

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, JENIS KELAMIN, DAN LAMA  
PENGUNAAN TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN *E-MONEY*  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1) Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Refika Christanty Rezandra Saragih**

**Npm: 16 11 23073**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA,**

**OKTOBER 2020**

**Skripsi**

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, JENIS KELAMIN, DAN LAMA  
PENGUNAAN TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN *E-MONEY*  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



**Disusun oleh:**

**REFIKA CHRISTANTY REZANDRA SARAGIH**

**NPM: 16 11 23073**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Alo", is placed over a faint, light blue circular stamp or watermark.

**Aloysius Gunadi Brata, Drs., M.Si., PhD**

**Oktober 2020**



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

**SURAT KETERANGAN**  
No. 021/J/I

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

1. A. Gunadi Brata, M.Si., Ph.D. (Ketua Penguji)
2. Drs. Ign. Agus Wantara, M.Si. (Anggota)
3. Dr. AM. Rini Setyastuti, SE., M.Si. (Anggota)

Tim penguji Pendadaran program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa :

Nama : Refika Christanty Rezandra Saragih  
NPM : 161123073

Dinyatakan  
**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Refika Christanty Rezandra Saragih 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 Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Jl. Babarsari No. 43 Yogyakarta 55281 Indonesia Kotak Pos 1086 / YKBB  
Telp. +62-274-487711 (hunting) Fax. +62-274-485227  
Website : //www.uajy.ac.id

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, JENIS KELAMIN, DAN LAMA  
PENGUNAAN TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN *E-MONEY*  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun secara tak langsung 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 plagiat 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, November 2020

Yang menyatakan

Refika Christanty Rezandra Saragih

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama dan yang paling utama saya sebagai peneliti mengucapkan terimakasih dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasih dan cinta-Nya yang besar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut serta membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak, diantaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai, memberi kekuatan, memberi kesehatan yang baik dan selalu setia menemani penulis di setiap langkah.
2. Bapak Aloysius Gunadi Brata, Drs., M.Si., PhD selaku dosen pembimbing yang telah berkenan dengan sabar memberikan kesempatan, waktu, pikiran, tenaga dan berbagai hal lainnya untuk membantu dalam penulisan skripsi ini.
3. Segenap dosen yang mengampu penulis selama berkuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Sigit Triandaru, M.Si., Ph.D. dan Ibu Yenny Patnasari, SE., M.Si. selaku dosen pembahas pada saat kolokium, terima kasih atas arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan kesempatan besar untuk menempuh pendidikan tinggi.

6. Ibu penulis yang sangat penulis sayangi yang selalu memberikan doa, semangat, dan cinta kepada penulis.
7. Kakek dan nenek penulis yang sangat penulis sayangi.
8. Abang penulis yang sangat penulis sayangi.
9. Segenap keluarga penulis yang turut memberikan doa dan semangat kepada penulis.
10. Robby Takeshi Simanjuntak yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis.
11. Indah Sinaga selaku sahabat penulis. Terimakasih karena sudah menjadi sahabat yang baik dan tulus. Terimakasih atas doa dan semangat yang telah diberikan.
12. Ika Siregar selaku sahabat penulis yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis. Terimakasih atas ketulusan yang telah diberikan.
13. Sahabat penulis yang turut membantu dan memberikan dukungan yaitu Daniel Andreas dan Kak Bernardus Ludy.
14. Angelica Verendina selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan menjadi teman penulis dalam bertukar pikiran.
15. Segenap sahabat di Prodi EP.
16. Pihak-pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu per satu.

## DAFTAR ISI

HALAMAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Hipotesis .....	8
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Studi Terkait .....	11
BAB III METODE PENELITIAN .....	16
3.1. Data dan Sumber Data .....	16
3.2. Alat Analisis.....	17

3.2.1. Analisis Regresi Logistik .....	17
3.2.2. Uji Signifikansi Simultan .....	18
3.2.3. Uji <i>Cox and Snell's R Square dan Nagelkerke's R Square</i> .....	19
3.2.4. Uji <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit</i> .....	19
3.2.5. Tabel Klasifikasi .....	20
3.2.6. Uji Signifikansi Parameter Individual .....	20
3.2.7 Nilai <i>Odd Ratio</i> .....	20
3.2.8 Uji Multikolinearitas .....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>22</b>
4.1 Uji Kelayakan Model .....	22
4.1.1. Uji Signifikansi Simultan .....	22
4.1.2. Uji Signifikansi Parameter Individual.....	22
4.1.3. Uji Koefisien Determinasi ( <i>Nagelkerke R Square</i> ).....	24
4.1.4. Uji <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit</i> .....	24
4.1.5 Tabel Klasifikasi .....	24
4.1.6 Nilai <i>Odds Ratio</i> .....	24
4.1.7 Uji Multikolinearitas .....	25
4.2 Pembahasan .....	26
4.2.1 Pengaruh pendapatan terhadap frekuensi penggunaan <i>e-money</i> .....	26
4.2.2 Pengaruh Jenis Kelamin terhadap frekuensi penggunaan <i>e-money</i> ....	26
4.2.3 Pengaruh Lama Penggunaan .....	27
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>29</b>
5.1 Kesimpulan .....	29



5.2. Saran .....	29
DAFTAR PUSTAKA .....	31
LAMPIRAN.....	35



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Transaksi <i>E-money</i> dan Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2013-2019 .....	3
Tabel 4.1. Hasil Regresi Logistik .....	23
Tabel 4.2. Hasil Multikolinearitas.....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	36
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER .....	38
LAMPIRAN 3 HASIL REGRESI LOGISTIK .....	46



**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, JENIS KELAMIN, DAN LAMA  
PENGUNAAN TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN *E-MONEY*  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**Refika Christanty Rezandra Saragih**

**NPM: 16 11 23073**

**Pembimbing**

**Aloysius Gunadi Brata, Drs., M.Si., PhD**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan terhadap frekuensi penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *e-money*. Lama menggunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *e-money*. Jenis kelamin juga memiliki pengaruh terhadap probabilitas penggunaan *e-money*.

