

Analisis Faktor Kepuasan dan Minat Penggunaan E-Money Flazz BCA di Kota Tangerang

Dwiki Zarasky¹, Nanda Septiani²

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma Depok Indonesia,

²Program Studi Manajemen Retail, Universitas Raharja Tangerang, Indonesia

dwikizarasky@gmail.com , nanda.septiani@raharja.info

*Corresponding Author: dwikizarasky@gmail.com

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat terus mengalami perubahan yang didukung oleh perkembangan teknologi, salah satu inovasinya berupa alat pembayaran yang mendukung masyarakat dalam melakukan transaksi dengan cepat, tepat dan aman di setiap transaksi secara elektronik. Transaksi ini bisa disebut dengan sistem pembayaran secara elektronik atau pembayaran menggunakan *e-money* (uang elektronik), yang dipengaruhi pula oleh perubahan pola hidup masyarakat. Flazz BCA menjadi inovasi pembayaran elektronik yang diluncurkan sejak 2009, yang terus melakukan perbaikan sistem. Namun sebelum melakukan perbaikan diperlukan Analisis terhadap minat pada penggunaan E-Money Flazz BCA, yang menjadikan tujuan dari penelitian ini guna mengetahui kepuasan pengguna yang berkaitan dengan persepsi manfaat, pengaruh sosial, pengaruh kepercayaan, dan persepsi risiko bagi masyarakat di Kota Tangerang. Metode yang akan digunakan berupa pengumpulan data, dimana terdapat kuesioner yang akan disebarkan kepada responden penelitian ini, yaitu pengguna *e-money*. Klasifikasi pada data akan yang digunakan yaitu data primer untuk penelitian, lalu digunakan teknik Purposive Sampling untuk sampel. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) digunakan untuk pengolahan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan pengaruh kepercayaan, memiliki pada minat menggunakan secara parsial. Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan secara parsial. Secara simultan kepercayaan, pengaruh sosial, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kata Kunci: Kepercayaan, Pengaruh Sosial, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Minat.

ABSTRACT

People's needs continue to change, which is supported by technological developments, one of which is innovation in the form of payment instruments that support the community in conducting transactions quickly, accurately and safely in every electronic commerce. This transaction can be called an electronic payment system or payment using e-money (electronic money), which is also influenced by changes in people's lifestyles. BCA Flazz is an electronic payment innovation launched in 2009, which continues to improve the system. However, it is necessary to analyze the interest in using E-Money Flazz BCA before making improvements. This study aims to determine user satisfaction related to perceived benefits, social influences, trust effects, and risk perceptions for the community in Tangerang City. The method that will be used is in the form of data collection, where a questionnaire will be distributed to the respondents of this study, namely e-money users. The classification of the data used is primary data for research, and then the purposive sampling technique is used for the sample. SPSS (Statistical Product and Service Solutions) is used for processing the results of the questionnaires that have been collected. The results of this study indicate that the perception of benefits, social influence, and the effect of trust has partial interest in using it. At the same time, risk perception does not partially affect the interest in using it. Simultaneously trust, social influence, perceived benefits, and perceived risk affect the interest in using e-money.

Keywords: Trust, Social Influence, Perceived Benefits, Perceived Risk, Interest.



Zarasky, D., & Septiani, N. (2022). Analisis Faktor Kepuasan dan Minat Penggunaan E-Money Flazz BCA di Kota Tangerang. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 89–99. Retrieved from <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/140>

Notifikasi Penulis: 13 September 2022

Akhir Revisi: 29 September 2022

Terbit: 30 September 2022

1. PENDAHULUAN

Kemajuan serta Perkembangan zaman yang tinggi berdampak kepada perubahan yang terjadi di seluruh dunia salah satunya Indonesia. Dampak perubahan tersebut terjadi pada transaksi ekonomi dalam sistem dan pola pembayaran [1]. Alat pembayaran semula hanya berupa logam dan kertas konvensional telah berubah menjadi bentuk yang lebih praktis [2]. Sistem dalam bidang perbankan saat ini telah menghasilkan beberapa inovasi, salah satunya bukti dari perkembangan teknologi dalam dunia perbankan yaitu adanya uang elektronik (*e-money*) [3]. *E-money* merupakan alat pembayaran alternatif selain pembayaran nontunai, latar belakang diciptakannya *e-money* didasarkan pada Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 yang mendukung rencana pengurangan uang oleh Bank Indonesia. masyarakat di Negara Kesatuan Republik Indonesia [4].

