

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik (LinkAja)

Muthia Rahma Dianti[✉], Jumadil Dwi Zulstra, Hamidah Rahim

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

mmuthiarahma@upiypk.ac.id

Abstract

Payment systems have been evolving along with technological developments, from the barter system in ancient times to today's non-cash payment instruments. Electronic money is the newest non-cash payment instrument. The purpose of this paper is to explore the factors that influence postgraduate students' intention to use LinkAja Application. This research was done in Padang, West Sumatra. A questionnaire was developed from the 160 postgraduate students from three universities in Padang who have LinkAja accounts yet or experience before. The model used here had been developed from the Technology Acceptance Model integrated with the perceived risk theory, five specific risk-performances, financial, security/privacy, social, and time risk was tested on a sample of postgraduate students to explain postgraduate student's behavioral intention to use LinkAja. A quantitative research method was employed utilizing the survey method. Data were analyzed using the Structural Equation Model technique. The results reveal that perceived usefulness and perceived ease of use consistently have significant and positive impacts on behavioral intention to use LinkAja. However, perceived risk has no significant impact on behavioral intention to use LinkAja. This study confirmed the TAM model is important factor for predicting postgraduate students' behavioral intention to use LinkAja in Padang Universities.

Keywords: *Electronic Money, Technology Acceptance Model, Perceived risk, Behavioral Intention, LinkAja*

Abstrak

Sistem pembayaran telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Mulai dari sistem barter pada zaman dahulu hingga alat pembayaran non-tunai saat ini. Uang elektronik merupakan alat pembayaran non tunai terbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa pascasarjana untuk menggunakan Aplikasi LinkAja. Penelitian ini dilakukan di Padang, Sumatera Barat. Kuesioner dikembangkan kepada 160 mahasiswa pascasarjana dari tiga universitas di Kota Padang yang sudah memiliki akun atau pengalaman LinkAja sebelumnya. Model yang digunakan di sini dikembangkan dari *Technology Acceptance Model* yang terintegrasi dengan teori persepsi risiko, lima risiko spesifik-kinerja, finansial, keamanan/privasi, sosial, dan risiko. Penelitian ini diuji pada sampel mahasiswa pascasarjana untuk menjelaskan minat mahasiswa pascasarjana dalam menggunakan LinkAja. Metode penelitian kuantitatif digunakan dengan menggunakan metode survei. Data dianalisis dengan menggunakan teknik *Structural Equation Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara konsisten berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan LinkAja. Namun, persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan LinkAja. Studi ini menegaskan model TAM merupakan faktor penting untuk memprediksi minat mahasiswa pascasarjana untuk menggunakan LinkAja di Universitas Kota Padang.

Kata kunci: Uang Elektronik, *Technology Acceptance Model*, Persepsi Resiko, Minat, LinkAja

Jurnal Ekobistek is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Alat pembayaran telah berkembang dengan sangat pesat dari sistem barter, yang berkembang menjadi alat pembayaran tunai (berbasis uang). Karena kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran, uang tunai tidak lagi digunakan sebagai alat pembayaran. Sebaliknya, pembayaran non tunai yang lebih efisien dan murah seperti alat pembayaran kertas (cek dan bilyet giro), kartu (kartu debit, kredit, dan Prabayar), dan uang

elektronik (micropayment) telah beralih dari uang tunai [1].

Fenomena penggunaan uang elektronik di Indonesia, dimana uang elektronik masih tergolong sebagai instrument pembayaran yang relatif baru. Penerapan transaksi pembayaran berbasis elektronik yang dilakukan masyarakat Indonesia memang belum begitu populer. Dimana Indonesia berada pada kelompok negara yang transaksi non tunai kurang dari 10%. Penggunaan uang tunai masih mencapai

99,4% dari total transaksi ritel [2]. Pengembangan uang elektronik sebagai upaya mewujudkan *less cash society* di Indonesia dengan mencanangkan GNNT tanggal 14 Agustus 2014. Hal ini dikarenakan ketidak efisienan uang tunai terkait dengan tingginya biaya *cash handling* dalam mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang pada jumlah dan pecahan yang cukup, berkaitan juga dengan kondisi geografi dan jumlah populasi yang cukup besar penduduk Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Negara Indonesia mempunyai luas daerah 1.913.578,68 m² dan jumlah penduduk sekitar 273 juta jiwa [3], sehingga diperlukan jumlah dan pecahan uang yang sangat banyak.