Kata kunci: *E-money*, frekuensi penggunaan, pendapatan, lama penggunaan, jenis kelamin.

## Bab 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital sekarang ini, setiap individu harus cerdas dalam memanfaatkan sebuah teknologi agar mendapatkan kemudahan dan keefektifan dalam berinteraksi antara satu dengan yang lain. Untuk memenuhi konsumsi masyarakat yang semakin meningkat, diperlukan pula sebuah inovasi dan perubahan yang dapat memudahkan suatu individu dalam memenuhi kehidupannya. Hal ini mendorong teknologi semakin berinovasi dengan tujuan untuk memudahkan setiap individu dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Salah satu inovasi yang muncul adalah *financial technology (fintech)*, seiring terjadinya perubahan gaya hidup pada masyarakat yang menginginkan hidup yang serba cepat. Salah satu produk *fintech* tersebut adalah uang elektronik (*e-money*).

Perusahaan telekomunikasi dan perbankan pun berlomba untuk mengeluarkan layanan dan produk *e-money* karena merupakan salah satu alternatif yang amat potensial dalam mendorong peningkatan inklusi keuangan. Inklusi keuangan merupakan salah satu senjata yang dapat dipercaya untuk mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat, agar seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati layanan dan akses produk uang elektronik. Hampir seluruh bank besar di Indonesia saat ini memiliki layanan *e-money*, seperti Mandiri *e-money*, BRI *Brizzi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan ada *T-cash* yang merupakan produk dari perusahaan telekomunikasi, Telkomsel. Bahkan, langkah mereka juga dibuntuti oleh pelaku bisnis *startup* tepatnya di bidang *financial*

*technology (fintech)* yang memiliki skala lebih kecil namun pergerakannya amat lincah. Sebagai contoh adalah Tokocash milik Tokopedia, ada Bukadompet milik Bukalapak, Gopay yang dimiliki oleh Gojek, OVO milik Grab, LinkAja, dan Dana.

Bank Indonesia juga turut serta dalam mendukung perkembangan uang elektronik ini, demi terwujudnya masyarakat Indonesia yang *cashless society*. Pengertian *cashless society* ini sendiri yaitu transaksi yang dilakukan oleh sekelompok orang atau masyarakat yang pembayarannya tidak menggunakan uang tunai melainkan menggunakan uang berupa kartu. Kemunculan *e-money* ini sendiri di tengah-tengah masyarakat bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Penggunaan uang elektronik ini merupakan pilihan bagi masyarakat dalam menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya.

Volume transaksi uang elektronik adalah jumlah transaksi pembelian yang dilakukan dengan menggunakan uang elektronik pada periode tertentu. Nominal transaksi uang elektronik adalah nilai atau nominal dari transaksi pembelian yang dilakukan dengan menggunakan uang elektronik pada periode tertentu.

Selanjutnya ada jumlah instrumen, yang dimaksud dengan jumlah instrumen adalah jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat pada periode tertentu.

Tabel 1  
Transaksi *E-money* dan Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2013-2019

Periode	Transaksi <i>E-money</i>			Jumlah Uang Elektronik Beredar
	Volume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam juta Rp)	Rata-rata (dalam Rp)	Jumlah Instrumen (dalam juta Rp)
Tahun 2013	137.900.779	2.907.432	21.084	36.225.373
Tahun 2014	203.369.990	3.319.556	16.323	35.738.233
Tahun 2015	535.579.528	5.283.018	9.864	34.314.795
Tahun 2016	683.133.352	7.063.689	10.340	51.204.580
Tahun 2017	943.319.933	12.375.469	13.119	90.003.848
Tahun 2018	2.922.698.905	47.198.616	16.149	167.205.578
Tahun 2019	5.226.699.919	145.165.468	27.774	292.299.320

Sumber : Bank Indonesia 2020a dan 2020b

Dalam perkembangannya, *e-money* diunggulkan ke dalam alat pembayaran yang ditujukan untuk transaksi bernilai kecil. Berbagai penelitian telah menunjukkan manfaat menggunakan *e-money* sebagai fleksibilitas maksimum dalam transaksi pembayaran dalam jumlah nominal kecil (Miller dkk, 2002). Menurut Wulandari dkk, (2016) *e-money* sebenarnya telah mampu mengatasi masalah jumlah transaksi minimum yang diizinkan sehingga sangat cocok bagi siswa yang terbiasa bertransaksi dalam jumlah kecil.

Tidak menutup kemungkinan bahwa di kalangan milenial termasuk mahasiswa dan mahasiswi hal itu juga terjadi, dikarenakan dengan menggunakan uang elektronik membuat kegiatan transaksi menjadi semakin mudah.

