi indikasi seberapa besar usaha yang dilakukan individu untuk menunjukkan suatu perilaku. Semakin besar intensi individu untuk terlibat dalam suatu perilaku, maka semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk benar-benar melakukan perilaku tersebut. Ajzen (1991:6) juga mengatakan bahwa intensi untuk berperilaku dapat menjadi perilaku sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Jadi keputusan untuk melakukan perilaku tertentu ada pada individu tersebut.



Sumber: Ajzen (1991)

**Gambar 3**

***Theory planned behavioral (TPB)***

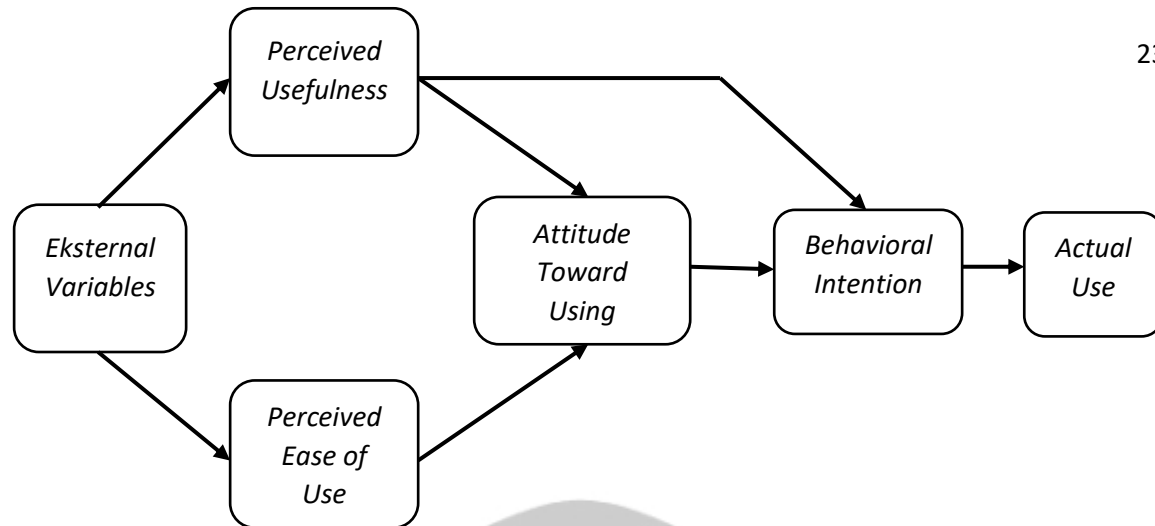
### 2.1.6 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model yang berisi pembahasan dan analisis mengenai faktor psikologis seseorang yang dapat berperan dalam proses pengadopsian teknologi baru. Model *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis. *Technology Acceptance Model (TAM)* dapat memberikan penjelasan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan, dan penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi. Pada model *Technology Acceptance Model (TAM)*, tingkat penerimaan pengguna dalam menggunakan teknologi sistem informasi ditentukan oleh lima konsep yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*),

sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi aktual penggunaan sistem (*actual system usage*) (Fred Davis, 1986).

Persepsi dan sikap individu dapat menentukan keputusannya sendiri dalam memilih untuk menggunakan teknologi, yang kemudian akan mampu membentuk sikap perilaku individu tersebut dalam menggunakan setiap teknologi. Selain itu, sikap individu terhadap sesuatu dapat dijadikan sebagai prediksi akan diterima atau tidaknya sesuatu tersebut. Artinya individu tersebutlah yang memiliki keputusan diterima atau tidaknya suatu teknologi baru.

Pada model *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dipengaruhi oleh variabel eksternal yang berkaitan dengan karakteristik suatu sistem yang dapat meningkatkan minat pengguna. Selain itu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan dua konstruk utama yang dapat mempengaruhi setiap perilaku individu, keduanya dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna.



Sumber: Davis, 1989

**Gambar 4**

***Technolgy Acceptance Model (TAM)***

**2.1.7 Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran merupakan sistem yang digunakan untuk memindahkan dana atau nilai uang dari pihak yang satu ke pihak yang lainnya, berhubungan dengan proses pembayaran seperti jasa, barang, tagihan, dan lainnya. Sistem pembayaran dapat membawa perubahan yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat. Metode pembayaran yang sudah mulai bergeser dari konvensional menjadi pembayaran digital sebagai metode pembayaran masa kini. Metode pembayaran itu sendiri di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu pembayaran tunai dan non-tunai.

Metode pembayaran tunai adalah pemindahan nilai mata uang dari pihak satu ke pihak lainnya terjadi secara langsung atau bertatap muka dan kemudian menyerahkan uang, instrumen pembayaran tunai ini menggunakan mata uang Rupiah, yang terdiri dari uang logam dan uang kertas. Metode pembayaran non-tunai adalah bentuk pemindahan nilai atau uang dari pihak satu ke pihak lainnya yang dilakukan secara tidak langsung atau melalui suatu



alat sebagai pihak ketiga. Pembayaran non-tunai mulai berkembang dan disediakan oleh sistem perbankan. Instrumen pembayaran non-tunai sangat banyak jenisnya, seperti cek, *bilyet*, giro, nota debit dan nota kredit, kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit.

Metode pembayaran non-tunai ini mulai banyak disukai oleh masyarakat, setiap institusi perbankan berusaha memberikan pelayanan dengan baik dan berbagai macam keunggulan yang bisa dirasakan masyarakat. Semakin meningkatnya penggunaan metode pembayaran non-tunai, semakin meningkat pula inovasi yang diciptakan baik oleh perbankan itu sendiri maupun perusahaan selain perbankan. seperti saat ini banyak inovasi uang elektronik berbasis kartu dan berbasis *server* atau aplikasi. Metode ini lebih praktis dan lebih mudah untuk dilakukan kapanpun dan dimanapun sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai pengguna atau konsumen. Masyarakat juga tidak perlu merakukannya lagi karena sistem pembayaran di Indonesia sudah diawasi Bank Indonesia.

Metode pembayaran non-tunai memberikan manfaat bagi perekonomian, manfaat yang diberikan melalui pendapatan bunga, pembiayaan tanpa tanpa bunga (untuk kartu prabayar / *e-money*), dan *fee base income* yang diterima Bank atau penerbit alat pembayaran mdengan menggunakan kartu. Manfaat lainnya dapat mendorong kenaikan tingkat konsumsi dan *velocity of money* serta dapat mendorong aktivitas sektor riil & pertumbuhan ekonomi serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bertransaksi menggunakan uang elektronik atau non-tunai membantu dalam perencanaan ekonomi yang lebih

akurat karena tiap transaksi tercatat dengan baik dan benar, dibandingkan dengan pembayaran tunai masih rawan dengan adanya praktik ekonomi terselubung. Berikut terdapat 49 penyelenggara uang elektronik yang sudah mendapa izin dari Bank Indonesia:

**Tabel 1**

**Daftar Penyelenggaran Uang Elektronik yang Telah Mendapat Izin Dari Bank Indonesia  
Per 17 April 2020**

No.	Nama	Nama Produk <i>Server Based</i>	Nama Produk <i>Chip Based</i>
1	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT E-Money	-
2	PT Bank central Asia Tbk	Sakuku	Flazz
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel	-
4	PT Bank DKI	Jakata One (JakOn)	JakCard
5	PT Bank Mandiri (Persero)Tbk	Mandiri e-Cash	Mandiri e-Money
6	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual	Mega Cash
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero)	UnikQu	TapCash
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money	Nobu e-Money
9	PT Bank Permata	BBM Money	-
10	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T Bank	Brizzi

11	PT Finnet Indonesia	Finpay Money (d/h Mobile Cash)	-
12	PT Indosat, Tbk	Imkas (d/h PayPro d/h Dompot ku)	-
13	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay	-
14	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money	SkyeCard
15	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Flexy Cash	iVas Card
16	PT Telekomunikasi Seluler	T-Cash	Tap Izy
17	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai	-
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku	
19	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	Gopay	-
			-
20	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney	
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana (d/h Unik)	-
22	PT Bank ONB Indonesia Tbk	Dooet	-
23	PT BPD Sumsel Babel	-	-
24	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher	BSB Cash
25	PT Bimasaktri Multi Sinergi	Speed Cash	-
26	PT Visionet Internasional	OVO Cash	-
27	PT Inti Dunia Sukses	iSaku	-
28	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren	-
29	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro (d/h PayU)	-
30	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash	-
31	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink	-
32	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar	-
33	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT	-
34	PT Airpay International Indonesia	SHOPEEPAY	-
35	PT Sinarmas Tbk	Simas E-Money	-
36	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash	-
37	OT Fintek Karya Nusantara	LinkAja	-
38	PT Max Interactive Technologies	Zipay	-
39	PT Sarana Pactindo	PACCash	-
40	PT Datacell Infomedia	PAYDIA	-
41	PT Netzme Kreasi Indonesia	Netzme	-
42	PT Bank BNI Syariah	Hasanahku	-
43	PT MNC Teknologi Nusantara	Spinpay	-

