

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Pengertian *E-Payment*

*Bank for International Settlement* (BIS,) mendefinisikan *e-money* sebagai produk nilai tersimpan atau kartu prabayar di mana beberapa nilai moneter disimpan secara elektronik dalam perangkat elektronik. Nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau dengan mendebet rekeningnya di bank untuk disimpan dalam peralatan elektroniknya. Dengan peralatan ini pemilik dapat melakukan pembayaran atau menerima pembayaran, dimana nilainya akan berkurang saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau meningkat jika menerima pembayaran atau saat diisi ulang. Pengertian *e-money* lebih terfokus pada jenis kartu prabayar yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multi purpose*) daripada pada satu kartu prabayar yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon seperti yang berlaku di Indonesia.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, “Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu oleh pemegangnya kepada penerbit.” Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik

tersebut. Nilai uang elektronik yang disimpan oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur tentang perbankan.

#### **a. Kelebihan dan Manfaat Uang Elektronik**

Ada beberapa keuntungan atau kelebihan menggunakan *e-money* dibandingkan dengan alat pembayaran tunai atau non tunai lainnya, antara lain:

- 1) Lebih cepat dan lebih nyaman daripada uang tunai, terutama untuk transaksi bernilai kecil (pembayaran mikro), karena pelanggan tidak perlu menyediakan jumlah uang yang pasti untuk transaksi atau harus menyimpan uang receh.
- 2) Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan dengan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak memerlukan proses otorisasi online, tanda tangan atau PIN. Selain itu, dengan transaksi *off-line*, biaya komunikasi dapat ditekan.
- 3) Nilai elektronik dapat diisi ulang ke dalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit.

Adapun beberapa kelebihan dan manfaat dari penggunaan uang elektronik dalam transaksi pembayaran ((Inayah, 2020):

- 1) Mudah dan praktis

Dengan penggunaan uang elektronik konsumen tidak direpotkan dengan membawa banyak uang tunai. Konsumen cukup membawa kartu yang berisi uang elektronik ataupun cukup dengan membawa *smartphone*.

2) Mencegah peredaran uang palsu

Keberadaan uang elektronik akan mendorong munculnya *cashless society*. Dengan menggunakan alat pembayaran non-tunai peredaran uang palsu dapat ditekan karena semakin berkurangnya transaksi dengan menggunakan uang tunai.

3) Mencegah terjadinya tindakan kejahatan

Karena nilai uang elektronik disimpan dalam media kecil dan praktis seperti kartu atau dalam bentuk aplikasi di smartphone, konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, risiko kejahatan seperti perampokan dan pencurian dapat terjadi. Tidak lagi menerima uang kembalian berupa barang maupun uang receh.

4) Memperoleh diskon special

Beberapa pedagang (*merchant*) memberikan potongan harga atau diskon jika konsumen melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik.

5) Mudah dalam melakukan *top-up* atau isi ulang saldo uang elektronik

Jika nilai dari uang elektronik itu habis pengguna dapat melakukan isi ulang dengan mudah di minimarket ataupun secara *online* melalui platform-platform yang telah ditentukan.

6) Lebih ramah lingkungan

Adanya uang elektronik telah mengurangi penggunaan kertas untuk mencetak uang tunai. Mengurangi penggunaan kertas secara tidak langsung akan mengurangi penebangan pohon.

7) Transaksi menjadi lebih cepat dan hemat waktu

Dengan bertransaksi menggunakan uang elektronik masyarakat tidak perlu antri di ATM untuk mengambil uang tunai atau menunggu uang kembalian dari pedagang sehingga transaksi lebih cepat dan dapat menghemat waktu.

8) Uang elektronik dapat digunakan oleh semua orang

Uang elektronik dapat digunakan oleh siapapun bahkan orang yang tidak memiliki rekening di bank sekalipun (*unbankable*) hal ini dikarenakan penggunaan uang elektronik tidak seperti kartu kredit ataupun kartu debit yang mengharuskan nasabah membuat rekening dan menyetorkan saldo awalnya.

**b. Jenis Uang Elektronik**

Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegangnya pada penerbit uang elektronik dibedakan menjadi :

- 1) Uang Elektronik yang nilainya tercatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit dan juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegangnya. Sistem pencatatan ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu dan memungkinkan transaksi dilakukan secara *offline*. Contoh uang jenis ini seperti *TapCash* BNI, *Flash* BCA, *Brizzi* BRI.
- 2) Uang elektronik yang nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Dalam hal ini pemegang diberi akses oleh penerbit terhadap pengguna nilai uang elektronik tersebut.