Kesenangan bertransaksi, menunjukkan aktivitas saat bertransaksi dengan menggunakan *e-money* dapat dinikmati sesuai dengan hak pengguna. Penggunaan

transaksi, menunjukkan pengguna aktual menggunakan *e-money* untuk berbelanja. Penggunaan aktual diukur berdasarkan frekuensi penggunaan untuk bertransaksi. Keberhasilan adopsi *e-money* selain dipengaruhi oleh sisi *demand* juga dipengaruhi oleh tingkat penerimaan alat pembayaran ini oleh dunia usaha di antaranya *merchant*. *Merchant* adalah pedagang atau pihak yang menerima *e-money* sebagai alat pembayaran alternatif untuk suatu transaksi. Secara umum persepsi dan preferensi akan menentukan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa (Waspada, 2012).

Frekuensi untuk menggunakan adalah bagaimana konsumen bertindak sebagai individu di masa depan sebagai spesifik perilaku mereka. Berbagai macam alasan bagi konsumen untuk melakukan kegiatan konsumsi menggunakan produk *e-money*. Kepercayaan adalah faktor kunci dan pondasi mengembangkan bisnis dalam transaksi *online*, karena kepercayaan merupakan fitur yang sulit didapatkan dari konsumen (Khatimah, 2014).

Berbagai macam alasan yang dapat semakin menambah tingkat penggunaan *e-money* dikalangan mahasiswa. Salah satunya adalah pengaruh gender. Perempuan biasanya membelanjakan uangnya untuk membeli produk kecantikan dan pakaian untuk menunjang penampilan mereka sehari-hari. Berbeda dengan laki-laki yang menghabiskan uangnya untuk membelanjakan produk yang berkaitan dengan hobi mereka, komputer misalnya (Abrar dan Handoyo 2020).

Praktis merupakan satu kata untuk menggambarkan penggunaan uang elektronik (*e-money*). Hal inilah yang dirasakan oleh para milenial saat ini, ditambah lagi pada masa sekarang ini sudah semakin gencarnya promosi-promosi yang ditawarkan dari penyedia uang elektronik, menggoda banyak orang untuk



mulai menggunakan pembayaran digital. *E-money* juga dapat dikatakan menuju ke arah positif di kalangan masyarakat, terutama mahasiswa. Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi. Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut untuk melakukan hampir sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk teknologi yang sudah meluas di kalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan. Sistem pembayaran nontunai banyak diminati oleh kalangan mahasiswa terutama karena faktor manfaat yang didapatkan seperti proses pembayaran yang lebih cepat dan mudah (Rahmatika dan Fajar, 2019).

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai atau uang fisik menurut Romadloniyah dan Prayitno (2018), antara lain: pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai pada *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tanpa sulit menghitung berlembar uang. Manfaat dan kelebihan di atas juga mempengaruhi minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa, minat itu sendiri terbentuk karena mereka menemukan kegunaan, kemudahan, dan keamanan pada produk *e-money* itu sendiri (Utami dan Kusumawati, 2017).

Besarnya manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh penggunaan uang elektronik atau *e-money* ini membuat peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya pada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selain itu, karena mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dianggap sangat sesuai karena selain sebagai salah satu pengguna uang elektronik, mahasiswa dan mahasiswinya telah mengerti cara mengoperasikan berbagai

produk dari uang elektronik atau *e-money* tersebut. Apalagi di kantin kampus Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah diterapkan penggunaan *e-money* itu sendiri, yaitu pembayaran dilakukan dengan menggunakan OVO ataupun Gopay.

Pengalaman juga cenderung mempengaruhi perilaku pelanggan pada masa depan. Dengan terbangunnya rasa percaya dan aman pada layanan penyedia *e-money*, konsumen dapat meningkatkan minat untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Pavlou 2014, menunjukkan bahwa lama penggunaan layanan *e-money* berhubungan positif dengan minat menggunakan kembali. Yang artinya semakin lama seseorang tersebut mengenal dan memahami layanan tersebut, maka akan semakin sering seseorang tersebut menggunakan layanan tersebut kembali.

Minat menggunakan *e-money* dikalangan mahasiswa juga timbul karena berbagai hal yaitu karena lebih praktis, hemat dan mudah digunakan dibandingkan dengan uang tunai, dan mereka akan lebih tertarik membeli suatu barang atau jasa karena jika membayar dengan *e-money* akan mendapatkan promo yang menarik (Sari dkk 2018). Tingkat kenyamanan dan pengalaman belanja *online* juga meningkatkan kemungkinan menggunakan *internet banking* oleh mahasiswa (Serener 2016).

Menurut Abrar dan Handoyo (2020) Individu yang memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pengguna internet memiliki karakteristik laki-laki, belum menikah, sebagai anggota rumah tangga, dan berusia 10-19 tahun. Sedangkan individu yang memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pengguna *e-commerce* dan *e-banking* memiliki karakteristik perempuan, sudah menikah, sebagai kepala rumah tangga, serta berusia 20-29 tahun untuk *e-commerce* dan berusia 30-39

tahun untuk *e-banking*. Individu yang memiliki peluang lebih besar menggunakan ketiga layanan juga memiliki karakteristik lulusan perguruan tinggi, memiliki ponsel, menggunakan komputer, bekerja, pengeluaran perkapita tinggi, serta tinggal di daerah perkotaan.