Tabel 1. Peringkat Uang Elektronik

No	Nama Penerbit	Nama Produk
1	PT. Dompot Anak Bangsa (PT. MV Commerce Indonesia)	Go-Pay
2	PT. Bank Mandiri	Mandiri E-Money
3	PT. Telekomunikasi Selular	T-Cash
4	PT. Bank Central Asia	Flazz
5	PT. Visionet Internasional	OVO
6	PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk.	Brizzi

Sumber: databoks

Flazz BCA diluncurkan sejak tahun 2009 dan terus melakukan perbaikan pada sistem yang ada untuk memberikan kepuasan dan kemudahan dalam melakukan transaksi bagi penggunanya. Saat ini, semua transaksi dari kartu Flazz BCA bergerak satu arah dan murni online [5]. Pembayaran dengan menggunakan Flazz BCA sudah dapat diterima oleh hampir semua merchant resmi atau merchant besar di Indonesia, bahkan toko kecil yang menerima pembayaran dengan sistem debit biasanya bekerjasama dengan Flazz BCA [6]. Pada tahun 2018 Flazz BCA menempati urutan keempat, dikarenakan saat ini sudah banyak perusahaan-perusahaan yang mengeluarkan produk *e-money* [7]. Meskipun begitu, Flazz BCA tetap menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan transaksi, mengingat perusahaan yang mengeluarkannya yaitu PT. Bank Central Asia sudah memiliki citra yang cukup baik di masyarakat, oleh sebab itu masyarakat merasa percaya dengan produk Flazz BCA yang dikeluarkan oleh PT. Bank Central Asia [8].

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Uang elektronik atau *e-money* didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memiliki banyak unsur yang nantinya digunakan sebagai alat pembayaran kepada produsen pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut [9]. Berkaitan dengan penelitian kedua perilaku konsumen

merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka [10]. Minat didefinisikan sebagai proses yang timbul berupa rangsangan setelah melihat suatu produk, selanjutnya timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan pada akhirnya akan timbul keinginan untuk memiliki dan membeli produk tersebut [11]. Dalam penelitian ketiga, mendefinisikan kepercayaan sebagai keandalan dan ketergantungan dari pelanggan yang telah membeli produk dan jasa [12]. Selain itu pengaruh sosial mencerminkan pendapat dari seorang teman pengguna teknologi, kerabat atau atasan untuk menggunakan teknologi [13]. Pada penelitian keempat yang dimaksud dengan manfaat yang dirasakan atau *Perceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya [14]. Dan Risiko Persepsian dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu [15]. Dalam penelitian kelima membahas bahwa Pengaruh Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4) Terhadap Minat (Y) Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa *Commuter line* di Jakarta) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money card* [16].

2.2. Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, adapun proses pengumpulan data dan informasi untuk keperluan penelitian ini diambil melalui beberapa metode, yaitu kuesioner dan penelitian kepustakaan. Kuesioner yang digunakan merupakan hasil adopsi dari penelitian terdahulu [17]. Sedangkan untuk penelitian kepustakaan memperoleh data dan informasi dari buku-buku, hasil penelitian sebelumnya seperti jurnal, dan bahan bacaan buku lain [18]. Objek penelitian ini adalah *e-money Flazz BCA* dengan subjek penelitian yaitu konsumen yang menggunakan *e-money Flazz* di Kota Tangerang [19]. Aspek-aspek yang diteliti yaitu kepercayaan, pengaruh sosial, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Flazz BCA* [20]. Pendekatan ini mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas dan terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu, Kepercayaan (X1), Pengaruh Sosial (X2), Persepsi Manfaat (X3), Persepsi Risiko (X4) [21]. Dan dalam penelitian ini variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y). Data yang telah terkumpul sudah dibuat dalam bentuk *scoring*, lalu membuat tabel distribusi frekuensi untuk menganalisis data. Program yang digunakan untuk mengolah data adalah *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* [22].