Untuk mewujudkan kerangka hukum yang kuat dan transparan, serta mampu memberikan jaminan perlindungan terhadap konsumen dan *merchant*, pemerintah Indonesia melalui Bank Indonesia sebagai Bank Sentral di Indonesia, telah secara resmi dan sah, menyetujui dan mengatur hal-hal terkait penyelenggaraan, penggunaan dan transaksi dengan uang elektronik (*electronic money*) di Indonesia terhitung sejak tanggal 13 April 2009, melalui Peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009, kemudian disempurnakan Nomor 16/8/PBI/2014 dan Nomor 18/17/PBI/2016.

Perkembangan jumlah dan nilai transaksi uang elektronik yang beredar di Indonesia terus meningkat. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), transaksi uang elektronik mencapai Rp786,35 triliun pada 2021. Nilai tersebut meningkat Rp281,39 triliun (55,73%) dibanding tahun sebelumnya yang hanya Rp504,96 triliun [4]. Selanjutnya, menurut data dari Bank Indonesia per tanggal 8 Januari 2018, terdapat 27 penerbit uang elektronik yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia baik yang berbasis *chip* maupun media berbasis *server*.

Meskipun uang elektronik meningkat setiap tahunnya, namun dalam implementasinya, perkembangan uang elektronik masih menghadapi kendala. Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang termasuk kategori produk baru di industri keuangan Indonesia, makapenerapannya masih tergolong rendah. Pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan kemudahan yang ditawarkan dan kepercayaan masyarakat terhadap uang elektronik inipun masih rendah karena pengenalan dan pemahaman tentang uang elektronik belum diterapkan secara optimal, sehingga masyarakat masih lebih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat bayar. Disadari sepenuhnya bahwa masyarakat Indonesia masih merupakan *cash society*, dimana memegang uang masih merupakan suatu kebiasaan. Hal ini masih jauh dengan harapan membiasakan penggunaan uang elektronik sebagai substitusi maupun sebagai gaya hidup baru pembayaran masyarakat sehari-hari [5]. Namun demikian, potensi untuk meningkatkan transaksi non tunai sangat tinggi dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 255 juta jiwa merupakan pasar yang besar. Indonesia adalah raksasa teknologi

digital Asia yang sedang tertidur [6]. Berdasarkan survei perilaku pengguna internet di Indonesia menurut APJII (2019), sebesar 67.8 persen dari 172,8 juta orang di Indonesia merupakan pengguna *smartphone*, di mana lebih setengah dari populasi terkoneksi dengan internet. Dilihat dari angka presentas ipengguna *smartphone* tersebut, maka Indonesia tidak hanya menjadi pasar yang sangat potensial, tetapi juga mampu meraih peluang besar untuk memasarkan aplikasi mobile seperti pada transaksi keuangan.

Di samping itu, pemain *e-commerce* global mulai memasuki pasar Indonesia, seperti: Blibli, Elevenia, Blanja, Berrybenka, JD.ID, Matahari Mall, Lazada, Dinomarket, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Bhinneka, Zalora, Orami, Hijup, dst. Namun adopsi uang elektronik di segmen *e-commerce* masih lemah.

Salah satu uang elektronik yang cukup berkembang pesat di Indonesia adalah produk yang dikeluarkan oleh BUMN dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia sejak Februari 2019. Finarya memperkenalkan sistem pembayaran untuk jumlah transaksi kecil yang disebut LinkAja. Aplikasi ini diharapkan bisa menjadi solusi masa depan untuk menjembatani kemudahan transaksi di dua 'dunia', *offline* dan *online store*.