Oleh karena itu, perlu diteliti lebih dalam mengenai pengaruh pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan terhadap frekuensi penggunaan *e-money*. Peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Pendapatan, Jenis Kelamin, dan Lama Penggunaan terhadap Frekuensi Penggunaan *E-Money* pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan terhadap frekuensi penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan memiliki pengaruh terhadap frekuensi penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan mengenai pengaruh pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan terhadap frekuensi penggunaan *e-money* pada kalangan masyarakat.

2. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas topik yang sama.

#### 1.5 Hipotesis

Berdasarkan kajian empiris dalam seluruh studi dan fakta yang telah dipaparkan. Maka jawaban sementara atas masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *e-money*.
2. Lama menggunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *e-money*.
3. Jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap probabilitas penggunaan *e-money*.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini didasarkan pada standar sistematika penulisan penelitian, alur dalam penulisan penelitian ini, yaitu;

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan latar belakang dibuatnya penelitian, perumusan masalah dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian dan manfaat yang diperoleh dari penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan teoritis dan penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung analisa dari penelitian yang dibuat oleh peneliti akan dijelaskan pada bab ini.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan untuk mengerjakan penelitian, alat analisis yang digunakan, dan sumber data yang diperoleh dalam penelitian, dan untuk mencari hasil dan jawaban dalam analisa penelitian dijelaskan pada bab ini.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan diuraikan hasil yang diperoleh setelah dilakukannya penelitian dengan metode dan alat analisis yang digunakan, di bab ini diperoleh jawaban dari pertanyaan di rumusan masalah.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran penulis. Kesimpulan diambil dari hasil analisis atau itisari dari jawaban atas perumusan masalah yang dipaparkan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Studi Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Abrar dan Handoyo (2020) bertujuan untuk membahas karakteristik dan kesenjangan spasial pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di wilayah Jawa Timur dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh hasil secara empiris yang menunjukkan bahwa *odds ratio* dan *marginal effect* pengguna layanan ini dipengaruhi (meskipun dengan intensitas yang berbeda) oleh beberapa variabel. Individu yang memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pengguna internet memiliki karakteristik laki-laki, belum menikah, sebagai anggota rumah tangga, berusia 10-19 tahun. Sedangkan individu yang memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pengguna *e-commerce* dan *e-banking* memiliki karakteristik perempuan, sudah menikah, sebagai kepala rumah tangga, serta berusia 20-29 tahun untuk *e-commerce* dan berusia 30-39 tahun untuk *e-banking*. Individu yang memiliki peluang lebih besar menggunakan ketiga layanan juga memiliki karakteristik lulusan perguruan tinggi, memiliki ponsel, menggunakan komputer, bekerja, pengeluaran perkapita tinggi, serta tinggal di daerah perkotaan. Kota Malang merupakan kota dengan penduduk yang mengakses internet dan *e-commerce* tertinggi di Jawa Timur, sedangkan *e-banking* paling banyak diakses di Kota Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Serener (2016) bertujuan untuk membahas penggunaan *internet banking* dengan menggunakan metode regresi logistik biner

yang digunakan untuk menganalisis pengaruh usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan, tingkat kenyamanan dengan komputer dan pengalaman belanja *online* sebelumnya terhadap kemungkinan penggunaan *internet banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang dewasa yang matang cenderung lebih jarang menggunakan *internet banking* dibandingkan dengan anak berusia 18-25 tahun. Laki-laki dan individu yang sudah menikah cenderung tidak menggunakan *internet banking*. Kemungkinan mengadopsi *internet banking* meningkat dengan meningkatnya pendapatan dan dengan orang-orang yang memiliki pendidikan tinggi. Perbankan juga lebih cenderung mengadopsi *internet banking* dibandingkan dengan pekerja sektor publik, pekerja sektor swasta, dan pelajar. Tingkat kenyamanan dan pengalaman belanja *online* juga meningkatkan kemungkinan menggunakan *internet banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Aliha dkk (2018) bertujuan untuk membahas dampak pembayaran menggunakan teknologi baru (*e-money*) terhadap permintaan uang di India menggunakan variabel *dummy* dengan menerapkan model koreksi kesalahan vektor (VECM) dan dengan estimasi sistem VAR untuk memperkirakan permintaan uang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbukti pembentukan Perusahaan Pembayaran Nasional India (PPNI) telah mendorong perkembangan elektronik perbankan seperti produk kliring elektronik termasuk transfer dana elektronik, ECS (Debit), dan produk kartu. Kartu debit, transfer dana elektronik, pembayaran elektronik, *internet banking*, dompet elektronik, dan saluran pembayaran lainnya yang berevolusi, telah membuka jalan bagi ekonomi tanpa uang tunai. Pembayaran Nasional Perusahaan India (PNPI) juga memainkan peran penting dalam transisi dari saluran tradisional ke saluran elektronik untuk

melakukan transaksi. Namun, tidak terlihat pengaruh yang signifikan dari pembentukan PNPI di permintaan uang di India. Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, masalah keamanan harus ditangani dengan baik oleh bank. Sistem dan infrastruktur untuk layanannya juga harus berstandar internasional untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan mereka. Hal ini akan menjamin peralihan yang berhasil dari ekonomi berbasis kertas ke ekonomi tanpa uang.