Tabel 2. Peringkat Uang Elektronik

No	Keterangan	Penilaian	Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	N	Netral	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

Untuk mengetahui keberartian pengaruh antar variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Perlu pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun secara simultan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan (X1)

Tabel 4.1 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan (X1)

Item Pernyataan	Bobot	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah
	Penilaian	5	4	3	2	1	
X1P1	Frekuensi %	22	51	23	4	0	100
	%	22%	51%	23%	4%	0%	100%
	Skor	110	204	69	8	0	391
X1P2	Frekuensi %	19	56	22	3	0	100
	%	19%	56%	22%	3%	0%	100%
	Skor	95	24	66	6	0	391
X1P3	Frekuensi %	25	55	17	3	0	100
	%	25%	55%	17%	3%	0%	100%
	Skor	125	220	51	6	0	402
X1P4	Frekuensi %	28	55	14	3	0	100
	%	28%	55%	14%	3%	0%	100%
	Skor	140	220	42	6	0	408
X1P5	Frekuensi %	20	58	20	2	0	100
	%	20%	58%	20%	2%	0%	100%
	Skor	100	232	60	4	0	396
X1P6	Frekuensi %	29	52	16	3	0	100
	%	29%	52%	16%	3%	0%	100%
	Skor	145	208	48	6	0	407

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan variabel kepercayaan dalam tabel 4.1, item pernyataan X1P1 memiliki persentase yang paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 51% . Pada item pernyataan X1P2 persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 56%. Pada item pernyataan X1P3 memiliki persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 55%. Pada item pernyataan X1P4 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 55%. Pada item pernyataan X1P5 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 58%. Pada item pernyataan terakhir X1P6 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 52%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan kepercayaan mereka dalam memenuhi keinginan ketika ingin menggunakan e-money Flazz BCA karena dapat memberikan layanan yang sesuai, memberikan kebenaran informasi dalam bertransaksi, dapat dipercaya dalam bertransaksi, memiliki reputasi yang baik, memberikan layanan yang efektif, dan dapat diandalkan ketika dibutuhkan [23].

B. Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Sosial (X2)

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Sosial (X2)

Item Pernyataan	Bobot	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah
	Penilaian	5	4	3	2	1	
X1P1	Frekuensi %	25	38	24	11	2	100
	%	25%	38%	24%	11%	2%	100%
	Skor	125	152	72	22	2	373

X1P2	Frekuensi %	23	44	21	11	1	100
	%	23%	44%	21%	11%	1%	100%
	Skor	115	176	63	22	1	391
X1P3	Frekuensi %	16	41	22	17	4	100
	%	16%	41%	22%	27%	4%	100%
	Skor	80	164	66	34	4	348
X1P4	Frekuensi %	18	38	27	12	5	100
	%	18%	38%	27%	12%	5%	100%
	Skor	90	152	81	24	5	352
X1P5	Frekuensi %	20	42	23	11	4	100
	%	20%	42%	23%	11%	4%	100%
	Skor	100	168	69	22	4	363

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan variabel pengaruh sosial dalam tabel 4.2, item pernyataan X2P1 memiliki persentase yang paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 38%. Pada item pernyataan X2P2 persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 44%. Pada item pernyataan X2P3 memiliki persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 41%. Pada item pernyataan X2P4 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 38%. Pada item pernyataan terakhir X2P5 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 42%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pengaruh sosial ketika ingin memutuskan menggunakan e-money Flazz BCA karena mendapatkan dukungan dari teman-teman, pengaruh lingkungan yang sudah menjadi gaya hidup, dan dianjurkan oleh keluarga [24].