44	PT Kereta Commuter Indonesia	-	KMT
45	PT Mass Rapid Transit	-	MTT
46	PT Astra Digital Arta	AstraPay	-
47	PT Bank OCBC NISP	One Wallet	-
48	PT Rpay Financial Digital Indonesia	Yourpay	-
49	PT Visi Jaya Indonesia	Eidupay	-

Sumber: Bank Indonesia (2020)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sudah meneliti dan menganalisis mengenai literasi keuangan, literasi teknologi, dan adopsi sebagai bahan untuk mendukung penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Jeong Hee Yeo, Ph.D dan Patti J. Fisher, Ph.D (2017)

Melakukan penelitian dengan judul *Mobile Financial Technology and Consumers Financial Capability in the United States*. Penelitian ini menyelidiki peran dari berbagai faktor dalam memprediksi adopsi dan penggunaan layanan keuangan seluler serta hubungannya dengan kemampuan keuangan konsumen. Faktor-faktor tersebut terdiri dari *Attitude, Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Benefit, Perceived Risks*, dan *Financial Capability*. Pada penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui survei nasional *online* dengan jumlah responden sebanyak 1.497. analisis data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi analisis deskriptif,  $X^2$ -tests, ANOVA, analisis korelasi, regresi logistik dan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral Control*, dan *Perceived Usefulness* lebih penting dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan seluler.

## 2. Bennasita Dyah Ramya Vhikara (2019)

Melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Adopsi Uang Elektronik pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai objek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan tujuh variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen tersebut adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Self Efficacy*, *Perceived Credibility*, *Subjective Norms*, *Perceived Finance Cost*, dan *Attitude Towards Adoption* dan variabel dependen yang digunakan adalah *Adoption*. Penelitian ini menggunakan sekitar 330 sampel. Pengujian instrumen kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas dan analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Self Efficacy*, *Subjective Norms*, dan *Financial Literacy* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*, sedangkan untuk pengujian variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Credibility*, dan *Perceived Finance Cost* tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Financial Literacy* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *Adoption*.

### 3. Nuka (2015)

Melakukan penelitian dengan judul *Financial Literacy Among University Students: Empirical Evidence From Indonesia*. Penelitian ini menyelidiki tingkat literasi keuangan antara mahasiswa sarjana dan mahasiswa pascasarjana Universitas Gadjah Mada. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Gender, age, marital status, education level, academic disciplines, income, and years of work experince*. Penelitian ini menggunakan sebanyak 348 responden. Pada penelitian ini menggunakan desain kuesioner berdasarkan instrumen survei Chen and Volpe (1998), penelitian juga menggunakan uji-t sample independen dan analisis varian (ANOVA) untuk menguji perbedaan rata-rata antara skor untuk indikator literatur keuangan dan model yang digunakan uji regresi progit dan uji rekresi tobit. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Literasi keuangan mahasiswa rendah. Pria yang mengambil kuliah jurusan ekonomi dan bisnis memiliki tingkat literasi keuangan terbaik dibandingkan yang lainnya.

### 4. Muhammad Rafi, Zheng Ming, dan Khyrshid Ahmad (2019)

Melakukan penelitian dengan judul *Technology Integration for Students Informasi adn Digital Literacy Education in Academic Libraries*. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu *Relative Advantage, Compatibility, Complexity, Triability, dan Observability*. Pada penelitian ini menggunakan sebanyak 1.266 responden. Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif dimana data primer dikumpulkan dari mahasiswa yang menggunakan kuesioner penelitian terstruktur. Selain itu, penelitiannya ini juga

menggunakan statistik deskriptif dan teknik statistik uji Chi-Square. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara keterampilan teknologi siswa dengan menggunakan alat digital, pemanfaatan sumber daya *database* dan menelusuri informasi jaringan di Web untuk tujuan akademik.

Secara ringkas, beberapa penelitian terdahulu tersebut dapat dirangkum dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti dan Jurnal Penelitian	Variabel Dan Proxy Penelitian	Hipotesis Penelitian	Hasil
Jeong Hee Yeo, Ph.D dan Patti J. Fisher, Ph.D. (2017),  <i>Mobile Financial Technology and Consumers Financial Capability in the United States,</i>  <i>Journal of Education &amp; Social Policy, Vol.7.</i>	<i>Attitude, Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Benefit, Perceived Risks, dan Financial Capability</i>	H1: <i>Consumers with a positive attitude toward mobile financial services are more likely to adopt such service.</i> H2: <i>Consumers with a higher level of perceived behavioral control are more likely to adopt mobile financial services.</i> H3: <i>Consumers with a higher level of subjective norm are more likely to adopt mobile financial services.</i> H4: <i>Consumers with a higher level of perceived usefulness are more likely to adopt mobile financial services.</i> H5: <i>Consumers with a higher level of perceived ease of use are more likely to adopt mobile financial services.</i> H6: <i>Consumers with a higher level of perceived benefits are</i>	1. <i>Perceived behavioral control, subjective norms, dan perceived utility</i> memiliki pengaruh terhadap <i>adopsi mobile financial.</i> 2. Variabel lain seperti <i>attitude, perceived ease of use, perceived benefits</i> dan <i>perceived costs</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan. 3. Laki-laki secara signifikan mengadopsi <i>mobile financial services</i> dan memiliki nilai yang tinggi pada <i>money management, making financial choices, dan staying informed about financial services.</i> 4. Tingginya penggunaan <i>mobile financial services</i> berhubungan dengan tingginya tingkat <i>financial capability.</i>

		<p><i>more likely to adopt mobile financial services.</i></p> <p><i>H7: Consumers with a higher level of perceived costs are less likely to adopt mobile financial services.</i></p> <p><i>H8: Consumers who are mobile financial services more frequently are more likely to have a higher level of financial capability.</i></p>	
<p>Bennasita Dyah Ramya Vhikara (2019),</p> <p>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Adopsi Uang Elektronik pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta,</p> <p>Jurnal Ilmu &amp; Riset Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>	<p><i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Self Efficacy, Perceived Credibility, Subjective Norms, Perceived Finance Cost, Attitude Towards Adoption, dan Adoption</i></p>	<p><i>H1: Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p><i>H2: Perceived Usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p><i>H3: Sikap perilaku (attitude toward adoption)</i> memiliki pengaruh positif terhadap kehendak untuk menggunakan (<i>adoption</i>) uang elektronik.</p> <p><i>H4: Perceived Credibility</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p><i>H5: Subjective Norms</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p><i>H6: Perceived Finance Cost</i> memiliki pengaruh negatif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap terhadap adopsi tidak dipengaruhi oleh <i>Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, dan Perceived Finance Cost</i></li> <li>2. Sikap terhadap adopsi dipengaruhi oleh <i>Perceived Usefulness</i></li> <li>3. Adopsi dipengaruhi oleh <i>Attitude Toward Adoption</i></li> <li>4. <i>Attitude Toward Adoption</i> dipengaruhi oleh <i>Subjective Norms, Self Efficacy, dan Financial Literacy</i></li> <li>5. <i>Adoption</i> tidak dipengaruhi oleh <i>Financial Literacy</i> secara langsung melalui <i>Attitude Toward Adoption</i>.</li> <li>6. <i>Financial Literacy</i> membutuhkan <i>Attitude Toward Adoption</i> sebelum akhirnya mengadopsi uang elektronik.</li> </ol>



		<p>dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p>H7: <i>Self Efficacy</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p>H8: <i>Financial Literacy</i> memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>) dalam menggunakan uang elektronik.</p> <p>H9: <i>Financial Literacy</i> pengaruh secara langsung terhadap adopsi uang elektronik tanpa melalui sikap perilaku (<i>attitude toward adoption</i>).</p>	
<p>Nuka (2015),</p> <p><i>Financial Literacy Among University Students: Empirical Evidence From Indonesia</i></p> <p><i>Journal of Indonesian Economy and Business</i>, vol. 30.</p>	<p><i>Gender, age, marital status, education level, academic disciplines, income, and years of work experience</i></p>	<p>H1: <i>The Financial literacy of university students in Indonesia is low.</i></p> <p>H2: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their gender.</i></p> <p>H3: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their age.</i></p> <p>H4: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their marital status.</i></p> <p>H5: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their education level.</i></p> <p>H6: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in</i></p>	<p>Literasi keuangan mahasiswa rendah. Pria yang mengambil kuliah jurusan ekonomi dan bisnis memiliki tingkat literasi keuangan terbaik dibandingkan yang lainnya.</p>