Angelini dan Koesrindartoto (2019) menganalisis tentang pemilihan penggunaan transaksi nontunai *e-money* dan *e-wallet* oleh mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 857 responden, dengan menggunakan metode statistik analisis data independent *t-test (one-tailed)* dan regresi logistik biner dengan bantuan SPSS. Dari penelitian yang dilakukan didapat bahwa *e-wallet* adalah metode pembayaran yang lebih disukai oleh mahasiswa dibandingkan dengan *e-money*. Selanjutnya juga ditemukan bahwa indeks digital dari mereka yang lebih memilih dompet elektronik lebih kecil dibandingkan dengan mereka yang lebih suka uang elektronik. Temuan lainnya adalah kecepatan memiliki pengaruh paling signifikan bagi mahasiswa di Indonesia dalam memilih antara *e-money* dan *e-wallet*.

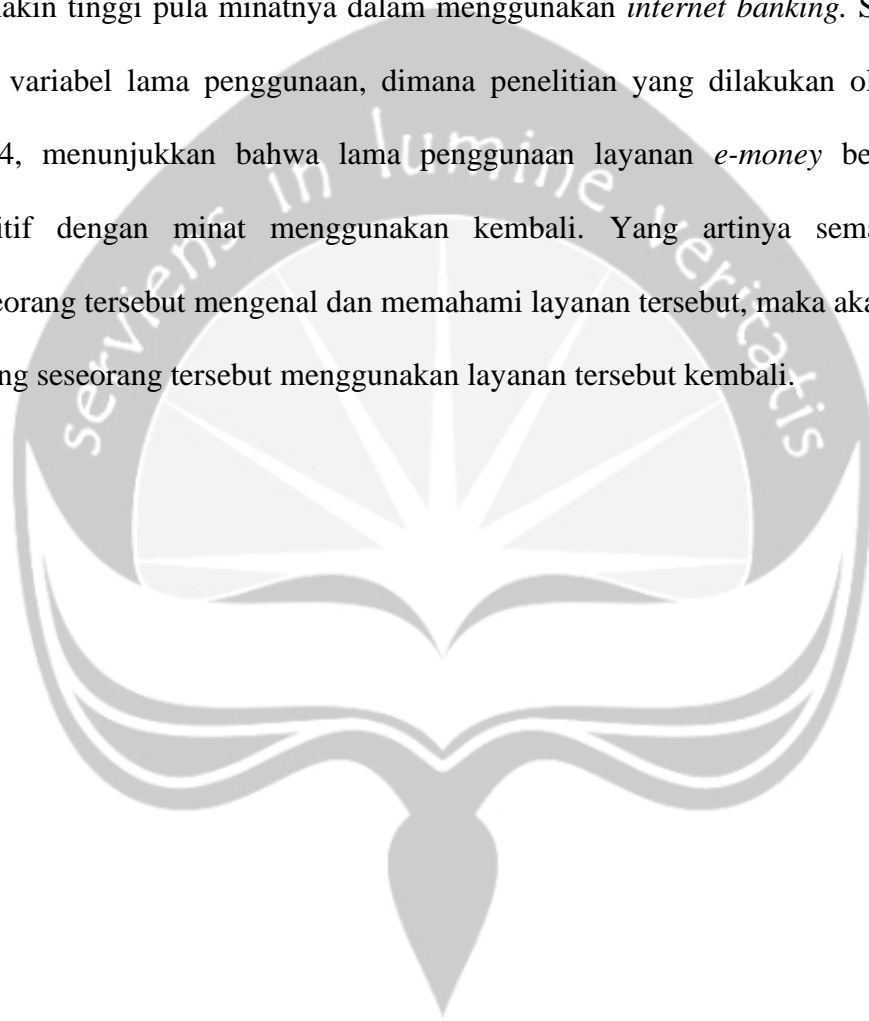
Sari dkk (2018) meneliti pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa variabel independen (uang elektronik) dan variabel dependen (perilaku konsumen) terdapat pengaruh yang signifikan, didapat dari hasil regresi sederhana dan yang berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



Dari hasil yang diperoleh, mahasiswa-mahasiswi jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 menggunakan uang elektronik (*e-money*) karena lebih praktis, hemat dan mudah digunakan dibandingkan dengan uang tunai, dan mereka akan lebih tertarik membeli suatu barang atau jasa karena membayar dengan *e-money* dan mendapatkan promo yang menarik.

Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis pengaruh pendapatan, jenis kelamin, dan lama penggunaan terhadap frekuensi penggunaan *e-money* pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Untuk menganalisis frekuensi penggunaan *e-money* digunakan teori perilaku konsumen, dalam hal ini adalah perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang secara sederhana dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori. Yang pertama adalah faktor lingkungan eksternal, yang terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga, antar pribadi dan orang lain. Kedua, faktor internal atau individu yang terdiri dari pemrosesan informasi, kepribadian, sikap, dan motivasi. Ketiga, proses keputusan konsumen yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi dan evaluasi, proses-proses pembelian dan perilaku. Selanjutnya ada variabel jenis kelamin, dalam penelitian yang dilakukan oleh Abrar dan Handoyo (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku pengakses internet dan *e-banking* lebih banyak dilakukan oleh laki-laki. Sementara untuk pelaku belanja *online* lebih dominan dilakukan oleh perempuan. Jenis kelamin juga menunjukkan perbedaan pilihan konsumsi perempuan dan laki-laki. Jika laki-laki cenderung memilih untuk konsumsi barang elektronik, gadget, ataupun otomotif maka perempuan lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli kosmetik, *fashion*, dan aksesoris.