Padang sebagai ibukota provinsi Sumatera Barat memiliki daya tarik tersendiri sebagai kota seni dan budaya, kota industri dan perdagangan, serta kota pendidikan. Didukung dengan infrastruktur yang memadai dari keberadaan puluhan perguruan tinggi, termasuk tiga universitas negeri terkemuka diluar pulau Jawa yang menyelenggarakan program sarjana dan pascasarjana dengan populasi yang besar mencapai 696.367 mahasiswa [7] dengan 9.310 mahasiswa pascasarjananya [8]. Hal ini yang melatarbelakangi Bank Indonesia bersama sejumlah bank memfokuskan sosialisasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di perguruan tinggi seperti kegiatan BI Goes to Campus.

Menyikapi penggunaan uang elektronik LinkAja di Kota Padang, hasil survey awal dari responden terlihat bahwa minat masyarakat belum maksimal dalam menggunakan aplikasi ini terkait dengan tingkat kesadaran, pengetahuan, dan kepercayaan masyarakat kota Padang yang masih rendah, serta ketidak pahaman mereka dalam memahami keberadaan instrument non tunai.

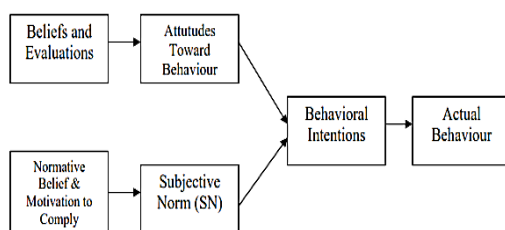
Sehubungan dengan perilaku seseorang untuk dapat menerima atau menolak penggunaan Teknologi, maka terdapat sebuah model yang dikembangkan dengan nama *Technology Acceptance Model* (TAM). Selain penggunaan variabel TAM, penelitian ini juga menggunakan variabel persepsi seseorang terhadap risiko (*perceived risk*) yang juga merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi minat orang untuk menggunakan teknologi LinkAja ini. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau

menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan (persepsi risiko) [9].

Jika sebuah teknologi berkaitan dengan kekayaan atau *income* seseorang, maka risiko dari teknologi tersebut akan mempengaruhi persepsi seseorang terhadap minat penggunaannya. Sehingga diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada minat konsumen dalam menggunakan teknologi yang ditawarkan. Untuk menjamin kenyamanan bertransaksi, LinkAja didukung oleh protokol keamanan yang terkini, seperti sistem enkripsi, dimana layanan aplikasi ini mendukung sistem enkripsi data untuk mengamankan data dari peretas sehingga tidak rentan akan pencurian data. Proses enkripsi ini bekerja ketika data transaksi dipindahkan dari satu titik ke titik lain selama melakukan pembayaran. Data pengguna tidak akan diketahui oleh siapapun karena adanya beberapa keamanan, seperti proses otorisasi yang menghasilkan *One Time Password* (OTP) berupa angka acak yang selalu berbeda setiap saat menggunakannya, SMS notifikasi untuk setiap transaksi finansial dan metode *time out session*, dimana akses ke LinkAja akan tidak aktif lagi setelah 10 menit tanpa aktivitas.

Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen dan disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk dengan daya nalar untuk memutuskan perilaku apa yang akan diambil dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. TRA ini menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Minat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*) [10].