		<p><i>Indonesia, based on their academic disciplines</i>  H7: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their income.</i></p> <p>H8: <i>There is a difference the levels of financial literacy of university students in Indonesia, based on their years of work experience.</i>  H9: <i>There is a positive relationship between financial literacy and gender, age, marital status, education level, academic disciplines, income, and years of work experince.</i></p>	
<p>Muhammad Rafi, Zheng Ming, dan Khyrshid Ahmad (2019),</p> <p><i>Technology Integration for Students Informasi adn Digital Literacy Education in Academic Libraries,</i></p> <p>School of Information Management, Nanjing University, PR China</p>	<p><i>Relative Advantage, Compatibility, Complexity, Triability, dan Observability</i></p>	<p>H1: <i>Students technology skill has a strong association with using digital tools.</i>  H2: <i>Students technology skill has a strong association with searching database and web informasi.</i>  H3: <i>Reguler instructors and training on digital literacy education have a positive association.</i>  H4: <i>Training contents on digital literacy has a strong association with ICT based substances.</i>  H5: <i>Library management and reguler training program on digital literacy has strong associations.</i>  H6: <i>Students digital exposure and developing digital competency have strong associations.</i>  H7: <i>Exposrue to digital literacy and students learning encouragement has a strong association.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterampilan teknologi siswa memiliki hubungan yang signifikan terhadap penggunaan alat digital.</li> <li>2. Keterampilan teknologi siswa memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja akademik yang produktif dan penelitian dalam menggunakan sumber daya <i>database</i>.</li> <li>3. Tidak ada hubungan yang signifikan antara perguruan tinggi negeri dan swasta yang ditunjuk sebagai instruktur pelatihan tentang digital dan informasi kepada siswa yang tidak lulus.</li> <li>4. Tidak ada hubungan yang signifikan anara universitas dan konten pelatihan tentang TIK.</li> <li>5. Manajemen Perpustakaan memiliki hubungan negatif terhadap program pelatihan reguler mengenai pendidikan literasi digital kepada siswa.</li> <li>6. Siswa yang terpapar digital tidak dapat meningkatkan</li> </ol>

		<p>H8: <i>Library technology involvement and student learning skills has positive associations.</i></p>	<p>informasi dan kemampuan literasi digital mereka dibawah kondisi perhitungan era tinggi.</p> <p>7. Paparan digital pada siswa memiliki hubungan yang signifikan terhadap dorongan pada pembelajaran yang berkelanjutan.</p> <p>8. Kesenjangan yang tumbuh dalam literasi digital dan keterampilan dapat dikurangi ketika perpustakaan mengambil pendekatan praktis untuk memfasilitasi siswa belajar dengan teknologi.</p>
--	--	---	--

Sumber: Penelitian-Penelitian Terdahulu

### 2.3 Pengembangan Hipotesis

Good dan Scates (1995) menyatakan bahwa hipotesis adalah sebuah referensi yang dirumuskan untuk sementara serta menerangkan fakta-faktor atau kondisi yang diamati dan akan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah-langkah selanjutnya.

#### 2.3.1 *Perceived Behavioral Control*

Kontrol perilaku persepsi (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi yang dapat memotivasi terhadap minat seseorang dalam mengadopsi uang elektronik, *perceived behavioral control* menjadi variabel tambahan yang berkaitan dengan kendala lingkungan, apakah lingkungan sekitar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan (Taylor & Todd, 1995).

$H_1$ : *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik.

### 2.3.2 *Subjective Norms*

Ajzen (1991) berkata bahwa perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap melainkan juga norma-norma subjektif (*Subjective Norms*) yaitu keyakinan individu mengenai apa yang orang lain inginkan agar dapat diperbuat oleh individu tersebut. Norma-norma subjektif (*Subjective Norms*) merupakan struktur kepercayaan normatif dan juga mencerminkan pengaruh sosial dari kelompok ataupun individu yang memiliki hubungan yang dekat dengan dirinya sendiri, seperti keluarga, teman, media massa, ataupun kolega.

*H<sub>2</sub>: Subjective Norms* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik.

### 2.3.3 *Perceived Ease of Use*

Presepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi kehendak dalam menggunakan uang elektronik.

*H<sub>3</sub>: Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik..

Pada penelitian sebelumnya telah memberikan bukti empiris mengenai pengaruh manfaat yang dirasakan pada niat individu untuk mengadopsi suatu hal baru (Hu *et al*, 1999; Venkatesh & Morris, 2000). Individu percaya bahwa mengadopsi uang elektronik akan memberikan manfaat terhadap yang lebih terhadap diri mereka.

### **2.3.4 Perceived Risks**

Selain *Perceived Behavioral Control*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Ease of Use* adopsi akan teknologi baru uang elektronik juga dipengaruhi oleh persepsi resiko (*Perceived Risks*) yang akan dirasakan oleh individu. *Perceived Risks* yang dirasakan berkaitan dengan penggunaan uang elektronik yang bervariasi sesuai dengan situasi dan pengaruh adopsi individu sebagai konsumen. Resiko yang dirasakan berkaitan dapat berupa biaya untuk mengunduh aplikasi dan juga biaya saat menggunakan uang elektronik.

$H_4$ : *Perceived Risks* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik.

### **2.3.5 Financial Literacy**

*Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) mengatakan bahwa literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi, sehingga dapat meningkatkan minat individu dalam mengadopsi suatu produk atau layanan jasa keuangan termasuk uang elektronik. Selain itu pula, pada tahun 2013 terdapat survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan dimana survei menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk layanan jasa keuangan. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar tingkat pemanfaatan akan produk dan layanan jasa keuangan.

*H<sub>5</sub>: Financial Literacy* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku dalam menggunakan uang elektronik.

*H<sub>6</sub>: Financial Literacy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap adopsi uang elektronik tanpa melalui sikap perilaku (*attitude toward adoption*).

### **2.3.6 Technology Literacy**

Literasi teknologi dapat memberikan bantuan kepada setiap individu untuk tetap aktif dalam segala perkembangan. Sehingga individu dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan yang terjadi dalam produk ataupun layanan jasa keuangan. Teknologi yang dimanfaatkan dengan baik tentunya akan memberikan pengaruh positif dalam hal apapun. Sehingga dapat mendorong setiap individu untuk turut aktif dalam mengadopsi produk ataupun layanan jasa keuangan termasuk uang elektronik. Melalui hal ini tentunya literasi teknologi juga dapat memengaruhi sikap perilaku individu untuk menggunakan produk ataupun layanan jasa keuangan.

*H<sub>7</sub>: Technology Literacy* memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku dalam menggunakan uang elektronik.

*H<sub>8</sub>: Technology Literacy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap adopsi uang elektronik tanpa melalui sikap perilaku (*attitude toward adoption*).

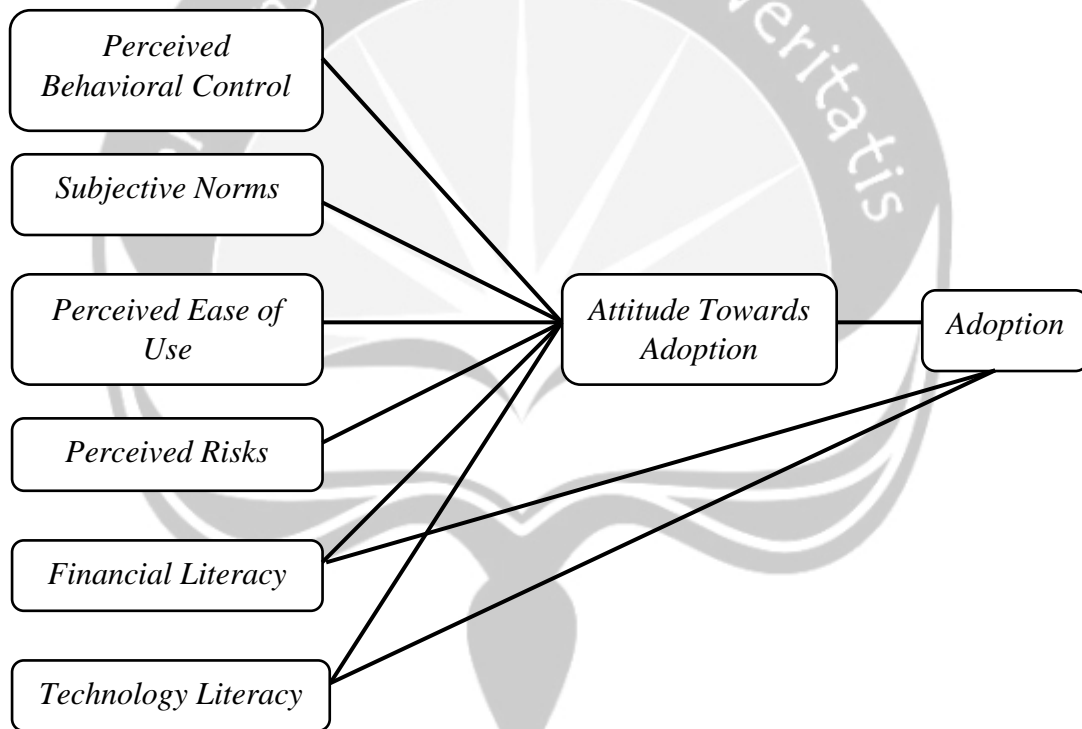
### **2.3.7 Attitude Toward Adoption**

Berdasarkan metode TPB (Ajzen, 1991), seorang individu yang memiliki sikap positif terhadap suatu perilaku atau objek tertentu, lebih kemungkinan

