



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* SEBAGAI INSTRUMEN PEMBAYARAN NON-TUNAI

Ulfi Sheila¹ Ratn Ayu Dewi Lestary² Nur Kholis³

¹ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia
Email : 18423173@students.uii.ac.id

* Corresponding author:

² Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia
Email : 18423106@students.uii.ac.id

³ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia
Email : 014210101@uui.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta terhadap penggunaan e-money sebagai instrumen pembayaran non-tunai di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode analisis data regresi linier berganda menggunakan SPSS. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 26.000. Sedangkan, sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai literasi keuangan, keamanan dan kemampuan finansial berpengaruh positif dengan taraf signifikansi 0.5 atau 5% terhadap minat mahasiswa menggunakan e-money. Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan angka sebesar 0,823. Hal tersebut berarti bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen (literasi keuangan, keamanan, kemampuan finansial) dengan variabel dependen (minat menggunakan e-money) karena nilai R mendekati 1. Sementara itu, koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan angka sebesar 0,668 yang artinya bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Minat, E-money, Non-tunai, Covid-19

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini berdampak pada perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan primer dan sekunder. Hal ini dikarenakan adanya Pandemi Covid-19 memodifikasi perilaku konsumen yang dipengaruhi regulasi dan prosedur berbelanja kebutuhan. Salah satu penetapan regulasi yang ada adalah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas di luar rumah. Selain itu, beberapa pusat perbelanjaan ditutup untuk mengurangi interaksi antar individu sehingga meningkatnya jumlah konsumen yang memilih

berbelanja secara *online*.¹ PSBB yang membatasi mobilitas masyarakat meningkatkan penggunaan dan permintaan jasa transaksi online atau belanja online, melalui *marketplace* maupun *e-commerce*.²

Regulasi PSBB juga berdampak pada pembatasan membayar dengan uang tunai dan kertas sehingga masyarakat beralih menggunakan *e-money* sebagai upaya mengurangi kontak fisik antara pembeli dengan penjual.³ *E-money* sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembayaran selama Pandemi Covid-19. World Health Organization (WHO) menyatakan uang tunai dapat menjadi faktor penyebaran virus Covid-19. Walaupun belum dilakukan penelitian tentang kebenarannya, masyarakat beranggapan bahwa uang tunai yang kotor dapat menjadi media penyebaran virus sehingga orang berasumsi untuk menggunakan pembayaran secara digital.

Adanya *e-money* ini menjadikan transaksi dapat dilakukan dimana saja, sehingga masyarakat menjadi lebih konsumtif dan memberikan pengaruh positif karena dengan banyaknya permintaan atas barang dan jasa dapat meningkatkan aktivitas pada sektor riil.⁴ Perkembangan *e-money* yang semakin pesat memberikan manfaat terhadap LKS dalam pengembangan aplikasi *fintech* syariah. Hal tersebut bisa memberikan inovasi pada LKS untuk bisa membuat aplikasi *e-money*, namun dengan syarat dan ketentuan sesuai dengan syariat Islam.⁵

Berdasarkan *Survey E-Channel Fintech E-commerce & e-Lifestyle* yang dilakukan oleh Sharing Vision pada Desember 2020. Survei ini melibatkan sebanyak 1.729 orang responden menyatakan bahwa sebanyak 91% telah menggunakan *e-money*. Gopay menempati peringkat pertama sebagai *e-money* yang paling banyak digunakan, dipilih 81% responden. Posisi kedua ditempati OVO sebanyak 71%. *E-money* lainnya

¹ Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., & Henny, C. (2020). *Belanja on-line mahasiswa di era pandemi Covid-19 : modifikasi perilaku konsumen*. 5(2), 143–154.

² Rakyat, P. (2021). Pandemi Dongkrak Penggunaan *E-money*, Umumnya untuk Bayar Layanan Antar Makanan - Pikiran-Rakyat.com. *Pikiran-Rakyat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-011327120/pandemi-dongkrak-penggunaan-e-money-umumnya-untuk-bayar-layanan-antar-makanan>

³ Negara, A. K., Immawati, S. A., Manajemen, P. S., Muhammadiyah, U., & Manajemen, J. S. (2020). *Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet : Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang*. 03(02).

⁴ Anam, C., & Ei, M. (2018). *E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah*. 95–112.