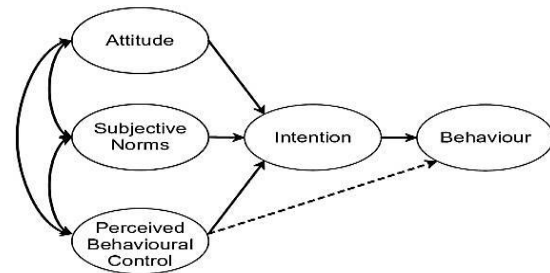


Gambar 1. Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Planned Behavior (TPB)

Ada tiga faktor utama dalam BPD yang menjadi penentu minat, yang pertama adalah sikap yang mencerminkan tingkat penilaian individu tentang setuju atau tidak setuju dengan perilaku tersebut [11]. Kedua, faktor sosial, juga dikenal sebagai norma subjektif, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Akhirnya, kontrol perilaku, mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku

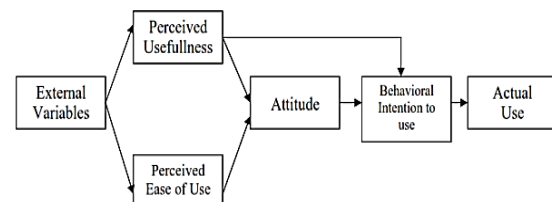
dimasukkan sebagai penentu tambahan preferensi dan perilaku.



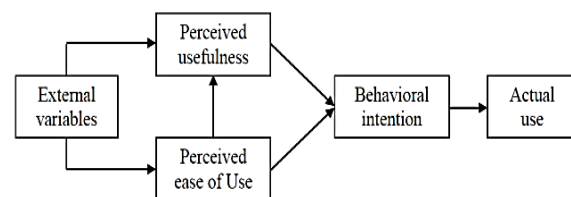
Gambar 2. Theory of Planned Behavior (TPB)

Technology Acceptance Model (TAM)

Terdapat dua spesifik variabel dalam model ini: (1) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) (2) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi [12], [13]. Berikut ini adalah gambar tentang TAM.



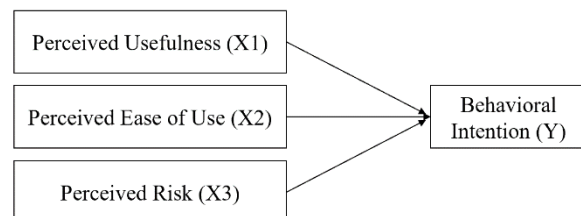
Gambar 3. Hubungan Antar Komponen dalam Origin TAM



Gambar 4. Hubungan Antar Komponen dalam Model Final TAM

Kerangka Konseptual Penelitian

Untuk melihat pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan Aplikasi LinkAja, maka digambarkan dalam kerangka konseptual berikut.



Gambar 5. Kerangka konseptual

Pada gambar 1.5 menunjukkan kerangka konseptual pada penelitian ini, yang terdiri dari tiga variabel bebas *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk*, serta *behavioral intention* sebagai variabel terikat.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian *explanatory*, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel dalam suatu situasi tertentu [14]. Sedangkan informasi dan data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei, yaitu metode pengumpulan data dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer yang disebar oleh peneliti [15]. Penelitian ini menggunakan *time horizon cross-sectional*. Unit analisis adalah individual dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *proportionate stratified random sampling*.

Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 6.310 orang. Berikut ini disajikan jumlah mahasiswa Pascasarjana PTN Kota Padang di masing-masing Universitas:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Pascasarjana Kota Padang Menurut Perguruan Tinggi Negeri

No	Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	Universitas Andalas	2024
2	Universitas Negeri Padang	2959
3	UIN Imam Bonjol Padang	1327
Total Mahasiswa Pascasarjana		6.310

Untuk menentukan besarnya sampel pada tiap PTN dilakukan dengan alokasi proporsional dengan cara:

Tabel 2. Proporsi Sampel Mahasiswa Pascasarjana Pada Masing-masing PTN

No	Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa	Responden
1	Universitas Andalas	2024	$2024/6310 \times 160 = 51$
2	Universitas Negeri Padang	2959	$2959/6310 \times 160 = 75$
3	UIN Imam Bonjol Padang	1327	$1327/6310 \times 160 = 34$
Jumlah		6.310	160

Angket penelitian pada penelitian ini terbagi kepada dua bagian: Bagian 1 dan Bagian 2 [16]. Bagian 1 angket penelitian mengenai profil responden seperti nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan perbulan. Bagian 2 angket penelitian yaitu mengenai pernyataan responden tentang variabel dalam penelitian; persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko. Untuk setiap alternatif jawaban diberikan skor dengan menggunakan skala Likert pada skala 5 titik jawaban dimulai dari (1) sangat tidak setuju hingga (5) sangat setuju.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM). Dan data ini diolah dengan menggunakan program PLS versi 3 [17].