Pendapatan merupakan sejumlah penghasilan yang didapatkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Christoper dkk, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Serener (2016), didapat bahwa apabila pendapatan seseorang semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula minatnya dalam menggunakan *internet banking*. Selanjutnya ada variabel lama penggunaan, dimana penelitian yang dilakukan oleh Pavlou 2014, menunjukkan bahwa lama penggunaan layanan *e-money* berhubungan positif dengan minat menggunakan kembali. Yang artinya semakin lama seseorang tersebut mengenal dan memahami layanan tersebut, maka akan semakin sering seseorang tersebut menggunakan layanan tersebut kembali.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel yang secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas frekuensi penggunaan *e-money* adalah pendapatan dan lama penggunaan. Untuk variabel jenis kelamin secara statistik juga berpengaruh dan signifikan terhadap probabilitas frekuensi penggunaan *e-money*.

#### **5.2 Saran**

Terdapat saran yang dapat dipaparkan sesuai dengan paparan sebelumnya terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Pemerintah harus lebih gencar untuk mensosialisasikan tentang penggunaan *e-money* kepada masyarakat luas terutama pada masyarakat di pedesaan agar informasi tentang layanan *e-money* menyebar secara merata dan tujuan pemerintah untuk Gerakan Nasional Non Tunai segera terealisasi.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap probabilitas frekuensi penggunaan *e-money*.

### Daftar Pustaka

- Abrar , M., & Handoyo, R. D. (2020). Karakteristik dan Kesenjangan Spasial Pengguna Internet, E-commerce, serta E-banking di Jawa Timur . *Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol.23 No. 1*, 61-76.
- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal FEB Universitas Brawijaya, Vol. 3 No.1* , 1-13.
- Angelini, K., & Koesrindartoto, D. P. (2019). E-Money Or E-Wallet? A Study Of University Students' Preference In Choosing Cashless Payment Systems . *Unit Research And Knowledge, SBM ITB*, 64-68.
- APJII. (2018). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017. *Teknopreneur*. (online). Available from: <https://apjii.or.id/survei2017>.
- Bank Indonesia.2020. Sistem Pembayaran di Indonesia, diakses dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) pada tanggal 28 Juli 2020.
- Bank Indonesia.2020a. Statistika Sistem Pembayaran(sub kategori:transaksi e-money di Indonesia), diakses dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) pada tanggal 27 Februari 2020.
- Bank Indonesia.2020b. Statistika Sistem Pembayaran(sub kategori: jumlah uang elektronik), diakses dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) pada tanggal 1 April 2020.

- Christoper, R., Chodijah, R, & Yunisvita. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Wanita sebagai Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 No.1* , 35-52.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khatimah , H. (2014). Consumers Intention to Use E-money in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *American-Eurasian Journal, Vol. 8 No. 12*, 34-40.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. PT. Refika .Aditama Bandung.
- Miller, R., Wolfgang, M., & Barrie, S. (2002). The Future of Money. OECD Publications, France.
- Pavlou, P. A. (2014). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce Vol. 7 No. 3*, 101-134.
- Priyono, E. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Kafe di Kota Surakarta. *Benefit, Vol. 10, No. 1* , 49-65.
- Rahmatika, U., & Fajar , M. A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM-TPB dengan *Perceived Risk. Jurnal Nominal, Vol.8 No.2* , 274-284.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP (Jurnal Ekonomi dan Studi Pebangunan), Vol.8 No.1* , 1-8.

- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-money pada Bank BRI Lamongan . *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.3 No.2 , 699-711.
- Sari, A. K., Devianty, D. R., & Kusumawardani, A. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi voluntary auditor switching pada perusahaan yang terdaftar di bej periode 2010-2015. *Akuntabel*, Vol.15 No. 1, 17-28.
- Sari, A. N., Malik , A. Z., & Hidayat , Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen . *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.6 No.1, 1-4.
- Serener, B. (2016). Statistical Analysis of Internet Banking Usage with Logistic Regression . *Procedia Computer Science*, Vol. 102 No. 1, 648-653.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (n.d). Sekilas UAJY. Retrieved from Universitas Atma Jaya Yogyakarta: [www.uajy.ac.id](http://www.uajy.ac.id)
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta) . *Journal of Balance*, Vol. 16 No. 2 , 29-41.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Akseibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Fakultas*

*Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, Vol. 16 No. 1, 122-131.*

Wong, H. L., Shen, T. Y., Yan, C. Y., & Tsai, M.C. (2009). The Effect of Time-Limited Pressure and Perceived Value on Study of ravel Fairs. *WSEAS Transactions on Business and Economics, Vol. 6 No. 8, 446-455.*

Wulandari, D., Soseco, T., & Narmaditya, B. S. (2016). Analysis of the Use of Electronic Money in Efforts to Support the Less Cash Society. *Macrothink Institute, Vol. 3 No.1, 1-10.*

Yulianto , Y., Ferdinand , A. T., & Soesanto, H. (2016). Studi Mengenai Pengaruh Tekanan Waktu untuk Membeli, Derajat Difrensiasi Produk dan customer Value terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 15, No. 3, 152-167.*





## Lampiran I

### Kuisoner

#### **Analisis Pengaruh *E-money* terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Halo semua!

Perkenalkan nama saya Refika Christanty Rezandra Saragih mahasiswi Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya. Oleh sebab itu, saya memohon bantuan teman-teman untuk mengisi kuisoner guna membantu proses penelitian saya.

