



**ANALISIS NIAT PERILAKU PENGGUNAAN E-MONEY BERBASIS CHIP
MENGUNAKAN MODEL MODIFIKASI UTAUT
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA FLAZZ E-MONEY DI KOTA BANDUNG)**

**Nauval Nurvian Mugni ¹⁾, Brady Rikumahu ²⁾
Universitas Telkom**

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 15 Mei 2019
Revisi pertama : 21 Mei 2019
Diterima : 27 Mei 2019
Tersedia online : 31 Mei 2019

Kata Kunci : E-money, UTAUT,
Perceived Risk, Perceived Cost, SEM-
PLS.

Email: naufalnurvianmugni@gmail.com ¹⁾,
bradyrikumahu@gmail.com ²⁾

Flazz merupakan e-money yang diciptakan oleh bank BCA. Jumlah pengguna Flazz dari tahun ke tahun meningkat, namun faktanya jumlah transaksi Flazz masih minim apabila dibandingkan dengan alat elektronik lainnya. Selain itu tingkat awareness e-money di Kota Bandung masih minim dibandingkan dengan Jakarta, Medan, dan Semarang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan Flazz di Kota Bandung dengan menggunakan Model UTAUT yang dimodifikasi oleh penelitian Abrahao et al pada tahun 2016. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik analisis data yaitu teknik analisis deksriptif menggunakan SEM-PLS dengan 400 sampel.

Hasil yang didapat yaitu performance expectancy, effort expectancy, dan social influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention. Perceived risk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap behavioral intention dan perceived cost berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap behavioral intention pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Financial technology merupakan salah satu jenis teknologi yang sedang berkembang saat ini. *Fintech* diharapkan mampu untuk memberikan solusi atas permasalahan finansial masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Jenis *fintech* yang sedang berkembang saat ini yaitu *e-money* dimana *e-money* diharapkan mampu untuk memberikan solusi atas permasalahan penggunaan uang tunai saat ini. Permasalahan yang terjadi pada penggunaan uang tunai salah satunya adalah sulitnya membawa uang tunai apabila membawa dengan jumlah yang besar dan adanya peluang untuk melakukan tindakan pencurian. Seiring berjalanya waktu munculah teknologi yang dinamakan *e-money*, saat ini terdapat dua jenis *e-money* yaitu *e-money* berbasis *server* dan *e-money* berbasis *chip*. *E-money* berbasis *server* merupakan *e-money* berbasis aplikasi (*Server base*) dengan saldo maksimal senilai sepuluh juta. Sedangkan *e-money* berbasis *chip* merupakan *e-money* berbentuk kartu (*chip base*) dengan saldo maksimal satu juta rupiah, namun saat ini terdapat juga *e-money* berbasis *chip* dengan saldo maksimal dua juta rupiah (Daeng, 2018).

Flazz *e-money* merupakan bagian dari *e-money* berbentuk *chip* yang dikelola dan dikembangkan oleh Bank BCA. Jumlah pengguna Flazz *e-money* dari tahun ke tahun meningkat, hingga pada bulan Mei 2018 jumlah pengguna Flazz *e-money* mencapai 14,6 juta pengguna yang dimana hal ini merupakan jumlah pengguna terbanyak dibandingkan dengan kompetitornya. Namun faktanya jumlah transaksi Flazz *e-money* masih dikatakan minim apabila dibandingkan dengan alat transaksi elektronik bank BCA lainnya yaitu ATM, mobile banking, dan *internet banking*. Selain itu tingkat *awareness* tentang *e-money* di Kota Bandung masih dikatakan minim apabila dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya seperti Jakarta, Medan, dan Semarang. Penggunaan *e-money* menurut Bank Indonesia memiliki beberapa risiko, yaitu risiko hilangnya *e-money* dan dapat digunakan oleh pihak lain serta risiko karena masih kurang pemahamannya pengguna dalam menggunakan *e-money*, selain itu Bank Indonesia mematok biaya isi ulang *e-money* sebesar Rp1500 kepada seluruh pengguna *e-money* berbasis *chip* termasuk Flazz yang melakukan isi ulang di berbagai merchant (Rusna, 2017). Hal ini berbeda dengan negara lain seperti Jepang, Hongkong dan Inggris yang tidak adanya biaya isi ulang saldo yang dikeluarkan oleh pengguna *e-money* (Hasim, 2017).