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 160 responden. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di lingkungan kampus pascasarjana

Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang dan UIN Imam Bonjol Padang.

Tabel 3 menunjukkan deskripsi karakteristik responden dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden berusia antara 21-25 tahun yaitu 56.3% atau 90 responden. Responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah perempuan (71.3%). Pada umumnya, subyek yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa sebesar (76.3%) dengan latar belakang pendidikan sarjana, yaitu sebanyak 123 responden atau 76.9% yang memiliki penghasilan atau uang saku dibawah Rp 2.000.000 (70.6%).

Tabel 3 Karakteristik responden

Items	kategori	Frequency	%
Umur	21-25	90	56.3
	26-30	55	34.4
	31-35	11	6.9
	36-40	2	1.3
	>41	2	1.3
Gender	Male	46	28.8
	Female	114	71.3
Pendidikan terakhir	S1	123	76.9
	S2	37	23.1
Pekerjaan	Mahasiswa	122	76.3
	PNS/TNI Polisi	1	0.6
	Karyawan BUMN	11	6.9
	Wiraswasta	3	1.9
	Karyawan Swasta	6	3.8
	Profesional	15	9.4
	Lainnya	2	1.3
Penghasilan	<Rp. 2 jt	113	70.6
	Rp.2 jt – 4 jt	34	21.3
	Rp.4 jt – 6 jt	8	5.0
	>Rp. 6 jt	5	3.1

Tabel 4 menunjukkan skor rata-rata dan kriteria untuk setiap variabel. Untuk variabel *perceived usefulness* yang mempunyai skor tertinggi, yaitu pada indikator meningkatkan efektivitas dengan nilai rata-rata skor 4.03 yang termasuk kedalam skala yang sangat tinggi. Pada variabel *perceived ease of use*, skor tertinggi yaitu pada indikator mudah untuk menjadi terampil dengan nilai rata-rata skor 3.77 yang termasuk kedalam skala yang tinggi. Pada variabel *perceived risk*, skor tertinggi pada indikator risiko kinerja dengan nilai rata-rata adalah 3.46. Hal ini berarti jawaban atas pertanyaan ini berada pada skala yang tinggi. Pada variabel *behavioral intention* mempunyai skor rata-rata 3.69 dan kategori jawaban responden tinggi.

Tabel 4. Deskripsi Variabel

Variabel	Mean	Kategori
Perceived Usefulness	4.03	Sangat Tinggi
Perceived Ease of Use	3.77	Tinggi
Perceived Risk	3.46	Tinggi
Behavioral Intention	3.69	Tinggi

3.2 Uji Validitas

Rule of thumb untuk menilai validitas konvergen, yaitu nilai loading faktor harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai loading faktor antara 0.6 - 0.7 untuk penelitian bersifat

exploratory yang masih dapat diterima sepanjang skor AVE >0.5 (Ghozali, 2020). Tabel dibawah ini memperlihatkan.

Tabel 5. AVE (Average Variance Extracted)

Variabel	AVE
<i>Behavioral Intention</i>	0,771
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,595
<i>Perceived Risk</i>	0,573
<i>Perceived Usefulness</i>	0,548

Tabel 6. Akar Kuadrat AVE Dengan Nilai Korelasi Antar Konstruk

Konstruk	BI	PEOU	PR	PU
BI	0,878			
PEOU	0,525	0,771		
PR	-0,105	-0,175	0,757	
PU	0,442	0,589	0,095	0,740

Pada tabel diatas nilai perbandingan dari nilai akar AVE memperlihatkan bahwa masing-masing dari nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai diskriminan dan *convergent validity* yang baik.