Sistem pencatatan ini terjadi pada uang elektronik berbasis server dimana nilai uang elektronik yang terekam pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit akan berkurang secara langsung dan hanya dapat dilakukan secara *online*. Contohnya uang jenis seperti T-Cash, dompetku, GoPay, DOKU, link Aja.

### **2.1.2. Persepsi Keamanan**

#### **a. Pengertian persepsi keamanan**

*Perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kegunaan, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan kinerja mereka di tempat kerja. (Priambodo & Prabawani, 2016). Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Pada dasarnya keamanan sistem informasi yang ada saat ini telah banyak dibangun oleh kalangan analis dan programmer, namun pada akhirnya ditinggalkan oleh para pengguna karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga sistem yang digunakan sulit untuk dijalankan. menggunakan atau kurang *user friendly* bagi pengguna sehingga keamanan sistem informasi yang dibangun tidak terjamin. Walaupun begitu sistem informasi telah memberikan kesempatan bagi perbankan untuk mengembangkan layanan berbasis internet salah satunya ialah uang elektronik. Menurut Ahmad dan Pambudi (2014) Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem itu berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut kurang bermanfaat maka ia tidak akan menggunakannya.

Keamanan di dalam *e-commerce* merupakan masalah kendali utama bagi perusahaan yang menjalankannya. Sangat penting bahwa data-data yang berkaitan dengan *e-commerce* seperti data pembeli dan penjual dijaga kerahasiaannya sewaktu ditransmisi secara elektronik. Data yang ditransmisi juga harus terlindungi dari kemungkinan diubah atau dimodifikasi oleh orang lain selain pengirim (Raman & A, 2011), keamanan secara umum dapat diartikan sebagai keadaan bebas dari bahaya. Pengertian ini sangat luas dan meliputi rasa terlindungi seseorang dari kejahatan baik disengaja maupun tidak disengaja seperti bencana alam.

Sedangkan ancaman keamanan didefinisikan sebagai situasi, kondisi, atau kejadian yang berpotensi merusak data atau jaringan, yang dapat berupa perusakan, kebocoran, perubahan, dan penyalahgunaan data. Sedangkan menurut (Raman & A, 2011) konsep keamanan mengacu pada kemampuan untuk melindungi dari potensi ancaman. Namun, dalam lingkungan *online*, keamanan didefinisikan sebagai kemampuan situs web perusahaan *online* untuk melindungi informasi konsumen dan data transaksi keuangan mereka agar tidak dicuri selama hubungan di antara mereka. Sementara itu, kontrol keamanan yang dirasakan

menggambarkan sejauh mana situs *e-commerce* dianggap aman dan mampu melindungi informasi lain dari potensi ancaman.

Menurut Jebran dan Dipankar dalam (Rahmatika & Fajar, 2019) mengidentifikasi bahwa risiko keamanan, privasi dan keselamatan terjadi yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kegiatan perbankan secara umum. Keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi saat menggunakan *e-money* untuk bertransaksi. Keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi informasi.

#### **b. Keamanan dalam *e-commerce***

Sebagai sistem transaksi pemasaran yang baru, kegiatan belanja online melibatkan lebih ketidakpastian dan resiko dari yang tradisional. Dua alasan penting mengapa pelanggan tidak membeli produk atau jasa di internet adalah keamanan belanja *online* dan privasi informasi pribadi. (Raman & A, 2011) menyatakan bahwa privasi di internet harus menjadi perhatian antara pembeli dan penjual, karena kebanyakan konsumen hanya bersedia untuk mempercayai situs yang mengungkapkan informasi pribadi. Menurut (Raman & A, 2011) kejahatan dalam media internet berjumlah sangat besar serta memiliki bentuk yang beragam karena beberapa alasan. Pertama, identitas individu, atau organisasi di dunia internet mudah dipalsukan, tetapi sulit dibuktikan secara hukum. Kedua, tidak membutuhkan sumber daya ekonomi yang besar untuk melakukan kejahatan di internet. Ketiga, internet memberikan akses yang luas kepada pengguna yang berpotensi menjadi korban. Untuk keempat kejahatan di internet tersebut tidak

diketahui identitas pelakunya dan secara hukum sulit untuk menangkap pelakunya. Keamanan akan digambarkan secara subjektif sebagai kemungkinan bahwa konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat, dan bergerak tanpa persetujuan. Menurut (Raman & A, 2011) keamanan konsumen dalam *e-commerce* dapat diatasi dengan menggunakan teknologi proteksi. Keamanan dalam operasi mencakup kebijakan dan prosedur yang digunakan untuk mengatur dan mengelola sistem keamanan, dan juga termasuk prosedur pasca-serangan. Manajemen keamanan dapat dilihat dari sisi manajemen risiko..