Dengan adanya fenomena tersebut dibutuhkan adanya suatu penelitian tentang adopsi penggunaan *e-money* khususnya pada penggunaan Flazz *e-money*. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau disingkat UTAUT merupakan salah satu model adopsi penerimaan teknologi, model ini dikembangkan oleh Vankatesh et al yang sudah digunakan untuk adopsi teknologi, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Abrahao et al (2016).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung?
2. Apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung?
3. Apakah *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung?
4. Apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung?
5. Apakah *perceived cost* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz di e-money Kota Bandung?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui apakah *perceived cost* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.

KAJIAN PUSATAKA

Financial Technology

Financial Technology atau biasa disebut Fintech adalah akronim untuk teknologi keuangan, yang bisa diartikan sebagai cara pembayaran melalui teknologi elektronik atau informasi” (Riskinanto, 2017). Fintech merupakan bagian dari layanan keuangan yang menggunakan teknologi yaitu kombinasi antara teknologi IT dengan layanan keuangan lainnya seperti pengiriman uang, pembayaran, manajemen aset dan sebagainya (Lee & Kim, 2015).

E-Money

Menurut Fung et al, (2014) *E-money* merupakan nilai uang yang yang disimpan secara elektronik ke dalam alat elektronik seperti kartu *chip* atau *server*, direpresentasikan kepada penerbit, dan diterbitkan dengan dana yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran. *E-money* merupakan pembayaran non tunai, karena mekanisme transaksi pembayarannya menggunakan pembayaran secara tidak langsung

melalui media penyimpan secara elektronik berupa *server* atau *chip*. Di dalamnya terdapat nilai uang elektronik yang berfungsi sebagai alat pembayaran giral kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik. (Usman, 2017).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology atau UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh yang terdiri dari delapan model penerimaan teknologi sebelumnya. Delapan model tersebut antara lain *Theory Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) (Bendi & Andayani, 2013). Dibandingkan dengan kedelapan model tersebut, UTAUT terbukti lebih berhasil menjelaskan hingga 70% varian behavior intention (Bendi & Andayani, 2013). Model UTAUT memiliki empat konstruk utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *behavioral intention* dan *use behaviour* (Venkatesh et al, 2012).

Perceived Risk

Menurut Abrahao et al (2016) perceived risk digambarkan sebagai tingkatan kerugian yang dirasakan ketika menggunakan suatu teknologi. Perceived risk mengacu pada risiko keuangan, sosial, dan produk terkait apa yang dirasakan pengguna saat melakukan transaksi (Yadav, 2016).

Perceived Cost

Perceived Cost menurut Abrahao et al (2016) mengacu pada biaya awal, biaya berlangganan, biaya transaksi, dan biaya komunikasi yang dipercaya oleh pengguna. Selain itu *Perceived cost* juga mengacu pada waktu dan usaha yang dikeluarkan konsumen untuk perubahan dan pengambilan keputusan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Penelitian

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan Metode	Kuantitatif
2	Berdasarkan Tujuan	Konklusif atau Kausal
3	Berdasarkan Tipe	Kausal
4	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	Tidak mengintervensi data
5	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	<i>Cross Sectional</i>