⁵ Sulistiani, S. L., & Bandung, U. I. (2019). *Aspek Hukum Fintech Syariah Untuk Peningkatan*. 11, 99–120.

adalah ShopeePay 44%, Dana 41%, *e-money* 21%, Flazz 18%, Link Aja 16%, Brizzi 5%. Terdapat beberapa faktor yang mendorong individu menggunakan *e-money* yaitu, simple, efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke bank, aman, sudah terbiasa, sering lupa membawa uang tunai, dan karena kebutuhan.⁶

Penggunaan *e-money* sudah sangat banyak digunakan oleh masyarakat luas, tidak terkecuali pada mahasiswa yang termasuk pada generasi Z dengan rasio tahun kelahiran 1995-2010 yang menyukai sesuatu cepat dan instan.⁷ Di era sekarang ini mahasiswa tidak terlepas dari aplikasi *e-commerce* yang menawarkan berbagai macam produk, sehingga membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif.⁸ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta terhadap penggunaan *e-money* sebagai instrumen pembayaran non-tunai.

B. METODE

Desain penelitian merupakan dasar atau pedoman untuk melaksanakan penelitian yang dimulai dari menentukan instrumen penelitian, menentukan populasi dan sampel, mengumpulkan data, dan menganalisis data.⁹ Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapatkan dari kuesioner berupa pernyataan deskriptif.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 26000. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling* berjumlah 100 responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia
2. Beragama Islam
3. Usia di atas 18 tahun

⁶ Rakyat, P. (2021). Pandemi Dongkrak Penggunaan *E-money*, Umumnya untuk Bayar Layanan Antar Makanan - Pikiran-Rakyat.com. *Pikiran-Rakyat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-011327120/pandemi-dongkrak-penggunaan-e-money-umumnya-untuk-bayar-layanan-antar-makanan>

⁷ Irawati, A. E., & Suhartono, E. (2020). *Analisis technology acceptance model aplikasi linkaja*. 13(3), 164–174.

⁸ Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*. 3.

⁹ Nuswantoro. (n.d.). *Desain Penelitian Pertemuan keempat*. Retrieved February 28, 2021, from [http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/\[Materi\]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/[Materi]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf)

4. Menggunakan *e-money*

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik software SPSS.

C. HASIL & PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui validitas (valid atau tidaknya) item kuesioner penelitian.¹⁰ Untuk mengetahui kevalidan skor tiap item pernyataan maka ditetapkan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 maka tiap item kuesioner yang dijadikan alat pengukur dapat dikatakan valid.¹¹

Hasil perhitungan terhadap setiap butir instrumen (pertanyaan) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
1	Literasi Keuangan (X1)	1	0,395	0,195	Valid
		2	0,720		Valid
		3	0,743		Valid
		4	0,690		Valid
		5	0,525		Valid
2	Keamanan (X2)	1	0,593	0,195	Valid
		2	0,704		Valid
		3	0,682		Valid
		4	0,659		Valid
		5	0,568		Valid
3	Kemampuan Finansial (X3)	1	0,695	0,195	Valid
		2	0,652		Valid
		3	0,460		Valid
		4	0,626		Valid
		5	0,416		Valid
4	Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Y)	1	0,737	0,195	Valid
		2	0,586		Valid
		3	0,675		Valid
		4	0,798		Valid
		5	0,711		Valid

¹⁰ Pravasanti, Yuwira Ariessa & Muhammad Tho'in. (2018). Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa

melalui *Service Performance*. *Journal of Management and Business*, 1(2), 107-118

¹¹ Angela, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Pengaruh Kinerja Pelayanan , Customer Relationship Management Dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali) SKRIPSI*.

Sumber : *Data primer yang diolah (2021)*

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 3.1 di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan atau indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid karena tidak ada satupun indikator yang menunjukkan angka di bawah 0,195 sehingga dalam penelitian ini tidak ada satupun item pertanyaan yang dihapus.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk menguji data yang diperoleh melalui hasil dari jawaban-jawaban responden dengan tujuan mengetahui parameter suatu alat ukur itu dapat diandalkan dalam penelitian.¹² Suatu variabel dapat dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60.¹³ Hasil uji reliabilitas terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,838	Reliable
Keamanan (X2)	0,846	Reliable
Kemampuan Finansial (X3)	0,863	Reliable
Minat menggunakan e-money (Y)	0,800	Reliable

Sumber : *Data primer yang diolah (2021)*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 3.2 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel baik variabel dependen maupun variabel independen memiliki nilai cronbach alpha > 0,60. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut terbukti reliabel untuk pengukuran serta dapat digunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Menurut Ghazali (2018), ada atau tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi dapat dideteksi melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).¹⁴ Adapun

¹² Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana.

¹³ Angela, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Pengaruh Kinerja Pelayanan , Customer Relationship Management Dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali) SKRIPSI*.