### **c. Indikator Keamanan**

Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman. Menurut (Priambodo & Prabawani, 2016) guna membentuk konstruk persepsi manfaat menggunakan 6 buah item yaitu:

- 1) *Work more quickly*
- 2) *Job performance*
- 3) *Increase Productivity*
- 4) *Effectiveness*
- 5) *Makes Job easier*
- 6) *Usefull*

Indikator keamanan meliputi dua hal (Raman & A, 2011), yaitu :

- 1) Jaminan Keamanan Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi

data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen, konsumen akan bersedia mengungkapkan informasi pribadinya dan akan membeli dengan rasa aman.

- 2) Kerahasiaan data sangat penting. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi tersebut. Untuk itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga

Tingkat keamanan diukur dengan indikator:

- a) Tidak khawatir memberikan informasi
- b) Kepercayaan bahwa informasi dilindungi
- c) Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

Adapun indikator keamanan menurut (Furi et al., 2020) sebagai berikut:

- 1) Terjaminnya transaksi di situs belanja *online* Lazada.co.id, setiap konsumen yang membeli konsumen yang belanja maka akan diberi akun tersendiri. Nantinya konsumen mentransfer nominal pembayaran kesepakatan. Ketika transaksi selesai dilakukan, maka secara otomatis di Lazada.co.id sudah terkonfirmasi.
- 2) Kemudahan Transaksi Salahsatu keunggulan dalam *e-commerce* adalah kemudahan dalam bertransaksi. Umumnya pembayaran melalui transfer ATM, jadi bisa dilakukan setiap waktu, tergantung ketersediaan waktu pembeli.
- 3) Bukti Transaksi Bukti transaksi nantinya akan di kirimkan pihak Lazada melalui sms, yaitu berupa nomor resi pengiriman. Dengan resi pengiriman tersebut, konsumen dapat memantau perjalanan barang yang dikirimkan.

- 4) Citra Penjual *Online* Citra penjual *online* merupakan hasil dari proses evaluasi yang dilakukan oleh konsumen toko *online* serta segala aktivitas dan produk yang ditawarkannya. Hasil evaluasi tersebut kemudian disimpan dalam memori dan diubah menjadi persepsi. Ketika nama toko *online* disebutkan atau muncul dalam ingatan konsumen, saat itulah citra positif atau negatif dari toko *online* yang telah tertanam muncul kembali.
- 5) Kualitas Produk Kualitas produk didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk yang diukur terhadap kebutuhan pelanggan. Kualitas produk didasarkan pada keinginan konsumen. Sehingga kualitas produk dalam kegiatan proses produksi harus dikontrol sedemikian rupa agar produk yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh pelanggan.

Faktor keamanan dapat diartikan dengan sampai dimana konsumen akan yakin jika penyedia layanan tersebut dapat menyanggupi kepercayaan dari pengguna dan penyedia layanan tersebut diharapkan tidak melakukan suatu hal yang dirasa tidak pantas (Manfaat et al., 2020). Keamanan terhadap persepsi konsumen pada *e-payment* dapat diukur melalui indikator berikut:

- 1) Peduli dengan keamanan saat menggunakan *e-payment*
- 2) Keamanan memiliki pengaruh penting saat menggunakan *e-payment*.

### **2.1.3. Kemudahan Transaksi**

#### **a. Pengertian kemudahan transaksi**

Kemudahan penggunaan dapat diartikan dengan sudah sampai manakah pengguna atau konsumen untuk meyakini apabila menggunakan suatu sistem atau layanan tertentu tidak menyulitkan (Davis dalam QULUB, 2019)

Menurut Jogiyanto (2011) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan membuat orang bebas dari usaha. Jadi, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Di sisi lain, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi tidak mudah digunakan, dia tidak akan menggunakannya.