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Waktu, Tempat, dan Subjek Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2018 hingga bulan Maret 2019. Tempat penelitian ini dilakukan di Bandung. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang menggunakan *Flazz e-money*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari sumber data dan diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017:219). Data primer dalam penelitian ini bersumber dari kuisisioner yang disebarakan secara online melalui google form kepada masyarakat Kota Bandung yang menggunakan *Flazz e-money*. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari sumber data yang tidak langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017:219). Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu, laporan keuangan bank BCA, dan data yang berada di internet. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling* berjenis *random sampling* dengan menyebarkan kuisisioner pada 400 sampel pengguna *Flazz e-money* di Kota Bandung menggunakan rumus *Cochran* dimana sampel yang dibutuhkan 384,16 yang dibulatkan menjadi 400 responden.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan SEM-PLS menggunakan software Smart PLS 3.0 dengan pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping* yang memperhatikan uji t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik yang terdapat pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin, 223 responden (56%) adalah pria dan 177 responden (44%) adalah wanita.
2. Berdasarkan usia, 181 responden (46%) berumur 26-35 tahun, 169 responden (42%) berumur 17-25 tahun, 41 responden (10%) berumur 36-45 tahun, dan 8 responden (2%) berumur 46-55 tahun.
3. Berdasarkan pendidikan terakhir, 198 responden (50%) berpendidikan S1/D3, 170 responden (42%) berpendidikan SMP/SMA, dan 32 responden (8%) berpendidikan S2/S3.
4. Berdasarkan pekerjaan, 163 responden (40,75%) merupakan pegawai swasta, 154 responden (38,5%) merupakan pelajar/ mahasiswa, 36 responden (9%) merupakan PNS, 23 responden (5,75%) merupakan pengusaha, 18 responden (4,5%) merupakan Pegawai BUMN, TNI, dan Polisi, dan 6 responden (1,5%) memiliki pekerjaan diluar dari empat kelompok tersebut.
5. Berdasarkan pendapatan perbulan, responden dengan pendapatan Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 172 responden (43%), responden dengan pendapatan Rp1.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 167 responden (41,7%), responden dengan pendapatan > Rp10.000.000 sebanyak 31 responden (7,8%), responden dengan pendapatan <Rp1.000.000 sebanyak 30 responden (7,5%).

6. Berdasarkan frekuensi penggunaan dalam sebulan, jumlah responden dengan frekuensi penggunaan 5-10 kali berjumlah 195 responden (48,8%), jumlah responden dengan frekuensi penggunaan lebih dari 10 kali berjumlah 134 responden (33,4%), dan jumlah responden dengan frekuensi penggunaan kurang dari 5 kali berjumlah 71 responden (17,8%).

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini terdapat hasil analisis deskriptif dari beberapa variabel. *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *Behavioral intention* merupakan faktor positif dimana semakin besar hasil analisis deskriptif maka semakin baik. Sedangkan *perceived risk* dan *perceived cost* merupakan faktor negatif dimana semakin kecil hasil dari analisis deskriptif maka akan semakin baik.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Faktor Positif

No	Variabel	Presentase	Kategori
1	<i>Performance Expectancy</i>	81,7%	Baik
2	<i>Effort Expectancy</i>	81,2%	Baik
3	<i>Social Influence</i>	73,3%	Baik
4	<i>Behavioral Intention</i>	84,2%	Sangat Baik

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Faktor Negatif

No	Variabel	Presentase	Kategori
1	<i>Perceived Risk</i>	50,6%	Baik
2	<i>Perceived Cost</i>	49,1%	Baik

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Hasil Analisis Partial Least Square

Hasil Analisis Partial Least Square terdiri dari model pengukuran (Outer Model) dan model structural (Inner Model) yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) berfungsi untuk mengetahui hubungan antara indikator dengan variabel laten (Jogiyanto & Abdilah, 2015). Pada *outer model* terdapat beberapa tahap yaitu menentukan validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas terdiri dari *convergen validity* dan *diskriminan validity* yang dijelaskan sebagai berikut:

2. *Convergen Validity*

Convergen validity mengukur *loading factor* dan nilai AVE. Hasil *convergen validity* pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Loading Factor

Variabel	Kode Item	Loading Factor
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,827
	PE2	0,831
	PE3	0,806
	PE4	0,832
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,808
	EE2	0,694
	EE3	0,878
	EE4	0,810
<i>Social Influence</i>	SI1	0,787
	SI2	0,827
	SI3	0,743
	SI4	0,735
<i>Perceived Risk</i>	PR1	0,848
	PR2	0,897
	PR3	0,820
<i>Perceived Cost</i>	PC1	0,761
	PC2	0,820
	PC3	0,705
	PC4	0,709
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0,916
	BI2	0,942
	BI3	0,899

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4 Terlihat nilai *loading factor* pada penelitian ini memiliki nilai diatas 0,5 yang artinya memenuhi syarat dari *rule of thumb* (Hair et al, 2010). Sedangkan nilai AVE pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil AVE

No	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
1	<i>Performance Expectancy</i>	0,679
2	<i>Effort Expectancy</i>	0,640
3	<i>Social Influence</i>	0,599
4	<i>Perceived Risk</i>	0,732
5	<i>Perceived Cost</i>	0,563
6	<i>Behavioral Intention</i>	0,845

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 5 nilai AVE antar variabel memiliki nilai diatas 0,5 yang artinya memenuhi syarat dari *rule of thumb* (Hair et al, 2010).