memiliki niat untuk menggunakan atau terlibat terhadap objek atau perilaku tersebut. Sikap terhadap adopsi uang elektronik dapat dibentuk berdasarkan pengalaman langsung ataupun tidak langsung.

$H_9$ : Sikap perilaku (*attitude toward adoption*) memiliki pengaruh terhadap kehendak untuk menggunakan uang elektronik.

#### 2.4 Kerangka Berpikir



Sumber: Lule Isaiiah, 2011 dengan Modifikasi

**Gambar 5**  
**Kerangka Penelitian**

## BAB V

### PENUTUP

Pada BAB V ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai tingkat adopsi uang elektronik pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selain itu, terdapat beberapa saran dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang ada dibab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini terdapat sebanyak 350 orang responden yang terdiri dari 117 laki-laki dengan presentase 33 persen dan 233 perempuan dengan presentase 67 persen. Responden dalam penelitian ini mayoritas berumur 20 sampai 22 tahun dengan total sebanyak 304 responden.
2. Kesimpulan dari seluruh uji hipotesis adalah sebagai berikut:
  - a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama didukung. Sikap perilaku terhadap adopsi (*attitude toward adoption*) dipengaruhi oleh *perceived behavioral control*.
  - b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua didukung. Sikap perilaku terhadap adopsi (*attitude toward adoption*) dipengaruhi oleh *subjective norms*.
  - c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga tidak didukung. Sikap perilaku terhadap adopsi (*attitude toward adoption*) tidak dipengaruhi oleh *perceived ease of use*.



d. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keempat tidak didukung. Sikap perilaku terhadap adopsi (*attitude toward adoption*) tidak dipengaruhi oleh *perceived risk*.

e. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kelima didukung. *Attitude toward adoption* dipengaruhi oleh *financial literacy* .

f. . Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keenam didukung. *Adoption* dipengaruhi oleh *financial literacy* secara langsung tanpa melalui *attitude toward adoption*.

g Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh didukung. *Attitude toward adoption* dipengaruhi oleh *technology literacy*.

h. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan didukung. *Adoption* dipengaruhi oleh *technology literacy* secara langsung tanpa melalui *attitude toward adoption*.

i. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kesembilan didukung. Sikap kehendak mengadopsi (*adoption*) dipengaruhi oleh sikap perilaku (*Attitude toward adoption*).

3. Melalui penjelasan hasil hipotesis pada poin ke dua diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *financial literacy* dan *technology literacy* membutuhkan *attitude toward adoption* sebelum akhirnya mengadopsi uang elektronik, tetapi juga dapat mengadopsi uang elektronik secara langsung tanpa melalui *attitude toward adoption*. Hal tersebut dapat dilihat bahwa variabel *financial literacy* dan *technology literacy* memiliki pengaruh terhadap variabel *attitude toward adoption* dan variabel *attitude toward*

*adoption* memiliki pengaruh terhadap variabel *adoption*, begitu pula bahwa variabel *financial literacy* dan *technology lietarycy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap variabel *adoption* tanpa harus melalui sikap perilaku (*attitude toward adoption*). Melalui penjelasan hasil hipotesis pada poin ke dua diatas bahwa lama menempuh kuliah juga memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi keuangan dan lietrasi teknologi seseorang dalam mengadopsi uang elektronik.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data yang ada dibab sebelumnya, maka dapat dibuat implikasi manajerial sebagai berikut:

### 1. Bagi Para Pengguna Uang Elektronik

Hasil dari penelitian ini, masyarakat sebagai pengguna uang elektronik sebaiknya mempertimbangkan terlebih dahulu faktor-faktor tertentu yang sesuai dengan kebutuhan dirinya sebelum menggunakan uang elektronik. lebih memephrhatikan kebijakan apa saja yang dikluarkan oleh perusahaan uang elektronik agar meminimalisir resiko dari penggunaan. Sangat diperlukan literasi keuangan dan literasi teknologi agar memiliki pemahan mengenai manfaat dan resiko dari produk uang elektronik yang akan diadopsi sehingga dapat menguntungkan bagi pengguna uang elektronik itu sendiri.

### 2. Bagi Para Perusahaan Penyelenggara Uang Elektronik

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai perusahaan penyelenggara uang elektronik untuk mengetahui faktor apa saja

yang dapat mempengaruhi pengguna untuk memilih dalam menggunakan produk uang elektronik. perusahaan juga dapat menjadikan hasil dari penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam membuat dan menentukan kebijakan dalam membuat strategi bisnis untuk menjangkau lebih banyak kalangan pengguna uang elektronik.

### 3. Bagi Pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan, dan Bank Indonesia

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bank Indonesia (BI) sebagai perangkat yang memperhatikan, memberi kebijakan, dan melakukan pengawasan terhadap perusahaan uang elektronik, selain itu pihak pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bank Indonesia (BI) dalam melihat perkembangan atau menjadikan bahan evaluasi bagaimana kebijakan tentang uang elektronik dan GNNT yang berjalan dimasyarakat khususnya mahasiswa.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tentunya tidak terlepas dari keterbatasan dan peneliti juga menyadari akan hal tersebut. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini, anatar lain sebagai berikut:

### 1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan *google form* dan tentunya memiliki kelemahan, dimana ketika menyebarkan kuesioner penulis tidak bisa mendampingi responden, sehingga apabila responden kurang mengerti tidak dapat langsung bertanya kepada

penulis, dengan adanya kejadian tersebut dapat menyimpulkan pengertian yang berbeda antara responden dengan penulis mengenai maksud dari setiap item pertanyaan. Selain itu, bisa menyebabkan responden menjawab dengan tidak sungguh-sungguh.

## 2. Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model TRA dan TPB masih memiliki keterbatasan untuk mengetahui faktor-faktor perilaku seseorang secara spesifik yang mempengaruhi pengadopsian sebuah teknologi khususnya teknologi digital adopsi uang elektronik. Model TRA masih mengabaikan faktor-faktor sosial dalam kehidupan nyata dan tentunya dapat mempengaruhi perilaku individu. Keterbatasan untuk model TPB adalah karena faktor keinginan individu tidak terbatas untuk sikap, norma subyektif, dan persepsi pengendalian perilaku. TRA dan TPB memprediksi tindakan individu berdasarkan kriteria tertentu, sedangkan individu tidak selalu berperilaku seperti yang diperkirakan oleh kriteria (Werner, 2004).

## 3. Komposisi Responden

Keterbatasan lainnya dalam penelitian ini adalah komposisi responden dari setiap populasi tidak merata dan masih ada yang terlalu dominan, walaupun mewakili setiap populasi setidaknya jumlah responden bisa sama rata sehingga memungkinkan bisa menjadi perbandingan dalam memahami literasi keuangan dan literasi teknologi.

## 5.4 Saran Penelitian

Beberapa saran untuk peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan bidang ini, yaitu:

### 1. Metode Pengumpulan Data

Pada metode pengumpulan data, apabila peneliti selanjutnya menggunakan *google form* sebagai sarana untuk menyebarkan kuesioner sebaiknya responden tetap didampingi dalam mengisi kuesioner tersebut, peneliti juga dapat menyertakan nomor HP atau *email* untuk mengantisipasi apabila responden tidak mengerti mengenai item pertanyaan dapat langsung menghubungi peneliti, dengan melakukan hal tersebut sehingga dapat mengurangi *miss* antar responden dan peneliti mengenai maksud dari setiap item pertanyaan.