3.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diukur dengan dua kriteria yaitu nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* untuk setiap blok indikator pada konstruk reflektif. Aturan empiris nilai ganda harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima (Hair, et. al, 2017). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* diatas 0.7 (Ghozali, 2020). *Composite reliability* dari setiap variabel yang diteli dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Reliabilitas Composite Reliability

Konstruk	Composite Reliability
<i>Behavioral Intention</i>	0,910
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,910
<i>Perceived Risk</i>	0,870
<i>Perceived Usefulness</i>	0,894

Tabel di atas memperlihatkan nilai *composite reliability* dari setiap variabel yang diukur mempunyai nilai lebih besar dari 0.70, sehingga indikator yang digunakan dalam variabel penelitian tersebut dikatakan reliabel.

3.4 Pengujian Model Struktural

Pengujian model struktural menghasilkan nilai signifikansi hubungan jalur antar variabel laten dengan menggunakan fungsi *bootstrapping*. Dan akan dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk struktur dependen, nilai koefisien jalur atau nilai t untuk setiap jalur untuk memeriksa signifikansi antara struktur dalam model struktural. Dimana nilai *R-Square* merupakan uji *goodness-fit model*. Adapun nilai *R-Square* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. R-Square

Konstruk	R-Square
PU	
PEOU	0,306
PR	
BI	

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R-square* variabel *behavioral intention* (BI) adalah sebesar 0.306 yang dapat diartikan bahwa 30.6% variabel *behavioral intention* (BI) dapat dipengaruhi oleh variabel *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived risk* (PR) sedangkan sisanya (69.4%) dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Untuk melihat signifikansi pengaruh *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *perceived risk* (PR) terhadap *behavioral intention* (BI) adalah dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi *t-statistic*. Tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dinyatakan sebagai nilai koefisien jalur atau inner model. Berapa skor koefisien jalur yang diberikan oleh *t-statistik* 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% [16]. Pengujian model struktural penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	t-Statistics	P Values
U→BI	0,221	0,232	0,100	2,197	0,028
EOU→BI	0,385	0,383	0,086	4,469	0,000
R→BI	-0,058	-0,080	0,092	0,628	0,530

Tabel 4.19 di atas menunjukkan uji Signifikansi yang menunjukkan pengaruh antar variabel pada tingkat signifikansi *two tail* (*T-table* = 1.96). Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel *perceived usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai *T-statistic* 2.197 (>1.96) dan signifikan karena nilai statistik P-value 0.028 (<0.05). Variabel *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai *T-statistic* 4.469 (> 1.96) dan signifikan karena nilai statistik P-value 0.000 (<0.05). Kemudian memperlihatkan bahwa variabel *perceived risk* (PR) tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai *T-statistic* 0.628 (< 1.96) dan tidak signifikan karena nilai statistik P-value 0.530 (>0.05). Sehingga, hasil kesimpulan pengujian setiap hipotesis secara keseluruhan dilihat pada tabel berikut.

Tabel10. Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Hasil
H ₁	Perceived Usefulness (PU) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI) pada penggunaan aplikasi LinkAja	Signifikan (Hipotesis diterima)
H ₂	Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI) pada penggunaan aplikasi LinkAja	Signifikan (Hipotesis diterima)

H ₃	Perceived Risk (PR) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI) pada penggunaan aplikasi LinkAja	Tidak Signifikan (Hipotesis ditolak)
----------------	--	--------------------------------------