Diskriminan Validity

Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan hasil *cross loading* dan membandingkan akar AVE dengan korelasi variabel laten (Hair et al, 2014). Nilai *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Cross Loading

	BI	EE	PC	PE	PR	SI
BI1	0,916	0,538	-0,159	0,551	-0,285	0,390
BI2	0,942	0,550	-0,182	0,574	-0,273	0,449
BI3	0,899	0,582	-0,088	0,634	-0,227	0,512
EE1	0,457	0,808	-0,117	0,638	-0,165	0,410
EE2	0,348	0,694	-0,098	0,535	-0,129	0,477
EE3	0,601	0,878	-0,200	0,640	-0,193	0,381
EE4	0,492	0,810	-0,195	0,499	-0,132	0,281
PC1	-0,134	-0,145	0,761	-0,120	0,075	-0,002
PC2	-0,132	-0,149	0,820	-0,052	0,086	-0,067
PC3	-0,064	-0,180	0,705	-0,079	0,044	-0,037
PC4	-0,109	-0,138	0,709	-0,118	0,066	-0,031
PE1	0,550	0,560	-0,109	0,827	-0,110	0,465
PE2	0,526	0,664	-0,162	0,831	-0,105	0,365
PE3	0,467	0,530	-0,072	0,806	-0,100	0,389
PE4	0,558	0,617	-0,061	0,832	-0,134	0,439
PR1	-0,224	-0,152	0,028	-0,120	0,848	-0,083
PR2	-0,240	-0,140	0,111	-0,098	0,897	-0,100
PR3	-0,260	-0,207	0,099	-0,132	0,820	-0,073
SI1	0,292	0,287	-0,014	0,325	-0,122	0,787
SI2	0,374	0,233	-0,003	0,369	-0,037	0,827
SI3	0,289	0,330	-0,021	0,375	-0,016	0,743
SI4	0,490	0,523	-0,078	0,450	-0,116	0,735

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Tabel 6 menjelaskan tentang hasil *cross loading* pada penelitian ini, Terlihat nilai *cross loading* pada suatu konstruk lebih besar daripada konstruk lainnya, sehingga konstruk dapat dikatakan valid atau memenuhi syarat *rule of thumbs* (Hair et al, 2014). Selanjutnya pada diskriminan validity, membandingkan akar AVE dengan korelasi variabel laten. Hasil akar AVE dan korelasi antar variabel laten dijelaskan pada Tabel 6 dan Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Akar AVE

Variabel	Akar AVE
<i>Performance Expectancy</i>	0,824
<i>Effort Expectancy</i>	0,800
<i>Social Influence</i>	0,774
<i>Perceived Risk</i>	0,856
<i>Perceived Cost</i>	0,750
<i>Behavioral Intention</i>	0,919

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Tabel 8. Hasil Korelasi Antar Variabel Laten

	BI	EE	PC	PE	PR	SI
<i>Behavioral Intention</i>	1,000					
<i>Effort Expectancy</i>	0,607	1,000				
<i>Perceived Cost</i>	-0,155	-0,197	1,000			
<i>Performance Expectancy</i>	0,640	0,721	-0,123	1,000		
<i>Perceived Risk</i>	-0,284	-0,196	0,095	-0,137	1,000	
<i>Social Influence</i>	0,493	0,469	-0,045	0,504	-0,100	1,000

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Terlihat pada Tabel 7 dan Tabel 8 merupakan hasil dari akar AVE dan korelasi antar variabel laten dimana nilai akar AVE lebih besar dari korelasi antar variabel laten Sehingga dapat dinyatakan valid dan memenuhi syarat *rule of thumb* (Hair et al, 2014).