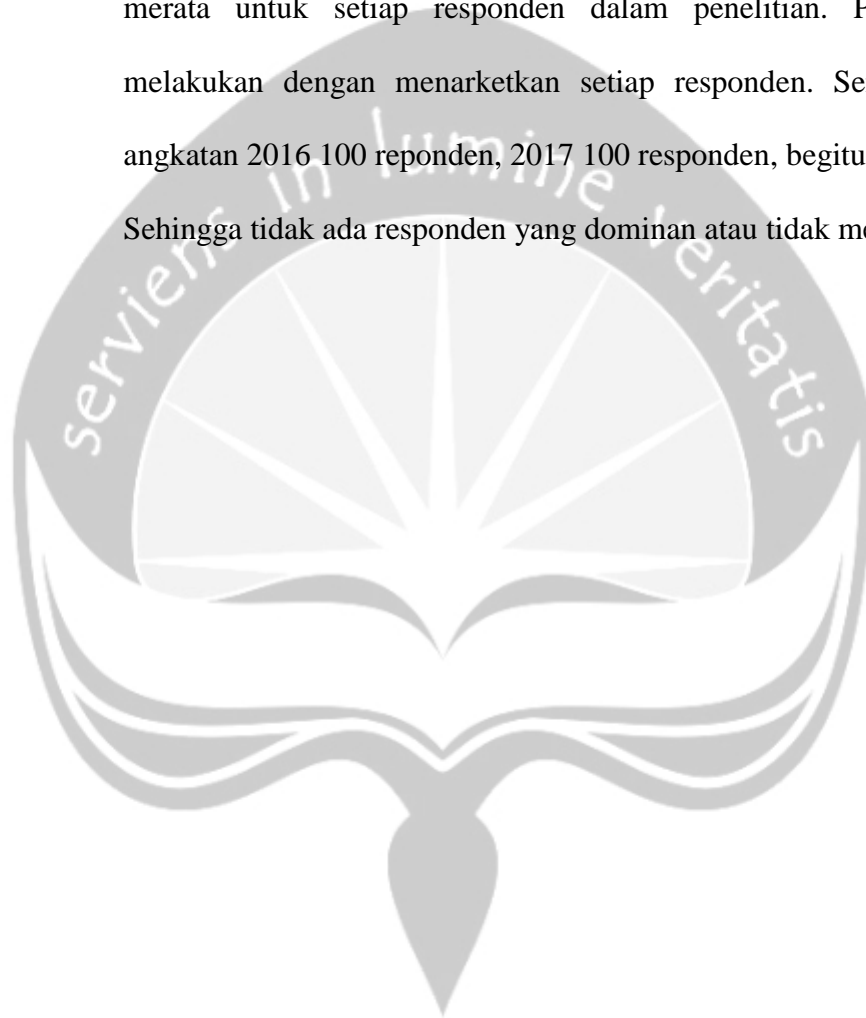
### 2. Model Penelitian

Apabila peneliti selanjutnya melakukan penelitian berkaitan dengan penelitian ini, disarankan untuk menggunakan model penelitian lain seperti model UTAUT yang sudah dimodifikasi. Model UTAUT merupakan kombinasi dari delapan model yaitu *theory of reasoned (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)*, *motivational model (MM)*, *theory of planned behavior (TPB)*, *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization (MPTU)*, *innovation diffusion theory (IDT)* dan *social cognitive theory (SCT)*, dengan kombinasi delapan model tersebut maka model UTAUT dapat menjelaskan lebih lengkap

mengenai minat seorang individu dalam menggunakan suatu sistem teknologi dan perilaku pengguna.

### 3. Komposisi Responden

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penyebaran yang merata untuk setiap responden dalam penelitian. Peneliti bisa melakukan dengan menargetkan setiap responden. Semisal untuk angkatan 2016 100 responden, 2017 100 responden, begitu selanjutnya. Sehingga tidak ada responden yang dominan atau tidak merata.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. &. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitude, intention, and perceived behavioral control. *Experimental Social Psychology*, 453-474.
- Ajzen, I. (1985). *From intention to actions: a theory of planned behavioral*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (hal. 179-221).
- Bank Indonesia. (2006). *Persepsi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa terhadap Pembayaran Non Tunai*. Bogor: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2006). *Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2018, Juli 05). *Peraturan Bani Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik* . Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Pages/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020, April 17). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>
- Boyke P. Siregar. (2019, April 01). *Darmin: Teknologi Digital Dorong Pertumbuhan Ekonomi*. Retrieved from Warta Ekonomi.com: <https://www.wartaekonomi.co.id/read221952/darmin-teknologi-digital-dorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Ferdinan, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I . (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Boston: Addison-Wesley.

- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2006). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair, J. e. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lokadata.id. (2019). *Transaksi uang elektronik, 2009-2019*. Retrieved from Lokadata: <https://lokadata.id/data/transaksi-uang-elektronik-2009-2019-1569298178>
- Lule, I. (2011). *Application of The Technology Acceptance Model in Mobile Banking Adoption in Kenya*. University of Nairobi School of Computing and Informatics.
- Lule, I., Omwansa, T. K., & Waema, P. M. (2012). Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya. *International Journal of Computing and ICT Research Vol. 6*, 31-43.
- Mohammad Faizal. (2019, Juli 15). *Sebanyak 58% Responden Sebut OVO Brand Paling Sering Digunakan*. Retrieved from SINDONEWS.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1420421/178/sebanyak-58-responden-sebut-ovo-brand-paling-sering-digunakan>
- Muttaqin. (2018, 11 21). *Sosialisasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Pentingkah?* Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/muttaqin98/5bf532acab12ae5d6a2ed685/sosialisasi-gerakan-nasional-non-tunai-gnnt-pentingkah?page=all>
- Nuka, I & Rai, K. (2015). Financial Literacy among University Students: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 247-256.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2013). *Edukasi dan Perlindungan Konsumen*. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <http://www.ojk.go.id/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (t.thn.). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.



- Ph. D, Jeong Hee Yeo; Ph. D, Patti J. Fisher;. (2017). Mobile Financial Technology and Consumers' Financial Capability in the United States. *Journal of Education & Social Policy*.
- Rachmat Hendayana. (2014). *Persepsi dan Adopsi Teknologi*. Bogor.
- Rafi, Muhammad ; Ming, Zheng; Ahmad, Khyrashid;. (2019). *Technology Integration for Students Informasi and Digital Literacy Education in Academic Libraries*. School of Informastion Management, Nanjing University, PR China.
- Rogers, H.F; F.F, Shoemaker;. (1971). Dalam *Communication of Inovation*. London: The Free Press.
- Ruli Mustafa. (2018, Januari 08). *Literasi Digital dan Manfaatnya*. Retrieved from Kompasiana:  
<https://www.kompasiana.com/rulimustafa/5a533bc15e1373792c793e92/literasi-digital-dan-manfaatnya>
- Sudjana. (2009). *Statistik Untuk Ekonomi dan Niaga II*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tustin, D. (2010). An impact assessment of a prototype financial literacy flagship programme in a rural South Africa setting. *African Journal Of Business Management*, 1894-1902.
- Vhikara , B. D. R. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Teknologi terhadap Adopsi Uang Elektronik pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonimika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Volpe, R., & Chen, H. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. Dalam *Financial Services Review* (hal. 107-128).
- World Bank. (2016). *Trends in the Objectives of Nasional Financial Capability Strategis*. World Bank.

Yulianti, N; Silvy, M. (2013). Sikap Pengelolaan Keuangan dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 3, No. 1, 57-68.