Di sini saya akan menjelaskan sedikit tentang *e-money*. *E-money* merupakan salah satu bentuk uang digital, di mana *e-money* berfungsi untuk memindahkan data saldo uang yang terkandung pada *e-money* kita ke komputer atau sistem informasi penjualan, sehingga barang yang kita inginkan terbeli tanpa mengeluarkan tambahan uang cash. Nama lain dari *e-money* antara lain *electronic money*, *electronic cash*. . Hampir seluruh bank besar di Indonesia saat ini memiliki layanan *e-money*, seperti Mandiri *e-money*, BRI *Brizzi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan ada *T-cash* yang merupakan produk dari perusahaan telekomunikasi, Telkomsel, Tokocash milik Tokopedia, ada Bukadompot milik Bukalapak, Gopay yang dimiliki oleh Gojek, OVO milik Grab, LinkAja, dan Dana.

Responden yang dapat mengisi kuisoner ini adalah responden yang pernah melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*) minimal dalam 6 bulan terakhir. Jawaban saudara/i sangat membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi. Atas perhatian dan kesediaan teman-teman, saya mengucapkan

terimakasih.

Tuhan Memberkati.

Ket :\* **wajib**

1. Nama Responden \*
2. Jenis Kelamin \*
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Tingkat Pendapatan/bulan\*
4. Apakah Anda pengguna uang elektronik (*e-money*) ? (Jika bukan, maka Anda bisa berhenti pada pertanyaan ini. Dan jika Anda pengguna uang elektronik, Anda dapat melanjutkan menjawab pertanyaan selanjutnya) \*
  - Ya
  - Tidak
5. Sudah berapa lama menggunakan uang elektronik (*e-money*) ?\*
  - 6 bulan
  - > 1 tahun
6. Seberapa sering menggunakan uang elektronik (*e-money*) ?\*
  - Beberapa kali dalam satu minggu
  - Beberapa kali dalam satu bulan
7. Transaksi yang sering dilakukan dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) \*
  - Berbelanja *online* maupun *offline*
  - Mengisi pulsa ataupun membeli tiket pesawat (*e-cash*)



0	1,12	1	0	0
0	1,13	1	0	0
1	1,13	1	0	0
0	1,14	1	1	0
1	1,14	1	0	0
1	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
1	1,16	1	0	0
1	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
0	1,17	1	1	1
0	1,17	1	0	0
0	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
0	1,17	1	0	0
0	1,17	1	1	0
0	1,17	1	1	0
1	1,18	1	1	1
0	1,18	1	0	0
0	1,19	1	1	1
1	1,19	1	1	0
1	1,12	1	1	0
1	1,12	1	1	0
1	1,13	1	1	0
0	1,14	1	1	0
1	1,14	1	0	0

0	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
0	1,14	1	0	0
1	1,14	1	0	1
1	1,14	1	1	1
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
0	1,17	1	1	1
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	1
0	1,17	1	1	1
1	1,17	1	0	0
1	1,19	1	0	0
0	1,19	1	1	0
1	1,19	1	1	0
1	1,20	1	1	0
1	1,10	1	0	0
1	1,10	1	0	0
1	1,12	1	0	0
1	1,12	1	1	0
0	1,13	1	1	0
0	1,13	1	1	0
0	1,13	1	1	0
1	1,13	1	1	0
1	1,14	1	0	0
0	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
1	1,14	1	1	1
1	1,14	1	1	1

1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
0	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	0
1	1,16	1	0	1
1	1,16	1	0	1
1	1,16	1	1	1
0	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
0	1,17	1	0	0
0	1,18	1	1	0
1	1,18	1	1	1
0	1,18	1	0	0
1	1,12	1	0	0
1	1,12	1	0	0
1	1,12	1	1	0
0	1,13	1	1	1
1	1,12	1	1	0
0	1,12	1	1	0
0	1,12	1	0	0
1	1,12	1	0	0
1	1,12	1	1	0
1	1,12	1	0	0
1	1,12	1	1	0
1	1,13	1	0	0
1	1,13	1	1	0
1	1,13	1	1	0
0	1,14	1	1	0
0	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	1

0	1,14	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
0	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,18	1	0	1
1	1,19	1	1	0
0	1,19	1	1	1
1	1,10	1	0	0
0	1,12	1	1	0
1	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
0	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	0
1	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0

1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
0	1,17	1	1	0
0	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
0	1,10	1	1	0
0	1,10	1	1	1
0	1,19	1	0	0
1	1,19	1	1	0
1	1,19	1	1	0
1	1,19	1	1	0
0	1,19	1	1	0
0	1,15	1	0	0
0	1,15	1	1	1
1	1,16	1	0	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
1	1,17	1	0	0
0	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,19	1	0	0
1	1,19	1	1	0
0	1,13	1	0	0
1	1,13	1	1	0
1	1,15	1	0	0
0	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
0	1,15	1	1	0
1	1,16	1	0	0
0	1,17	1	1	1
0	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
0	1,20	1	1	0
1	1,21	1	1	0
1	1,19	1	0	0



1	1,19	1	1	0
1	1,19	1	1	0
1	1,12	1	1	0
1	1,12	1	1	0
1	1,12	1	1	0
1	1,12	1	0	0
0	1,13	1	1	0
1	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
0	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	0
0	1,14	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
0	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
0	1,16	1	0	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	1
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	1
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	0
1	1,16	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
0	1,17	1	1	1
0	1,17	1	1	1
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	0	0
0	1,17	1	1	1
0	1,19	1	1	0
0	1,19	1	0	0
0	1,19	1	1	1
1	1,19	1	1	0
1	1,20	1	1	0
0	1,20	1	0	0
1	1,12	1	1	0
1	1,13	1	1	1
0	1,14	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	0	0