Kusuma dan Susilowati (2007) mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Persepsi kenyamanan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit pengguna, tetapi untuk memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. (Hadi dan Novi 2015). seseorang akan merasa bahwa ia tidak memerlukan banyak usaha saat menggunakan sistem atau dengan kata lain sistem tersebut mudah dioperasikan. Menurut Amijaya (2010, p.49) kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi

seseorang terhadap kemudahan menggunakan sistem maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu di mana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan terbebas dari usah (Wildan, 2019). Kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang di mana dalam penggunaan suatu teknologi dapat digunakan dan dipahami (Elsa Silaen, 2019). Menurut Amijaya kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi (Genady, 2019).

Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Firdauzi Indrawan, 2016). Jadi jika seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Jadi variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem tidak dibuat untuk mempersulit pengguna, melainkan suatu sistem dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi pengguna.

Dengan demikian, seseorang yang menggunakan sistem tertentu akan lebih mudah bekerja jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa persepsi kenyamanan memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan teknologi, termasuk penelitian yang dilakukan oleh (Firdauzi Indrawan, 2016). Kemudahan juga

diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Firdauzi Indrawan, 2016).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa system informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Dari penjelasan di atas, kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan tentang tingkat kesulitan yang diperoleh dalam suatu hal. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Di sisi lain, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan, maka dia tidak akan menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan dibangun oleh beberapa unsur yaitu (Inayah, 2020):

1) Mudah dipelajari (*easy of learn*)

Penggunaan sebuah teknologi mudah untuk dipelajari. Dalam penelitian ini maksudnya adalah bahwa cara penggunaan uang elektronik mudah untuk dipelajari.

2) Mudah untuk menjadi mahir/ terampil (*easy to become skillful*)

Karena penggunaan teknologi mudah untuk dipelajari maka dapat membuat seseorang menjadi terampil dalam menggunakannya dan tidak mengalami kebingungan dalam penggunaannya. Hal tersebut mengandung maksud bahwa

karena penggunaan uang elektronik mudah dipelajari maka pengguna dapat dengan mahir menggunakannya dan tidak bingung dalam penggunaannya.

3) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

Cara penggunaan sebuah teknologi dalam hal ini uang elektronik jelas dan dapat dengan mudah dipahami. Fitur yang tersedia jelas penggunaannya dan tidak bertele-tele.

4) Mudah untuk digunakan (*easy to use*)

Sebuah teknologi dalam hal ini uang elektronik mudah untuk digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran.

5) Fleksibel (*flexible*)

Sebuah teknologi (uang elektronik) fleksibel untuk digunakan. Artinya dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.

6) Dapat dikontrol (*controllable*)

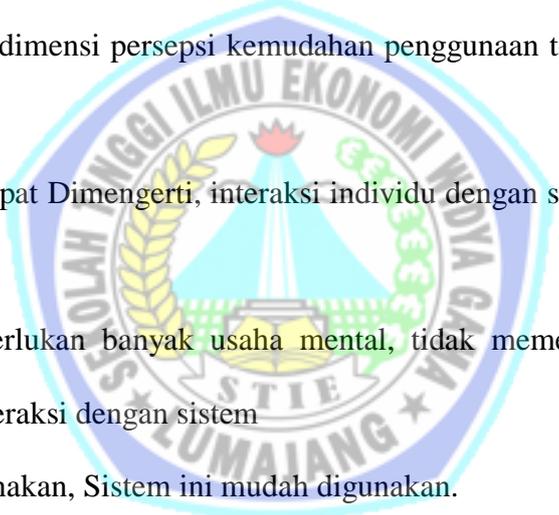
Penggunaan sebuah teknologi dapat dikontrol dan jarang melakukan kesalahan dalam penggunaannya

Kusuma dan Susilowati (2007 dalam (Inayah, 2020)) mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit penggunanya, tetapi untuk memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya (Hadi dan Novi 2015, dalam (Inayah, 2020)).

seseorang akan merasa bahwa ia tidak memerlukan banyak usaha saat menggunakan sistem atau dengan kata lain sistem tersebut mudah dioperasikan. Menurut Amijaya, kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan menggunakan sistem maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Dari beberapa definisi diatas, kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang dapat dengan mudah menyelesaikan suatu pekerjaannya karena memanfaatkan suatu sistem atau teknologi. Menurut Irmadhani *et al* (2012 dalam (Inayah, 2020)) dimensi persepsi kemudahan penggunaan terbagi menjadi seperti berikut :

- 
- a) Jelas dan Dapat Dimengerti, interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dipahami.
  - b) Tidak memerlukan banyak usaha mental, tidak memerlukan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem
  - c) Mudah digunakan, Sistem ini mudah digunakan.
  - d) Mudah membuat sistem melakukan apa yang diinginkan, Mudah mengoperasikan sistem sesuai keinginan individu.