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik (LinkAja) (survei pada mahasiswa pascasarjana PTN di kota padang) dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention (BI)* pada penggunaan uang elektronik LinkAja. *Behavioral intention* akan semakin meningkat apabila semakin banyak manfaat yang diperoleh dalam penggunaan aplikasi LinkAja, sehingga mendorong minat terhadap penggunaan layanannya. Mahasiswa pascasarjana sebagai orang terpelajar yang secara alami terbuka terhadap perkembangan teknologi juga termasuk Generasi Z, dimana mereka telah menguasai banyak teknologi yang kompleks dan kemajuan digital, serta memiliki pengetahuan tentang manfaat yang akan diperoleh jika menggunakan uang elektronik tersebut. Disamping itu, cara penggunaan aplikasi LinkAja yang mudah dipelajari menjadikan interaksi pengguna dapat dilakukan dengan sederhana, susunan menu mudah dipahami yang dapat digunakan pada semua jenis handphone, fitur sangat jelas, dan mudah diakses dibandingkan E-Channel lainnya. Hal ini mengakibatkan bahwa kemudahan penggunaan atau pemakaian teknologi berimplikasi pada minat seseorang dalam menggunakan aplikasi LinkAja tersebut.

Daftar Rujukan

- [1] Bank Indonesia. (2020). Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- [2] CNBC. (2022). 10 Negara Terbesar di Dunia Berdasarkan Luas Wilayahnya. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220908141244-33-370394/10-negara-terbesar-di-dunia-berdasarkan-luas-wilayahnya>
- [3] Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23–44. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- [4] Guan, X., Gong, J., Li, M., & Huan, T. C. (2022). Exploring key factors influencing customer behavioral intention in robot restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3482–3501. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0807/FULL/HTML>
- [5] Pratama, H. S. P., & Rakhmadani, D. P. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 176–186. <https://doi.org/10.30865/JURIKOM.V9I2.3940>
- [6] Toton, & Putri, B. V. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). <https://doi.org/10.31219/OSF.IO/AUHRN>
- [7] Rai, L., Asvinigita, M., Piartrini, P. S., Wayan, N., Suprpti, S., Gusti, I., Jaya, N., & Widagda, A. (2022). Application of Theory of Reasoned Action (TRA) to Explain Continued Intention to Adopt (CIA) MHealth Services. *Mobile Health (MHealth) Webology*, 19(1). <https://doi.org/10.14704/WEB/V19I1/WEB19332>
- [8] Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Integration of technology acceptance model (TAM) and theory of planned behavior (TPB): An e-wallet behavior with fear of covid-19 as a moderator variable. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1427–1436. <https://doi.org/10.5267/I.IJDNS.2022.5.008>
- [9] Maisaroh, S., & Wibisono, T. (2022). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 16–29. <https://doi.org/10.12928/FOKUS.V12I1.5708>
- [10] Na, S., Heo, S., Han, S., Shin, Y., & Roh, Y. (2022). Acceptance Model of Artificial Intelligence (AI)-Based Technologies in Construction Firms: Applying the Technology Acceptance Model (TAM) in Combination with the Technology Organisation Environment (TOE) Framework. *Buildings* 2022, Vol. 12, Page 90, 12(2), 90. <https://doi.org/10.3390/BUILDINGS12020090>
- [11] Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Ojs.Unud.Ac.Id*, 27, 927–953. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04>
- [12] Nenandha Hendriyawan, N., & Mayangsari, S. (2022). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived ease of use, and Perceived Risk in Using Digital Payment Services in Accounting Students. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/JET.V2I2.14635>
- [13] Pratama, H. S. P., & Rakhmadani, D. P. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 176–186. <https://doi.org/10.30865/JURIKOM.V9I2.3940>
- [14] Winarno, W. A., Mas'ud, I., & Palupi, T. W. (2021). Perceived Enjoyment, Application Self-efficacy, and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1189–1200. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO2.1189>
- [15] Sulfini, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105–116. <https://doi.org/10.21460/JRAK.2021.172.401>
- [16] Amira, N., & Susanto, P. (2021). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on behavioral intention to use e-money. *jkmosi.ppp.unp.ac.id*. <https://doi.org/10.24036/omiss.v1i3.34>
- [17] Maisaroh, S., & Wibisono, T. (2022). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 16–29. <https://doi.org/10.12928/FOKUS.V12I1.5708>