¹⁴ Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.

hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 3.6 berikut ini:

Tabel 3.6 Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi Keuangan (X1)	.523	1.913
	Keamanan (X2)	.588	1.700
	Kemampuan Finansial (X3)	.611	1.638

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10. Artinya dapat dikatakan bahwa tidak ada korelasi antar variabel independen. Begitu pula dengan hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.¹⁵ Menurut Ghozali (2018), untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID.¹⁶ Pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan dasar analisis sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka hal tersebut dikatakan sebagai indikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

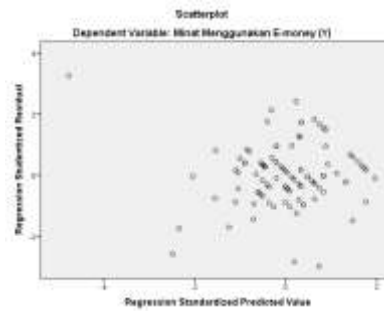
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁵ Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>

¹⁶ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- 2) Namun apabila tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik yang ada menyebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat melalui gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: *Data primer yang diolah (2021)*

Berdasarkan gambar 3.1 di atas, dapat terlihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan model tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independen.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi, data variabel dependen dan independen yang dipakai berdistribusi normal atau tidak.¹⁷ Menurut Ghozali (2018), normalitas dapat dideteksi dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:¹⁸

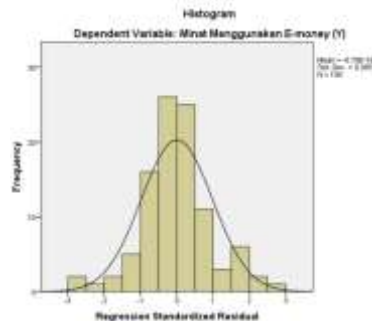
- 1) Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola berdistribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Namun apabila data menyebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola berdistribusi normal,

¹⁷ Angela, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Pengaruh Kinerja Pelayanan , Customer Relationship Management Dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah*

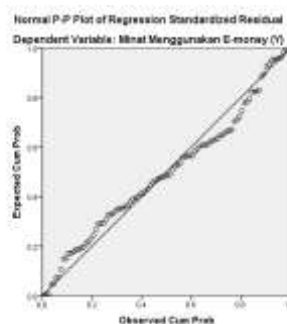
¹⁸ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mampu memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat melalui data berikut ini:



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram
Sumber: Data primer yang diolah (2021)



Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot
Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan grafik histogram yang didapatkan dari output SPSS Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa grafik histogram membentuk lengkung kurva normal sehingga dapat dinyatakan bahwa residual memiliki pola berdistribusi normal. Begitu pula dengan grafik normal plot yang menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga berdasarkan grafik histogram dan grafik normal plot dapat ditarik kesimpulan bahwa asumsi normalitas untuk model regresi terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode $t-1$. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin Watson (DW test).¹⁹

¹⁹ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.

Tabel 3.6 Hasil Uji Durbin Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	1.949	2.148

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji Durbin Watson pada tabel 3.6 di atas, dapat diketahui nilai DW menunjukkan angka sebesar 2,148 yang kemudian nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan taraf signifikansi 5%. Dalam penelitian ini jumlah sampel (n) yaitu 100 dan jumlah variabel independen yaitu 3 (k=3), maka di dalam tabel Durbin Watson akan didapatkan nilai du (batas atas) yaitu sebesar 1,71. Oleh karena nilai DW = 2,148 lebih besar dari batas atas (du) 1,71 dan kurang dari 4 – 1,71 ($1,71 < 2,148 < 4 - 1,71$) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

3. Uji Statistik

a. Uji t_{tes} (Uji Parsial)

Uji t_{tes} merupakan uji yang dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau ketika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak.²⁰ Adapun hasilnya dapat dilihat melalui tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.681	1.303		1.290	.200
	Literasi Keuangan (X1)	.280	.083	.270	3.372	.001
	Keamanan (X2)	.411	.075	.414	5.486	.000
	Kemampuan Finansial (X3)	.273	.071	.286	3.861	.000

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 3.3 di atas, maka diperoleh nilai

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

²⁰ Angela, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Pengaruh Kinerja Pelayanan , Customer Relationship Management Dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali) SKRIPSI.*

signifikansi variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Variabel keamanan (X2) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel kemampuan finansial (X3) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1), keamanan (X2), kemampuan finansial (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* (Y).

b. Uji F_{tes} (Uji Simultan)

Uji F_{tes} merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak. Adapun hasilnya dapat dilihat melalui tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4 Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	767.583	3	255.861	67.358	.000 ^b
	Residual	364.657	96	3.799		
	Total	1132.240	99			

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji F_{tes} pada tabel 3.4 di atas, maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 67.358 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi menunjukkan angka yang jauh lebih kecil dari angka 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X1), keamanan (X2), kemampuan finansial (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan *e-money* (Y).