**LAMPIRAN 1**  
**UJI VALIDITAS**

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default Model)**

	<i>Estimate</i>
ATT <--- PBC	,250
ATT <--- SN	,280
ATT <--- PEOU	,015
ATT <--- PR	,021
ATT <--- FL	,224
ATT <--- TL	,273
AD <--- ATT	,309
AD <--- FL	,305
AD <--- TL	,383
PBC1 <--- PBC	,788
PBC2 <--- PBC	,842
PBC3 <--- PBC	,800
SN1 <--- SN	,840
SN2 <--- SN	,825
SN3 <--- SN	,724
PEOU1 <--- PEOU	,816
PEOU2 <--- PEOU	,826
PEOU3 <--- PEOU	,831
PEOU4 <--- PEOU	,878
PR1 <--- PR	,917
PR2 <--- PR	,871
PR3 <--- PR	,908
PR4 <--- PR	,883
FL1 <--- FL	,771
FL2 <--- FL	,713

			<i>Estimate</i>
FL3	<---	FL	,714
FL4	<---	FL	,783
FL5	<---	FL	,736
FL6	<---	FL	,721
FL7	<---	FL	,725
FL8	<---	FL	,784
TL1	<---	TL	,751
TL2	<---	TL	,769
TL3	<---	TL	,724
TL4	<---	TL	,772
TL5	<---	TL	,759
TL6	<---	TL	,786
TL7	<---	TL	,834
ATT1	<---	ATT	,746
ATT2	<---	ATT	,765
ATT3	<---	ATT	,699
AD1	<---	AD	,701
AD2	<---	AD	,749
AD3	<---	AD	,728



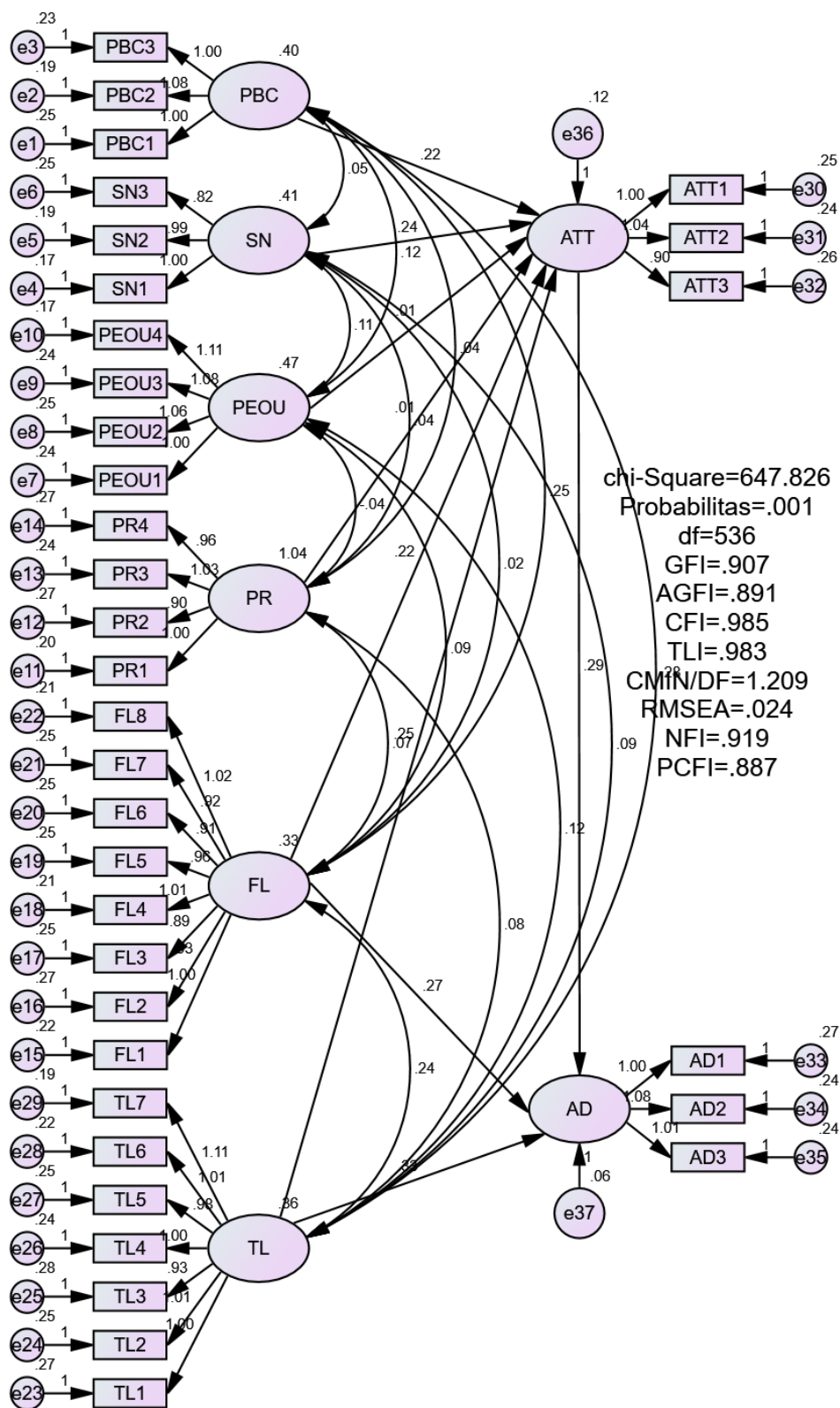
**LAMPIRAN 2**  
**UJI RELIABILITAS**

<i>Variabel</i>	<i>Item</i>	<i>Strandard Loading</i>	<i>Strandard Loading<sup>2</sup></i>	<i>Measurement Error (1-Strandard Loading<sup>2</sup></i>	<i>Jumlah Strandard Loading</i>	<i>(Jumlah Strandard Loading)<sup>2</sup></i>	<i>Jumlah Measurement Error</i>	<i>(Jumlah Strandard Loading)<sup>2</sup> +Jumlah Measurement Error</i>	<i>Construct Reliability</i>
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC1	0,788	0,620944	0,379056	2,430	5,9049	1,030092	6,934992	0,851465
	PBC2	0,842	0,708964	0,291036					
	PBC3	0,800	0,640000	0,360000					
<i>Subjective Norms</i>	SN1	0,840	0,705600	0,294400	2,389	5,7073	1,089599	6,796920	0,839692
	SN2	0,825	0,680625	0,319375					
	SN3	0,724	0,524176	0,475824					
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEoU1	0,816	0,665856	0,334144	3,351	11,2292	0,961307	12,190508	0,921143
	PEoU2	0,826	0,682276	0,317724					
	PEoU3	0,831	0,690561	0,309439					
	PEoU4	0,878	0,770884	0,229116					
<i>Perceived Risk</i>	PR1	0,917	0,840889	0,159111	3,579	12,8092	0,576006	13,385247	0,956967
	PR2	0,871	0,758641	0,241359					
	PR3	0,908	0,824464	0,175536					
	PR4	0,883	0,779689	0,220311					
<i>Financial Literacy</i>	FL1	0,771	0,594441	0,405559	5,947	35,3668	1,387394	36,754203	0,962252
	FL2	0,713	0,508369	0,491631					
	FL3	0,714	0,509796	0,490204					
	FL4	0,783	0,613089	0,386911					
	FL5	0,736	0,541696	0,458304					
	FL6	0,721	0,519841	0,480159					
	FL7	0,725	0,525625	0,474375					
	FL8	0,784	0,614656	0,385344					
<i>Technology Literacy</i>	TL1	0,751	0,564001	0,435999	5,395	29,1060	1,320462	30,426487	0,956602
	TL2	0,769	0,591361	0,408639					
	TL3	0,724	0,524176	0,475824					

	TL4	0,772	0,595984	0,404016					
	TL5	0,759	0,576081	0,423919					
	TL6	0,786	0,617796	0,382204					
	TL7	0,834	0,695556	0,304444					
<i>Attitude Toward Adoption</i>	ATT1	0,746	0,556516	0,443484	2,210	4,8841	1,369658	6,253758	0,780986
	ATT2	0,765	0,585225	0,414775					
	ATT3	0,699	0,488601	0,511399					
<i>Adoption</i>	A1	0,701	0,491401	0,508599	2,178	4,7437	1,417614	6,161298	0,769916
	A2	0,749	0,561001	0,438999					
	A3	0,728	0,529984	0,470016					









**LAMPIRAN 4**  
**UJI NORMALITAS**

## Assessment of Normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
AD3	2.000	5.000	-.085	-.649	-.550	-2.100
AD2	2.000	5.000	-.058	-.440	-.690	-2.635
AD1	2.000	5.000	-.164	-1.252	-.436	-1.664
ATT3	2.000	5.000	.211	1.610	-.675	-2.579
ATT2	2.000	5.000	.070	.535	-.566	-2.162
ATT1	2.000	5.000	.123	.943	-.610	-2.331
TL7	2.000	5.000	-.196	-1.495	-.658	-2.513
TL6	2.000	5.000	-.057	-.437	-.803	-3.068
TL5	2.000	5.000	-.278	-2.123	-.360	-1.375
TL4	2.000	5.000	-.180	-1.372	-.565	-2.158
TL3	2.000	5.000	-.171	-1.310	-.565	-2.157
TL2	2.000	5.000	-.066	-.506	-.826	-3.155
TL1	2.000	5.000	-.167	-1.275	-.619	-2.364
FL8	2.000	5.000	-.023	-.177	-.556	-2.124
FL7	2.000	5.000	.052	.396	-.538	-2.054
FL6	2.000	5.000	.114	.870	-.689	-2.630
FL5	2.000	5.000	.036	.276	-.569	-2.172
FL4	2.000	5.000	.024	.185	-.646	-2.466
FL3	2.000	5.000	-.015	-.113	-.429	-1.640
FL2	2.000	5.000	.126	.960	-.795	-3.037
FL1	2.000	5.000	.100	.762	-.715	-2.730
PR4	1.000	5.000	.020	.155	-.608	-2.320
PR3	1.000	5.000	-.056	-.425	-.772	-2.947
PR2	1.000	5.000	.126	.966	-.701	-2.678
PR1	1.000	5.000	-.040	-.308	-.632	-2.412
PEOU4	1.000	5.000	-.328	-2.507	-.288	-1.098