#### **2.1.4. Minat Penggunaan**

##### **a. Pengertian Minat**

Minat adalah perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada pilihan tertentu. Slameto mengatakan bahwa minat adalah rasa lebih suka dan rasa terkait dengan suatu hal atau kegiatan, tanpa bersifat menyeluruh.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungannya, semakin besar minatnya (Sari, 2019). Menurut (Sari, 2019) menyatakan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku tersebut.

Menurut Kotler, minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul minat untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. (Kotler dan Keller, 2016). Menurut (Sari, 2019) Minat adalah keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subjektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dan beberapa tindakan. Menurut Crow and Crow dalam (Sari, 2019) minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan orang, benda, dan kegiatan tertentu.

#### **b. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau

rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Faktor-faktor yang menimbulkan Minat dapat digolongkan sebagai berikut (Firdauzi Indrawan, 2016):

1) Faktor kebutuhan dari dalam.

Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan fisik dan psikis.

2) Faktor motif sosial,

Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana berada.

3) Faktor emosional.

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam memperhatikan suatu kegiatan atau objek tertentu.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggali informasi dari beberapa jurnal yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis untuk mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang konsep yang berkaitan dengan judul yang digunakan penulis, telah ini juga berguna untuk mendukung dan dijadikan sebagai rujukan oleh penulis. Penelitain sebelumnya yang terkait dengan variabel

Persepsi Keamanan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Penggunaan adalah sebagai berikut:

a. Zainul Hasan Qutbi (2016) dengan judul pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan dan privasi kecukupan informasi dan kesenangan bertransaksi terhadap keputusan menggunakan *e- money* pada bus trans Jogja. zTujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *e-money* menggunakan regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan pada bus Trans Jogja dengan menggunakan metode survey. Penelitian ini diperoleh sebanyak 96 responden yang menggunakan uang. Penelitian ini menggunakan software SPSS 19 untuk menguji data penelitian. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat, kecukupan informasi dan kesenangan dalam bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Hanya variabel keamanan dan privasi yang tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dunia usaha perbankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-money*.

b. Ika Sari (2016) dengan judul Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui: 1) pengaruh kenyamanan, manfaat penggunaan teknologi, fitur layanan, dan keamanan terhadap sikap penggunaan dalam menggunakan *e-money*, 2) pengaruh

kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan teknologi, layanan fitur, dan keamanan minat penggunaan uang elektronik, 3) sikap penggunaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan teknologi, fitur layanan, dan keamanan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui (semua orang yang menggunakan *e-money* di Bank BCA Syariah Semarang). Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel adalah dengan purposive sampling. Jumlah sampel yang dikumpulkan adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel manfaat penggunaan dan sikap penggunaan berpengaruh langsung terhadap minat penggunaan uang elektronik, dan variabel sikap penggunaan memediasi variabel manfaat penggunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh manfaat penggunaan, dan sikap penggunaan.

- c. Priambodo S dan Prabawani B (2016) pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik bagi pengguna uang elektronik di kota Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research.

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan cara convenience sampling dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dilakukan secara kuantitatif yang terdiri dari evaluasi outer model dan inner model menggunakan software SmartPLS 2.0 M3. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, dan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini kepada penerbit uang elektronik adalah meningkatkan minat menggunakan uang elektronik dengan meningkatkan manfaat dan kemudahan penggunaan uang elektronik melalui kerjasama dengan berbagai pedagang. Penerbit uang elektronik harus meningkatkan kualitas dan keamanan uang elektronik guna mengurangi tingkat risiko penggunaan uang elektronik.

- d. Andrean Septa Yogananda (2017) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik. Pengambilan sampel sebanyak 120 responden dengan teknik non-probability sampling dalam memilih responden yang merupakan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro tahun ajaran 2016/2017. Metode analisis data yang

digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana analisisnya meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasifikasi, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan.