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 menunjukkan tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat koefisien determinasi (R^2) pada hasil analisis yang didapatkan dari persamaan regresi.²¹ Adapun hasilnya dapat dilihat melalui tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

²¹ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	1.949	2.148

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 3.5 di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi (R) menunjukkan angka sebesar 0,823. Hal tersebut berarti bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena nilai R mendekati 1. Sementara itu koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan angka sebesar 0,668 yang artinya bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

D. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner setelah dilakukan pengujian. Maka, diperoleh hasil penelitian dan analisis data yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji t:

- a. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*.
- b. Keamanan berpengaruh positif signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*.
- c. Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan, keamanan, dan kemampuan finansial yang dimiliki mahasiswa semakin baik maka, minat mahasiswa menggunakan *e-money* akan semakin meningkat.

2. Berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 67.358 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan angka yang jauh lebih kecil dari angka 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, keamanan, kemampuan finansial secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan *e-money*.

3. Berdasarkan Uji R^2 (Koefisien Determinasi) menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,823. Hal tersebut berarti bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen (literasi keuangan, keamanan, kemampuan finansial) dengan

variabel dependen (minat menggunakan e-money) karena nilai R mendekati 1. Sementara itu koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan angka sebesar 0,668 yang berarti bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksami, N. M. D. and Jember, I. M. (2019) 'Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money pada Masyarakat Kota Denpasar', *E-Jurnal EP Unud*, 8(9), pp. 2439–2470.
- Anam, C., & Ei, M. (2018). *E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah*. 95–112.
- Angela, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Pengaruh Kinerja Pelayanan , Customer Relationship Management Dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali) SKRIPSI*.
- Ariani, M dan Zuhawati, 2016. *Effect of Easy Transaction, Cosumer Interests, and Systems Security Level Measures Against Fraud Online Shopping in Lazada*. 10 (12) , pp. 187–206.
- Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*. 3.
- Firdausi Indrawan (2016) 'Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawati, N. T. (2017) 'Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya', *Seminar Nasional Riset Inovatif 2017*, 5, pp. 131–137. Available at: <http://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/download/928/667/>.
- Irawati, A. E., & Suhartono, E. (2020). *Analisis technology acceptance model aplikasi linkaja*. 13(3), 164–174.
- Negara, A. K., Immawati, S. A., Manajemen, P. S., Muhammadiyah, U., & Manajemen, J. S. (2020). *Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet : Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang*. 03(02).
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Nuswantoro. (n.d.). *Desain Penelitian Pertemuan keempat*. Retrieved February 28, 2021, from [http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/\[Materi\]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/[Materi]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf)
- Pradana, F. (2018). *Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac*

- Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212.
<https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Pradana, R.S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Penggunaan E-money di Kota Malang. *Journal Management*, 1-10.
- Pravasanti, Yuwira Ariessa & Muhammad Tho'in. (2018). Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa melalui *Service Performance*. *Journal of Management and Business*, 1(2), 107-118
- Radiansyah, M. (2016) “Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan”, *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), pp. 125–151. Available at: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/366>.
- Rakyat, P. (2021). Pandemi Dongkrak Penggunaan *E-money*, Umumnya untuk Bayar Layanan Antar Makanan - *Pikiran-Rakyat.com*. *Pikiran-Rakyat*.
<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-011327120/pandemi-dongkrak-penggunaan-e-money-umumnya-untuk-bayar-layanan-antar-makanan>
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on Consumer Behavior : Will the Old Habits Return or Die? *Journal of Business Research*, 117(June), 280–283.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- Sulistiani, S. L., & Bandung, U. I. (2019). *Aspek Hukum Fintech Syariah Untuk Peningkatan*. 11, 99–120.
- Universitas, E., & Pgri, I. (2020). *sebesar 3,085 dan t*. 7(2), 209–224.
- Utami, S. S. *et al.* (2017) ‘Balance Vol. XIV No. 2 | Juli 2017 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)’, XIV(2).
- Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., & Henny, C. (2020). *Belanja on-line mahasiswa di era pandemi Covid-19 : modifikasi perilaku konsumen*. 5(2), 143–154.