3. Uji Reliabilitas

Pada reliabilitas menggunakan PLS terdapat dua metode yaitu *cornbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil dari reliabilitas pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil *cornbach's alpha* dan *Composite reliability*

Variabel	<i>cornbach's alpha</i>	<i>composite reliability</i>
<i>Performance Expectancy</i>	0,843	0,894
<i>Effort Expectancy</i>	0,814	0,876
<i>Social Influence</i>	0,784	0,856
<i>Perceived Risk</i>	0,817	0,891
<i>Perceived Cost</i>	0,749	0,837
<i>Behavioral Intention</i>	0,908	0,942

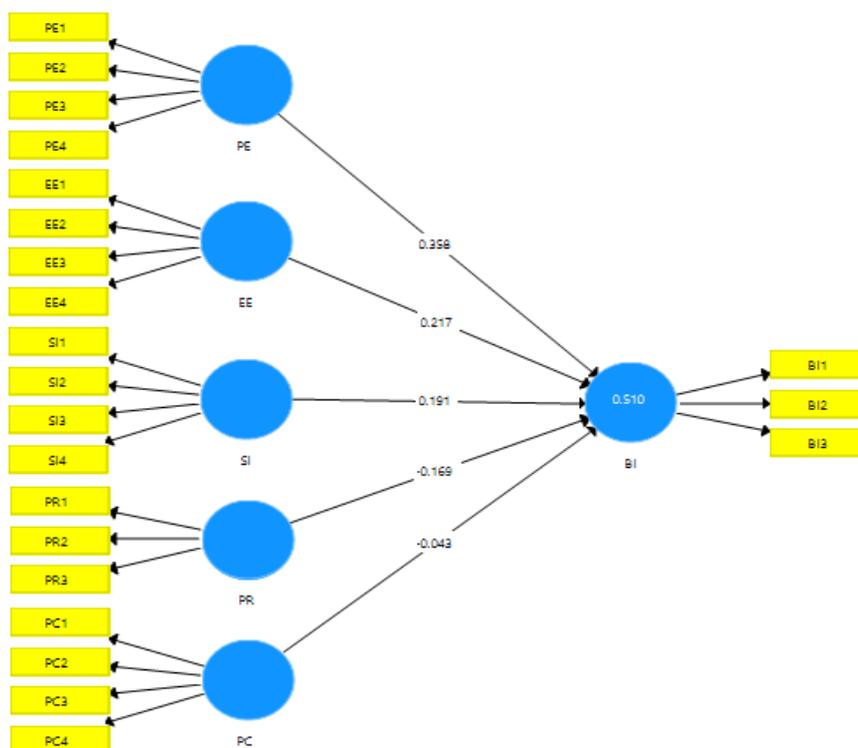
Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan pada Tabel 9 hasil *cornbach's alpha* dan *composite reliability* pada tiap variabel lebih dari 0,7 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan memenuhi unsur *rule of thumbs*.

4. Model Struktural (*Inner Model*)

Pada model struktural (*Inner Model*) didapat Hasil *R-Square*, nilai *path koefisien* dan *Q-Square*. *R-Square* dan nilai *path coefficient* dijelaskan pada Gambar 1 Sebagai Berikut:

Gambar 1. Hasil R-Square dan Nilai Path Koefisien



Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Gambar 1 didapat hasil *R-Square* sebesar 0,510 atau jika dipresenasekan sebesar 51% yang artinya *behavioral intention* pada penelitian ini dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived risk* dan *perceived cost*. Sedangkan 49% dijelaskan oleh faktor lain. Nilai *Q-Square* dijelaskan pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
<i>Behavioral Intention</i>	1.200,000	717,130	0,402
<i>Effort Expectancy</i>	1.600,000	1.600,000	
<i>Perceived Cost</i>	1.600,000	1.600,000	
<i>Performance Expectancy</i>	1.600,000	1.600,000	
<i>Perceived Risk</i>	1.200,000	1.200,000	
<i>Social Influence</i>	1.600,000	1.600,000	

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

Tabel 10 menjelaskan tentang hasil *Q-Square* pada PLS. Terlihat nilai *Q-square* yang dihasilkan adalah 0,402 atau jika di presentasekan sebesar 40,2% yang artinya model ini berada diatas nol dan dapat dikatakan *predictive relevance*.