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PEOU3	1.000	5.000	-.295	-2.250	-.405	-1.545
PEOU2	2.000	5.000	-.197	-1.504	-.698	-2.666
PEOU1	1.000	5.000	-.249	-1.905	-.364	-1.390
SN3	2.000	5.000	.090	.686	-.472	-1.803
SN2	2.000	5.000	-.067	-.511	-.468	-1.786
SN1	2.000	5.000	-.025	-.189	-.414	-1.580
PBC3	2.000	5.000	-.267	-2.037	-.617	-2.357
PBC2	2.000	5.000	-.337	-2.576	-.584	-2.231
PBC1	2.000	5.000	-.250	-1.910	-.672	-2.564
Multivariate					-7.662	-1.408



## **LAMPIRAN 5**

### **UJI OUTLIER**

Function Arguments ? X

CHIINV

Probability  = 0.001

Deg\_freedom  = 35

= 66.61882884

This function is available for compatibility with Excel 2007 and earlier.  
Returns the inverse of the right-tailed probability of the chi-squared distribution.

**Deg\_freedom** is the number of degrees of freedom, a number between 1 and  $10^{10}$ , excluding  $10^{10}$ .

Formula result = 66.61882884

[Help on this function](#) OK Cancel

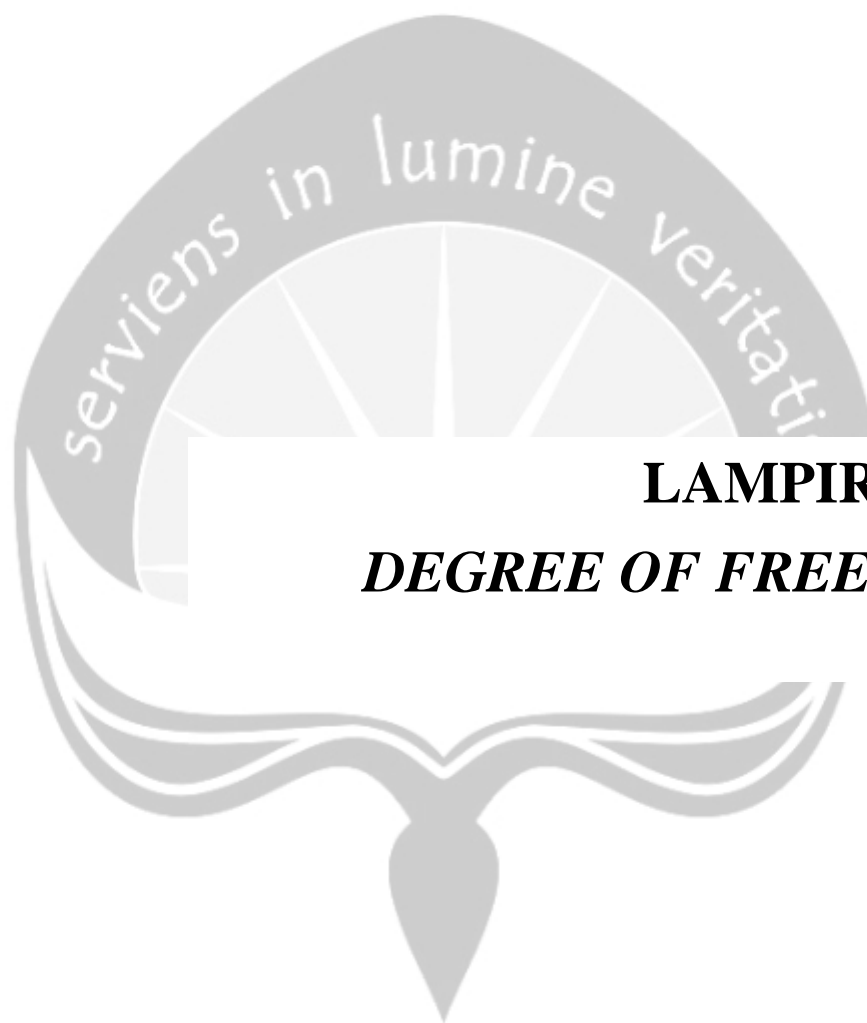
*Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)*

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
119	61.658	.004	.713
252	61.355	.004	.389
309	58.800	.007	.454
18	56.445	.012	.624
211	55.650	.015	.585
280	53.712	.022	.798
275	53.584	.023	.698
215	53.569	.023	.562
173	52.295	.030	.733
162	51.984	.032	.694
86	51.911	.033	.597
1	50.312	.045	.870
53	49.648	.052	.915
65	49.128	.057	.938
144	48.933	.059	.926
202	47.928	.071	.981
47	47.670	.075	.981
324	47.635	.075	.970
322	47.596	.076	.954
208	46.801	.088	.987
109	46.672	.090	.984

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
21	46.639	.090	.975
197	46.616	.091	.962
262	46.262	.096	.973
49	46.217	.097	.962
273	46.204	.097	.945
84	45.643	.107	.977
184	45.388	.112	.981
93	45.065	.119	.988
300	44.868	.123	.989
271	44.145	.138	.998
172	44.001	.142	.998
315	43.954	.143	.997
71	43.822	.146	.997
14	43.780	.147	.996
91	43.639	.150	.996
170	43.518	.153	.996
213	43.479	.154	.994
12	43.463	.154	.991
317	43.458	.154	.987
51	43.183	.161	.992
318	43.073	.164	.991
285	42.858	.170	.994
46	42.688	.174	.995
261	42.450	.181	.997
139	42.409	.182	.995
179	42.212	.187	.997
216	42.096	.191	.997
302	42.012	.193	.996
304	42.006	.193	.994
177	41.940	.195	.993
175	41.934	.195	.990
164	41.825	.199	.990
274	41.736	.201	.990
13	41.665	.203	.989
223	41.633	.204	.985
319	41.365	.213	.992
145	41.321	.214	.990
16	41.297	.215	.987
203	41.224	.217	.985
60	41.168	.219	.983



<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
169	41.151	.219	.978
96	41.049	.222	.978
210	40.920	.227	.980
152	40.894	.227	.975
136	40.798	.231	.975
233	40.787	.231	.968
286	40.648	.236	.972
110	40.568	.238	.971
214	40.412	.244	.977
45	40.367	.245	.973
36	40.356	.245	.965
137	40.308	.247	.960
212	40.274	.248	.953
207	40.168	.252	.956
281	39.921	.261	.974
193	39.750	.267	.981
241	39.740	.267	.975
205	39.723	.268	.968
245	39.722	.268	.959
312	39.717	.268	.947
167	39.649	.270	.945
320	39.628	.271	.934
59	39.474	.277	.946
335	39.380	.280	.949
61	39.350	.281	.940
99	39.341	.282	.926
330	39.333	.282	.909
89	39.294	.283	.899
138	39.244	.285	.891
6	39.066	.292	.917
128	39.051	.293	.901
148	38.956	.296	.906
68	38.935	.297	.891
243	38.899	.298	.878
282	38.797	.302	.886
38	38.741	.305	.881
272	38.684	.307	.875
331	38.551	.312	.893
58	38.450	.316	.901



**LAMPIRAN 6**  
***DEGREE OF FREEDOM***

*Computation of degree of freedom (Default model)*

<i>Number of distinct sample moments:</i>	630
<i>Number of distinct parameters to be estimated:</i>	94
<i>Degrees of freedom (630 - 94):</i>	536





**LAMPIRAN 7**  
***FIT MODEL***

**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
<i>Default model</i>	94	647.826	536	.001	1.209
<i>Saturated model</i>	630	.000	0		
<i>Independence model</i>	35	8021.668	595	.000	13.482

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
<i>Default model</i>	.023	.907	.891	.772
<i>Saturated model</i>	.000	1.000		
<i>Independence model</i>	.214	.200	.153	.189

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
<i>Default model</i>	.919	.910	.985	.983	.985
<i>Saturated model</i>	1.000		1.000		1.000
<i>Independence model</i>	.000	.000	.000	.000	.000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
<i>Default model</i>	.024	.017	.031	1.000
<i>Independence model</i>	.189	.185	.193	.000