1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,16	1	1	0
0	1,16	1	0	0
1	1,16	1	0	1
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	1
0	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	0
0	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	1
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,19	1	1	1
1	1,19	1	1	0
1	1,19	1	0	0
1	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	0
1	1,15	1	0	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	1	1
1	1,16	1	1	0
1	1,16	1	0	0
1	1,17	1	1	1
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	1	0
1	1,17	1	0	0
1	1,20	1	0	0
1	1,20	1	0	0
1	1,13	1	1	0
1	1,13	1	1	1
1	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	0
1	1,14	1	1	0
1	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	1
1	1,15	1	1	0
1	1,15	1	1	0
1	1,16	1	1	0

### Lampiran III

#### Regresi Logistik

##### Case Processing Summary

Unweighted Cases <sup>a</sup>		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	386	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	386	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		386	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

##### Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
0	0
Beberapa kali dalam satu hari	1

### Block 0: Beginning Block

##### Iteration History<sup>a,b,c</sup>

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step	1	338.903	-1.378
0	2	333.571	-1.663
	3	333.528	-1.692
	4	333.528	-1.693

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 333.528

c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Classification Table<sup>a,b</sup>

		Predicted			
		Frekuensi penggunaan		Percentage Correct	
Observed		0	Beberapa kali dalam satu hari		
Step 0	Frekuensi penggunaan	0	326	0	100.0
		Beberapa kali dalam satu hari	60	0	.0
Overall Percentage					84.5

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	-1.693	.140	145.166	1	.000	.184

Variables not in the Equation

		Score	df	Sig.	
Step 0	Variables	Pendapatan	6.609	1	.010
		Gender	4.684	1	.030
		Lama_Menggunakan	5.790	1	.016
Overall Statistics			16.296	3	.001

## Block 1: Method = Enter

Iteration History<sup>a,b,c,d</sup>

		-2 Log likelihood	Coefficients			
Iteration			Constant	Pendapatan	Gender	Lama_Menggunakan
Step 1	1	327.341	-1.820	.214	-.334	.366
	2	317.398	-2.496	.348	-.564	.689
	3	316.992	-2.687	.381	-.627	.821
	4	316.990	-2.700	.383	-.630	.832
	5	316.990	-2.700	.383	-.630	.832

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 333.528

d. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	16.538	3	.001
	Block	16.538	3	.001
	Model	16.538	3	.001

**Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	316.990 <sup>a</sup>	.042	.072

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

**Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	df	Sig.
1	12.815	7	.077

**Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test**

Step		Frekuensi penggunaan = 0		Frekuensi penggunaan = Beberapa kali dalam satu hari		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
		1	26	27.555	3	
1	2	32	33.429	4	2.571	36
	3	25	22.700	0	2.300	25
	4	46	48.191	8	5.809	54
	5	21	20.955	3	3.045	24
	6	73	70.534	10	12.466	83
	7	28	26.110	4	5.890	32
	8	27	23.001	2	5.999	29
	9	48	53.525	26	20.475	74

**Classification Table<sup>a</sup>**

Observed	Frekuensi penggunaan	Predicted			
		Frekuensi penggunaan		Percentage Correct	
		0	Beberapa kali dalam satu hari		
Step 1	Frekuensi penggunaan	0	326	0	100.0
		Beberapa kali dalam satu hari	58	2	3.3
Overall Percentage					85.0

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Pendapatan	.383	.165	5.393	1	.020	1.466
	Gender	-.630	.288	4.779	1	.029	.532
	Lama_Menggunakan	.832	.358	5.392	1	.020	2.298
	Constant	-2.700	.482	31.376	1	.000	.067

a. Variable(s) entered on step 1: Pendapatan, Gender, Lama\_Menggunakan.

Correlation Matrix

		Constant	Pendapatan	Gender	Lama_Menggunakan
Step 1	Constant	1.000	-.693	-.288	-.565
	Pendapatan	-.693	1.000	.005	-.015
	Gender	-.288	.005	1.000	-.055
	Lama_Menggunakan	-.565	-.015	-.055	1.000

## Multicolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Income	.998	1.002
	Jenis kelamin	.998	1.002
	Lama menggunakan e-Money	.997	1.003

a. Dependent Variable: Seberapa\_sering\_menggunakan\_emoney

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model			Lama menggunakan e-Money	Jenis kelamin	Income
1	Correlations	Lama menggunakan e-Money	1.000	-.037	-.045
		Jenis kelamin	-.037	1.000	.023
		Income	-.045	.023	1.000
Covariances	Lama menggunakan e-Money	.002	-5.53E-005	-.002	
	Jenis kelamin	-5.53E-005	.001	.001	
	Income	-.002	.001	.878	

a. Dependent Variable: Seberapa\_sering\_menggunakan\_emoney

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Income	Jenis kelamin	Lama menggunakan e-Money
1	1	3.459	1.000	.00	.00	.02	.02
	2	.338	3.197	.00	.00	.70	.33
	3	.202	4.133	.00	.00	.27	.65
	4	.000	156.380	1.00	1.00	.00	.00

a. Dependent Variable: Seberapa\_sering\_menggunakan\_emoney