Pengujian Hipotesis dan pembahasan

Untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan PLS, Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode resampling *Bootstrap* dengan membandingkan nilai t-

statistik dengan *t-value*, memperhatikan *p-value* dan memperhatikan nilai *path coefficient* (Hair et al, 2017). Untuk mengetahui *t-statistik*, *p-value*, dan nilai *path coefficient* pada penelitian ini dijelaskan dengan Tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh	Nilai <i>Path Coefficient</i>	T-Statistik	T-tabel	<i>P-value</i>
PE → BI	0,358	4,873	1,63	0,000
EE → BI	0,217	4,230	1,63	0,000
SI → BI	0,191	5,011	1,63	0,000
PR → BI	-0,169	4,873	1,63	0,000
PC → BI	-0,043	1,251	1,63	0,212

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2019)

- a. Pada variabel *performance expectancy* memiliki nilai *t-value* 6,637 lebih besar dari *t-tabel* 1,63 yang artinya hipotesis dinyatakan diterima sebab *t-value* > *t-tabel*, nilai *path coefficient* sebesar 0,358 memiliki nilai positif yang artinya bahwa adanya pengaruh positif antara *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* serta nilai *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 yang artinya berpengaruh secara signifikan (Hair et al, 2010). Maka dapat dinyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* Sehingga semakin besar tingkat manfaat pada pengguna Flazz e-money maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan semakin meningkat.
- b. *Effort expectancy* pada penelitian ini yaitu nilai *t-value* 4,230 lebih besar dari *t-tabel* yaitu 1,63 yang artinya hipotesis dapat diterima sebab *t-value* > *t-tabel*. Nilai *path coefficient* sebesar 0,217 memiliki nilai positif yang artinya bahwa adanya pengaruh positif antara *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* serta nilai *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 yang artinya berpengaruh secara signifikan (Hair et al, 2010). Maka dapat dinyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* Sehingga semakin besar tingkat kemudahan pada penggunaan Flazz e-money maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan semakin meningkat.
- c. *Social influence* pada penelitian ini yaitu nilai *t-value* 5,011 lebih besar dari *t-tabel* yaitu 1,63 yang artinya hipotesis dapat diterima sebab *t-value* > *t-tabel*. Nilai *path coefficient* sebesar 0,191 memiliki nilai positif yang artinya bahwa adanya pengaruh positif antara *Social Influence* terhadap *behavioral intention* serta nilai *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 yang artinya berpengaruh secara signifikan (Hair et al, 2010). Maka dapat dinyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Sehingga semakin besar tingkat sosial seperti keluarga, pihak bank atau pemerintah maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan meningkat.
- d. *Perceived risk* mendapatkan hasil nilai *t-value* sebesar 4,873 lebih besar dari *t-tabel* yaitu 1,63 yang artinya hipotesis dapat diterima sebab *t-value* > *t-tabel*. Nilai *path coefficient* pada *perceived risk* sebesar -0,169 memiliki nilai negatif

yang artinya bahwa adanya pengaruh negatif antara *perceived risk* terhadap *behavioral intention* serta nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 yang artinya berpengaruh secara signifikan (Hair et al, 2010). Maka dapat dinyatakan bahwa *Perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Sehingga semakin kecil tingkat risiko pada Flazz e-money maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan meningkat.

- e. Pada variabel *perceived cost* mendapatkan hasil t-value sebesar 1,251 dimana lebih kecil dari t-tabel 1,63 yang artinya bahwa hipotesis pada *perceived cost* terhadap *behavioral intention* ditolak sebab t-value lebih kecil dari t-tabel. Nilai *path coefficient* pada *perceived cost* adalah -0,043 yang artinya berpengaruh negatif. Sedangkan p-value pada *perceived cost* memiliki nilai 0,192 yang artinya tidak signifikan karena diatas nilai 0,005 (Hair et al, 2010). Maka berdasarkan hasil tersebut *perceived cost* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Sehingga faktor biaya seperti biaya isi ulang, biaya pembelian kartu, waktu dan usaha yang dikeluarkan memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh pada niat perilaku penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya semakin tinggi manfaat yang ada pada kartu Flazz e-money di Kota Bandung maka niat perilaku pengguna Flazz e-money akan semakin meningkat. Faktor manfaat pada penelitian ini meliputi manfaat transaksi untuk membayar tol, membayar di berbagai merchant/toko dan lainnya.
- b. *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan pada kartu Flazz e-money di Kota Bandung seperti kemudahan dalam bertransaksi, isi saldo, dan pengecekan saldo maka niat untuk menggunakan Flazz e-money akan semakin meningkat.
- c. *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya faktor sosial dianggap mempengaruhi pada penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung. Semakin tinggi faktor sosial seperti teman, keluarga, bahkan pihak Bank BCA maka niat untuk menggunakan Flazz e-money di Kota Bandung akan semakin meningkat.
- d. *Perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya bahwa semakin kecil risiko pada Flazz e-money maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan semakin besar.
- e. *Perceived cost* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya bahwa faktor biaya seperti biaya dalam hal finansial, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan memiliki faktor negatif namun tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung.