C. Tanggapan Responden Persepsi Manfaat (X3)

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Persepsi Manfaat (X3)

Item Pernyataan	Bobot	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah
	Penilaian	5	4	3	2	1	
X3P1	Frekuensi	30	46	20	4	0	100 100% 402
	%	30%	46%	20%	4%	0%	
	Skor	150	184	60	8	0	
X3P2	Frekuensi	30	49	15	6	0	100 100% 403
	%	30%	49%	15%	6%	0%	
	Skor	150	196	45	12	0	
X3P3	Frekuensi	25	47	24	4	0	100 100% 393
	%	25%	47%	24%	4%	0%	
	Skor	125	188	72	8	0	
X3P4	Frekuensi	30	47	18	4	1	100 100% 401
	%	30%	47%	18%	4%	1%	
	Skor	150	188	54	8	1	

X3P5	Frekuensi % Skor	24 24% 120	52 52% 208	21 21% 63	3 3% 6	0 0% 0	100 100% 397
X3P6	Frekuensi % Skor	18 18% 90	50 50% 200	28 28% 84	4 4% 8	0 0% 0	100 100% 382

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan persepsi manfaat dalam tabel 4.3, item pernyataan X3P1 memiliki persentase yang paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 46% . Pada item pernyataan X3P2 persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 49%. Pada item pernyataan X3P3 memiliki persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 47%. Pada item pernyataan X3P4 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 47%. Pada item pernyataan X3P5 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 52%. Pada item pernyataan terakhir X3P6 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 50%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan manfaat e-money Flazz BCA yang meliputi mempercepat proses transaksi, tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak, mempercepat kegiatan transaksi, tidak perlu menggunakan PIN sehingga memudahkan bertransaksi, memberikan manfaat dalam kehidupan, dan memberikan keuntungan di masa depan [25].

D. Tanggapan Responden Persepsi Risiko (X4)

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Persepsi Risiko (X4)

Item Pernyataan	Bobot	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah
	Penilaian	5	4	3	2	1	
X4P1	Frekuensi % Skor	30 30% 150	38 38% 152	21 21% 63	10 10% 20	1 1% 1	100 100% 386
X4P2	Frekuensi % Skor	28 28% 140	47 47% 188	16 16% 48	8 8% 16	1 1% 1	100 100% 393
X4P3	Frekuensi % Skor	20 20% 100	48 48% 192	24 24% 72	7 7% 14	1 1% 1	100 100% 379
X4P4	Frekuensi % Skor	22 22% 110	50 50% 200	18 18% 54	9 9% 18	1 1% 1	100 100% 383
X4P5	Frekuensi % Skor	18 18% 90	49 49% 196	24 24% 72	6 6% 12	3 3% 3	100 100% 373

X4P6	Frekuensi	20	52	19	8	1	100 100%
	%	20%	52%	19%	8%	1%	382
	Skor	100	208	57	16	1	

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil output kuesioner pada persepsi risiko dalam tabel 4.4, item pernyataan X4P1 memiliki persentase yang paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 38% . Pada item pernyataan X4P2 persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 47%. Pada item pernyataan X4P3 memiliki persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 48%. Pada item pernyataan X4P4 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 50%. Pada item pernyataan X4P5 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 49%. Pada item pernyataan terakhir X4P6 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 52%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan risiko yang terdapat pada e-money Flazz BCA yang meliputi merasa khawatir jika saldo sewaktu-waktu dapat berkurang tanpa sebab, khawatir kartu e-money Flazz BCA hilang, khawatir jika transaksi gagal, khawatir merchant-merchant yang masih terbatas, merasa khawatir karena tidak mencantumkan kata sandi, dan ketidakcukupan keamanan sistem akan menyebabkan pencurian identitas nasabah [26].