## **LAMPIRAN 8**

### **UJI HIPOTESIS**

*Regression Weights: (Group number 1 – Default model)*

			<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P</i>	<i>Label</i>
ATT	<---	PBC	.219	.084	2.617	.009	par_29
ATT	<---	SN	.243	.048	5.015	***	par_30
ATT	<---	PEOU	.012	.042	.297	.766	par_31
ATT	<---	PR	.012	.026	.453	.650	par_32
ATT	<---	FL	.218	.079	2.763	.006	par_33
ATT	<---	TL	.255	.086	2.948	.003	par_34
AD	<---	ATT	.285	.076	3.767	***	par_28
AD	<---	FL	.274	.064	4.262	***	par_35
AD	<---	TL	.329	.071	4.661	***	par_36
PBC1	<---	PBC	1.000				
PBC2	<---	PBC	1.076	.068	15.820	***	par_1
PBC3	<---	PBC	.999	.065	15.384	***	par_2
SN1	<---	SN	1.000				
SN2	<---	SN	.992	.066	14.988	***	par_3
SN3	<---	SN	.821	.060	13.767	***	par_4
PEOU1	<---	PEOU	1.000				
PEOU2	<---	PEOU	1.062	.061	17.291	***	par_5
PEOU3	<---	PEOU	1.075	.061	17.712	***	par_6
PEOU4	<---	PEOU	1.110	.058	19.086	***	par_7
PR1	<---	PR	1.000				
PR2	<---	PR	.904	.037	24.541	***	par_8
PR3	<---	PR	1.030	.037	27.706	***	par_9
PR4	<---	PR	.956	.038	25.461	***	par_10
FL1	<---	FL	1.000				
FL2	<---	FL	.928	.068	13.711	***	par_11
FL3	<---	FL	.887	.064	13.889	***	par_12
FL4	<---	FL	1.006	.065	15.444	***	par_13
FL5	<---	FL	.958	.067	14.336	***	par_14
FL6	<---	FL	.914	.065	13.971	***	par_15
FL7	<---	FL	.915	.065	14.171	***	par_16
FL8	<---	FL	1.016	.066	15.384	***	par_17
TL1	<---	TL	1.000				
TL2	<---	TL	1.006	.069	14.660	***	par_18
TL3	<---	TL	.930	.068	13.725	***	par_19
TL4	<---	TL	1.002	.068	14.697	***	par_20
TL5	<---	TL	.979	.068	14.503	***	par_21
TL6	<---	TL	1.010	.067	15.146	***	par_22
TL7	<---	TL	1.115	.069	16.061	***	par_23
ATT1	<---	ATT	1.000				

			<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P</i>	<i>Label</i>
ATT2	<---	ATT	1.037	.079	13.188	***	par_24
ATT3	<---	ATT	.903	.077	11.672	***	par_25
AD1	<---	AD	1.000				
AD2	<---	AD	1.078	.087	12.383	***	par_26
AD3	<---	AD	1.007	.083	12.100	***	par_27







**LAMPIRAN 10**  
**KUESIONER**

## BAGIAN I

Latar belakang responden:

Bagian ini merupakan pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan data *statistic* responden.

Berilah jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda.

1.	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
2.	Umur	.....
3.	Program Studi	<input type="checkbox"/> Akuntansi <input type="checkbox"/> Manajemen <input type="checkbox"/> Ekonomi Pembangunan
4.	Angkatan	<input type="checkbox"/> 2016 <input type="checkbox"/> 2017 <input type="checkbox"/> 2018 <input type="checkbox"/> 2019
5.	Sedang Menempuh Kuliah Tahun ke-	.....
6.	No. WA atau Line ID	.....
7.	Rata-rata uang saku dalam satu bulan	<input type="checkbox"/> Kurang dari Rp 1.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000 <input type="checkbox"/> Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000 <input type="checkbox"/> Lebih dari Rp 3.000.000
8.	Rata-rata pengeluaran dalam satu bulan	<input type="checkbox"/> Kurang dari Rp 1.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000 <input type="checkbox"/> Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000 <input type="checkbox"/> Lebih dari Rp 3.000.000
9.	Apakah anda mempunyai akun uang elektronik?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
10.	Apa saja akun uang elektronik yang anda miliki saat ini? (boleh lebih dari 1)	<input type="checkbox"/> Go-Pay <input type="checkbox"/> Dana <input type="checkbox"/> OVO <input type="checkbox"/> LinkAja <input type="checkbox"/> Sakuku <input type="checkbox"/> ShopeePay <input type="checkbox"/> Lainnya, .....
11.	Sudah berapa lama anda menggunakan uang elektronik?	<input type="checkbox"/> Kurang dari 6 bulan <input type="checkbox"/> 1 tahun – 2 tahun <input type="checkbox"/> 6 bulan – 1 tahun <input type="checkbox"/> Lebih dari 2 tahun
12.	Frekuensi menggunakan layanan uang elektronik	<input type="checkbox"/> Beberapa kali dalam sehari <input type="checkbox"/> Beberapa kali dalam seminggu <input type="checkbox"/> Beberapa kali dalam satu bulan <input type="checkbox"/> Lainnya, .....

13.	Rata-rata pengeluaran menggunakan uang elektronik dalam satu bulan	<input type="checkbox"/> Kurang dari Rp 100.000 <input type="checkbox"/> Rp 100.000 – Rp 250.000 <input type="checkbox"/> Rp 250.000 – Rp 400.000 <input type="checkbox"/> Rp 400.000 – Rp 550.000 <input type="checkbox"/> Lebih dari 550.000
14.	Tujuan menggunakan uang elektronik (boleh lebih dari 1)	<input type="checkbox"/> Tidak perlu membawa uang tunai <input type="checkbox"/> Membayar layanan transportasi <i>online</i> (seperti Gojek atau Grab) <input type="checkbox"/> Membeli makanan di warung makan atau restoran <input type="checkbox"/> Membayar tagihan (listrik & air, telepon, Pulsa & data, dll) <input type="checkbox"/> <i>Online Shopping</i> <input type="checkbox"/> Membeli barang di <i>merchant offline</i> <input type="checkbox"/> Lainnya, .....

## BAGIAN II

Berikut beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Anda dimohon untuk memberi tanggapan dari pertanyaan berikut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Terdapat 5 pilihan dimulai dari:

**STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; N = Netral; S = Setuju; SS = Sangat Setuju**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b><i>Attitude (Intention to Use)</i></b>						
15	Menggunakan layanan uang elektronik merupakan ide yang bagus					
16	Menggunakan layanan uang elektronik menguntungkan bagi saya (mendapatkan <i>cashback</i> , diskon, <i>voucher</i> , efisien, dll)					
17	Menggunakan layanan uang elektronik adalah pengalaman yang menyenangkan					
<b><i>Perceived Behavioral Control</i></b>						
18	Layanan uang elektronik dapat saya gunakan kapanpun saya membutuhkannya					
19						

	Layanan uang elektronik mudah diakses dan dibawa kemanapun					
20	Secara umum saya dapat mengendalikan uang elektronik kapan saja dan dimana saja					
<b>Perceived Normative Pressure</b>						
21	Seperti banyak orang pada umumnya, saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan uang elektronik					
22	Orang yang pendapatnya saya hormati menyarankan saya untuk menggunakan layanan uang elektronik					
23	Berita iklan dimedia dan beberapa ulasan merekomendasikan layanan uang elektronik layak untuk digunakan					
<b>Perceived Ease of Use</b>						
24	Mempelajari penggunaan uang elektronik adalah hal yang mudah bagi saya					
25	Menggunakan layanan uang elektronik tidak memerlukan banyak upaya mental					
26	Mudah bagi saya untuk mengakses aplikasi uang elektronik pada <i>smartphone</i>					
27	Menggunakan uang elektronik membutuhkan waktu yang sedikit					
<b>Perceived Risks</b>						
28	Memberikan informasi pribadi melalui layanan uang elektronik membuat saya merasa tidak aman					
29	Saya khawatir orang lain dapat mengakses akun saya					
30	Mengirim informasi yang sensitif melalui transaksi <i>online</i> atau perbankan membuat saya merasa tidak aman					
31	Server layanan uang elektronik tidak dapat bekerja dengan baik karena server <i>down</i> atau melambat					
<b>Financial Literacy</b>						
32	Uang saku saya cukup untuk membayar kebutuhan dan keinginan diri saya setiap bulannya					
33						



46	Saya mengetahui bahwa BI atau OJK mendukung perkembangan teknologi keuangan berbasis digital.						
<b><i>Intention to Adopt (Actual Use)</i></b>							
47	Saya berencana untuk menggunakan layanan uang elektronik.						
48	Saya akan menggunakan layanan uang elektronik lebih sering lagi dimasa yang akan datang						
49	Saya sangat menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan uang elektronik						