Saran

1. Saran Teoritis

Dikarenakan penelitian ini hanya mampu menjelaskan *behavioral intention* 51% maka penulis memberi saran untuk menambahkan variabel independen seperti *facilitating condition*, *trust*, *security* yang tidak terdapat pada penelitian ini sehingga mendapatkan hasil yang akurat. Selain itu penulis juga memberi saran untuk menambahkan dan membandingkan variabel moderator seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman ketika menggunakan Flazz e-money agar dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan perbedaan antar variabel moderator tersebut.

2. Saran Praktis

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* yang dimana variabel tersebut berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin besar faktor manfaat dan faktor kemudahan pada pengguna Flazz e-money maka niat perilaku penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung akan meningkat. Sehingga penulis memberi saran kepada pihak Bank BCA untuk meningkatkan faktor manfaat pada transaksi penggunaan Flazz e-money di Kota Bandung seperti membayar di transportasi umum sehingga hal tersebut dapat meningkatkan faktor manfaat pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Selain itu pihak Bank BCA diharapkan dapat meningkatkan faktor kemudahan dalam hal bertransaksi seperti kemudahan dalam hal isi saldo, pengecekan saldo, dan kemudahan transaksi menggunakan Flazz e-money di Kota Bandung.
- b. Variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Sehingga penulis memberi saran kepada Bank BCA untuk terus bersosialisasi tentang Flazz e-money di Kota Bandung agar pengguna Flazz e-money terus meningkat.
- c. Variabel *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan pada *behavioral intention* pada pengguna Flazz e-money di Kota Bandung. Artinya bahwa semakin kecil risiko yang dihadapi maka niat seseorang untuk menggunakan Flazz e-money akan semakin besar, sehingga penulis memberi saran kepada Bank BCA untuk memberikan sosialisasi mengenai risiko kepada pengguna Flazz e-money agar pengguna Flazz e-money dapat mengetahui risiko yang dihadapi dan meminimalisir risiko tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrahao, R. d., Moriguchi, s. n., & Andrade, D. F. 2016. *Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance Model*.
- Bendi, K. J., & Andayani, S. 2013. *Penerapan Model UTAUT untuk memahami perilaku pengguna sistem informasi akademik*. Jurnal Hoaq Teknologi Informasi, 50-151.
- Daeng, D. A. 2018. *Plus Minus Uang elektronik: Pilih E-Wallet atau Kartu E-money?* Retrieved from tirta.id: <https://tirta.id/plus-minus-uang-elektronik-pilih-e-wallet-atau-kartu-e-money-cCUz>

- Fung, B., Molico, M., & Stuber, G. 2014. *Electronic Money and Payments: Recent Developments and issues*. Band of Canadian Discussion Paper.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis pearson new international edition*. Pearson Education Limited.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. 2014. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *An emerging tool in business research*", 106-121.
- Hasim, F. 2017. *Isi Ulang e-money di Negara lain kena Biaya enggak ya?* Retrieved from detik.com: <https://finance.detik.com/moneter/d-3647533/isi-ulang-e-money-di-negara-lain-kena-biaya-enggak-ya>
- Lee, T. j., & Kim, H. W. 2015. An Exploratory Study on Fintech Industry in Korea: Crowdfunding case. *2nd International conference on Innovative Engineering Technologies*.
- Riskinanto, A. 2017. *The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology*.
- Rusna, L. 2017. *BI Resmi patok Biaya Top Up E-money Maksimum Rp1.500*. Retrieved from Sindonews: <https://ekbis.sindonews.com/read/1241680/178/bi-resmi-patok-biaya-top-up-e-money-maksimum-rp1500-1505974230>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, R. 2017. *Karakteristik Uang Elektronik*.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. 2012. *Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology*. *MIS Quarterly* , 158-178.
- Yadav, K. M. 2016. *Behavioural intentions to adopt mobile wallets: a developing country's prespective*. *Journal of Indian Bussiness Research*.