E. Tanggapan Responden Minat Menggunakan (Y)

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Minat Menggunakan (Y)

Item Pernyataan	Bobot	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Jumlah
	Penilaian	5	4	3	2	1	
Y1P1	Frekuensi	26	43	27	4	0	100
	%	26%	43%	27%	4%	0%	100%
	Skor	130	172	81	8	0	391
Y1P2	Frekuensi	25 25%	52	21	2	0	100
	%	125	52%	21%	2%	0%	100%
	Skor		208	63	4	0	400
Y1P3	Frekuensi	20	56	21	3	0	100
	%	20%	56%	21%	3%	0%	100%
	Skor	100	224	63	6	0	393
Y1P4	Frekuensi	12	58	27	3	0	100
	%	12%	58%	27%	3%	0%	100%
	Skor	60	232	81	6	0	379
Y1P5	Frekuensi	22	52	22	4	0	100
	%	22%	52%	22%	4%	0%	100%
	Skor	110	208	66	8	0	392
Y1P6	Frekuensi	19	50	29	2	0 0% 0	100
	%	19%	50%	29%	2%		100%

	Skor	95	200	87	4		386
Y1P7	Frekuensi	25	46	26	3	0	100
	%	25%	46%	26%	3%	0%	100%
	Skor	125	184	78	6	0	393

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan variabel minat menggunakan dalam tabel 4.5, item pernyataan Y1P1 memiliki persentase yang paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 43% . Pada item pernyataan Y1P2 persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 52%. Pada item pernyataan Y1P3 memiliki persentase paling besar pada opsi jawaban setuju, yaitu sebesar 56%. Pada item pernyataan Y1P4 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 58%. Pada item pernyataan Y1P5 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 52%. Pada item pernyataan Y1P6 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 50%. Pada item pernyataan terakhir Y1P7 memiliki persentase paling besar pada jawaban setuju, yaitu sebesar 46%. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan minat menggunakan e-money Flazz BCA karena terdapat banyak keuntungan, memberikan manfaat dalam kegiatan sehari-hari, penggunaan yang mudah, meminimalisir kesalahan atau kerugian, akan selalu menggunakan e-money Flazz BCA apabila didukung dengan peningkatan fasilitas, penggunaan yang praktis, dan 53 sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari [27].

F. Uji t Parsial

Tabel 4.4 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.152	1.550		2.034	.045
	X1	.305	.117	.258	2.607	.011
	X2	.250	.069	.252	3.613	.000
	X3	.522	.120	.464	4.347	.000
	X4	.001	.074	.001	.014	.989

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

1. Nilai t hitung pada variabel kepercayaan adalah 2,067 dengan tingkat signifikan 0,011. Karena nilai t hitung $2,067 > t$ tabel 1,985 dan tingkat signifikan $0,011 < probabilitas$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam minat konsumen untuk menggunakan transaksi dengan *e-money* Flazz BCA [28].
2. Nilai t hitung pada variabel pengaruh sosial adalah 3,613 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai t hitung $3,613 > t$ tabel 1,985 dan tingkat signifikan $0,000 < probabilitas$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan [29]. Pengaruh sosial menjadi faktor lain konsumen dalam menggunakan *e-money*, konsumen akan menggunakan produk *e-money* yang mereka anggap sudah menjadi gaya hidup di lingkungannya [30].
3. Nilai t hitung pada persepsi risiko adalah 0,014 dengan tingkat signifikan 0,989. Karena nilai t

hitung $0,014 < t \text{ tabel } 1,985$ dan tingkat signifikan $0,989 > \text{probabilitas } 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan [31]. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi risiko tidak menjadi salah satu pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan *e-money*, meskipun mengingat akan segala risiko yang bisa saja terjadi kepada pengguna [32].

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1499.301	4	374.825	72.752	.000 ^b
	Residual	489.449	95	5.152		
	Total	1988.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.12, dapat diketahui hasil perhitungan uji F didapat nilai F hitung sebesar $72,752 > F \text{ tabel } 2,47$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X1), pengaruh sosial (X2), persepsi manfaat (X3), dan persepsi risiko (X4) secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y) [33].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam menyelesaikan masalah yang ada bahwa minat menggunakan *e-money* Flazz BCA di Kota Tangerang secara parsial memiliki pengaruh. Pengaruh sosial secara parsial juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* Flazz BCA di Kota Tangerang. Selain itu, persepsi manfaat secara parsial juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* Flazz BCA di Kota Tangerang. Sedangkan untuk persepsi risiko secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* Flazz BCA di Kota Tangerang. Sehingga kepercayaan, pengaruh sosial, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* Flazz BCA di Kota Tangerang.

SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat menggunakan *e-money*. Oleh sebab itu diharapkan dapat mengikuti langkah-langkah yang dilakukan oleh *e-money* Flazz BCA, terutama dalam hal persepsi manfaat yang diberikan oleh *e money* Flazz BCA kepada para konsumennya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada dosen pembimbing maupun Universitas Gunadarma atas penelitian ini agar berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. Elmanda, A. E. Purba, Y. P. A. Sanjaya, and D. Julianingsih, "Efektivitas Program Magang Siswa SMK di Kota Serang Dengan Menggunakan Metode CIPP di Era Adaptasi New Normal Pandemi Covid-19," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 3, no. 1, pp. 5–15, 2022.
- [2] E. S. Pramono, D. Rudianto, F. Siboro, M. P. A. Baqi, and D. Julianingsih, "Analysis Investor Index Indonesia with Capital Asset Pricing Model (CAPM)," *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 4, no. 1, pp. 36–47, 2022.
- [3] T. Mariyanti and N. Septiani, "The Effect of Commitment to Managerial Performance Intervening Variable at the National Baznas of Riau Province," *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 4, no. 2, pp. 135–141, 2022.
- [4] K. Anarjia and J. Z. Rante, "Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku pt. bank central asia, tbk kcu cikarang," *J. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–8, 2019.
- [5] D. S. Nasution, "Perilaku Masyarakat Muslim Kota Mataram Dalam Menggunakan Fintech," *An-Nisbah J. Ekon. Syariah*, vol. 6, pp. 378–427, 2019.
- [6] G. Handiwibowo, A. Nasution, Y. Arumsari, and R. Astuti, "Strategic fit implication of technological innovation capabilities for SMEs with new product development," *Manag. Sci. Lett.*, vol. 10, no. 12, pp. 2875–2882, 2020.
- [7] S. A. Faaroek, A. S. Panjaitan, Z. Fauziah, and N. Septiani, "Design and Build Academic Website with Digital Certificate Storage Using Blockchain Technology," *IAIC Trans. Sustain. Digit. Innov.*, vol. 3, no. 2, pp. 175–184, 2022.
- [8] D. Immaniar, N. Azizah, D. Supriyanti, N. Septiani, and M. Hardini, "PoTS: Proof of Tunnel Signature for Certificate Based on Blockchain Technology," *Int. J. Cyber IT Serv. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 101–114, 2021.
- [9] D. Rifai, S. Fitri, and I. N. Ramadhan, "Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 3, no. 1, pp. 49–52, 2022.
- [10] S. Azizah, B. P. K. Bintoro, and R. D. Octavyra, "Determining Factors of Continuance Intention to Use QR Code Mobile Payment on Urban Millennials in Indonesia Empirical Study on Mobile Payment Funds," *ADI J. Recent Innov.*, vol. 3, no. 2, pp. 121–138, 2022.
- [11] A. Williams and E. Dolan, "Application of Blockchain Technology in e-LoA Technopreneurship Journal," *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 2, no. 1, pp. 98–103, 2020.
- [12] A. Hiro and K. Kei, "Examination Of Factors Affecting The Utilization Of Information Technology," *IAIC Trans. Sustain. Digit. Innov.*, vol. 2, no. 1, pp. 61–68, 2020.
- [13] S. Alfeno and D. Rifai, "Utilization of the Django Framework as a Dashboard Model Information System for Raw Material Inventory on PT Bimasakti Karyaprima," *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 1, no. 2, pp. 192–202, 2019.
- [14] A. Jaelani and W. Purwanti, "Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Bank Umum Kategori BUKU 3 Periode Tahun 2018-2020)," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 3, no. 1, pp. 30–41, 2022.
- [15] P. Edastama, S. Purnama, R. Widayanti, L. Meria, and D. Rivelino, "The Potential Blockchain Technology in Higher Education Learning Innovations in Era 4.0," *Blockchain Front. Technol.*, vol. 1, no. 01, pp. 104–113, 2021.
- [16] S. F. Wibowo, D. Rosmauli, and U. Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)," *JRMSI-Jurnal Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 6, no. 1, pp. 440–456, 2015.
- [17] N. Artina, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang," in *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN-SINTA 4*, 2021, vol. 11, no. 1, pp. 120–131.
- [18] N. Septiani, N. Lutfiani, F. P. Oganda, R. Salam, and V. T. Devana, "Blockchain Technology in

- the Public Sector by Leveraging the Triumvirate of Security,” in *2022 International Conference on Science and Technology (ICOSTECH)*, 2022, pp. 1–5.
- [19] A. B. Pratama and I. D. G. D. Suputra, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik,” *E-jurnal Akunt.*, vol. 27, no. 2, pp. 927–953, 2019.
- [20] E. K. Jenkins, A. Slemon, K. O’Flynn-Magee, and J. Mahy, “Exploring the implications of a self-care assignment to foster undergraduate nursing student mental health: Findings from a survey research study,” *Nurse Educ. Today*, vol. 81, pp. 13–18, 2019.
- [21] L. Nur, “PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERKAIT UANG ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk).” Universitas Pendidikan Ganesha, 2020.
- [22] Q. Aini, N. Lutfiani, and M. S. Zahran, “Analisis Gamifikasi iLearning Berbasis Teknologi Blockchain,” *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 2, no. 1, pp. 79–85, 2021.
- [23] G. Maulani, G. Gunawan, L. Leli, E. A. Nabila, and W. Y. Sari, “Digital Certificate Authority with Blockchain Cybersecurity in Education,” *Int. J. Cyber IT Serv. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 136–150, 2021.
- [24] D. Julianingsih, A. G. Prawiyogi, E. Dolan, and D. Apriani, “Utilization of Gadget Technology as a Learning Media,” *IAIC Trans. Sustain. Digit. Innov.*, vol. 3, no. 1, pp. 43–45, 2021.
- [25] R. Hardjosubroto, U. Raharja, N. Anggraini, and W. Yestina, “PENGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN DISABILITAS MELALUI PRODUK UMKM DI ERA 4.0,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [26] L. Tan, H. Xiao, K. Yu, M. Aloqaily, and Y. Jararweh, “A blockchain-empowered crowdsourcing system for 5g-enabled smart cities,” *Comput. Stand. Interfaces*, vol. 76, p. 103517, 2021.
- [27] Q. Aini, S. Riza Bob, N. P. L. Santoso, A. Faturahman, and U. Rahardja, “Digitalization of Smart Student Assessment Quality in Era 4.0,” *Int. J. Adv. Trends Comput. Sci. Eng.*, vol. 9, no. 1.2, pp. 257–265, Apr. 2020, doi: 10.30534/ijatcse/2020/3891.22020.
- [28] F. Agustin, S. Syafnidawati, N. P. Lestari Santoso, and O. G. Amrikhasanah, “Blockchain-based Decentralized Distribution Management in E-Journals,” *Aptisi Trans. Manag.*, vol. 4, no. 2, pp. 107–113, 2020.
- [29] S. J. Sibuea, D. Oktavianthy, and A. E. Rangkuti, “Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi ovo,” *Pros. Konf. Nas. Soc. Eng. Polmed*, vol. 2, no. 1, pp. 635–645, 2021.
- [30] F. Agustin, F. P. Oganda, N. Lutfiani, and E. P. Harahap, “Manajemen Pembelajaran Daring Menggunakan Education Smart Courses,” *Technomedia J.*, vol. 5, no. 1 Agustus, pp. 40–53, 2020.
- [31] N. L. P. G. S. Kusuma, P. E. T. Dewi, and N. P. R. K. Sari, “Regulation of Copyright Certificate as a Material Guarantee and Bankrupt Estate/Beodel in Indonesia,” *ADI J. Recent Innov.*, vol. 2, no. 2, pp. 290–303, 2020.
- [32] U. Rahardja, A. N. Hidayanto, P. O. H. Putra, and M. Hardini, “Immutable Ubiquitous Digital Certificate Authentication Using Blockchain Protocol,” *J. Appl. Res. Technol.*, vol. 19, no. 4, pp. 308–321, 2021.