- e. Penelitian Rizky Muhammad Ibrahim<sup>1</sup> dan Nadya Novandriani Karina Moeliono. E-ISSN: 2598-635X, P-ISSN: 2614-7696 Republic of Indonesia No 30/E/KPT/2019 [http: jim.unsyiah.ac.id/ekm](http://jim.unsyiah.ac.id/ekm) dengan judul Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung). Bertujuan untuk mengetahui bagaimana Benefit, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security dan pengaruhnya terhadap persepsi konsumen My Pertamina di Bandung. Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kausalitas dan kuantitatif dan penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna My Pertamina yang berdomisili di Bandung sebanyak 100 responden dengan cara kuesioner online google form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling yang meliputi purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f), dapat disimpulkan bahwa variabel Benefit (X1), Trust (X2), Self-Efficacy (X3), Ease of Use (X4), dan Security (X5) berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap

My Pertamina. Selanjutnya melihat hasil uji parsial (uji t), variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap My Pertamina. Berdasarkan koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh semua variabel adalah 80,2%.

- f. Ratnadi, Ni Made Dwi Widanaputra, Anak Agung Gde Putu (2019) Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, Vol. 14, dengan judul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Norma Subyektif pada Minat Berperilaku Penggunaan E-Billing. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris perilaku wajib pajak orang pribadi dalam penggunaan *e-billing*. Penelitian ini dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Provinsi Bali. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Sampel ditentukan dengan metode nonprobability sampling dengan teknik convenience sampling. Jumlah responden yang dianalisis sebanyak 160 orang. Teknik analisis data menggunakan structural equation modeling (SEM) berbasis varians dengan proses perhitungan dibantu dengan penerapan partial least squares (PLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap perilaku, kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan *e-billing*, dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan. Sikap perilaku dan norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat wajib pajak orang pribadi untuk menggunakan sistem *e-billing* dalam membayar pajaknya.

- g. Hinati Hibatillah (2019) dengan judul Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta.

Penelitian ini menganalisis pengaruh sosial, kenyamanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah pada masyarakat DKI Jakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah data primer yang berasal dari sampel yaitu masyarakat di Provinsi DKI Jakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel pengaruh sosial, kenyamanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah pada masyarakat DKI Jakarta dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh individu terhadap variabel pengaruh sosial yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,199 dan tidak terdapat pengaruh parsial variabel keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah yang telah dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,145. Sedangkan pada variabel kenyamanan terdapat pengaruh parsial terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,004 dan pada variabel kepercayaan terdapat pengaruh parsial terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah dengan nilai signifikansi 0,032 . Pada uji determinasi, variabel pengaruh sosial, kenyamanan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh

terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah dengan tingkat korelasi yang kuat dibuktikan dengan nilai R Square sebesar 0,608.

- h. Furi, Ratna Hidayati, Nur Asiyah, Siti (2020) dalam jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma dengan judul Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli *Online* pada Situs Jual Beli Shopee. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli *Online* pada Situs Jual Beli Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Malang yang melakukan pembelian di situs belanja Shopee dimana sampel diambil dari 96 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hipotesis dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kenyamanan, keandalan dan pengalaman berbelanja secara simultan mempengaruhi minat berbelanja. Variabel keamanan, kenyamanan, keandalan dan pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja.

- i. Romadhotul Inayah, (2020) dengan Judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan promosi terhadap minat menggunakan uang elektronik pada masyarakat Kota Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian ini

diperoleh dari data primer berupa kuesioner. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik cluster sampling dengan jumlah responden sebanyak 105 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada masyarakat di Purwokerto, baik secara individu maupun bersama-sama.

- j. Prasetya Hendra dan Putra Scenda Erka (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan *E-Money* Di Surabaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi yang ada pada masyarakat Surabaya terhadap minat menggunakan uang elektronik. Ada tiga variabel bebas yang diteliti, yaitu persepsi kenyamanan, manfaat dan risiko. Variabel terikat adalah minat menggunakan. Populasinya adalah masyarakat Surabaya yang mengenal uang elektronik. Teknik pengambilan sampel adalah purposive dengan kriteria berusia minimal 18 tahun dan menggunakan uang elektronik. Jumlah sampel yang diolah sebanyak 94 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasilnya persepsi kemudahan dan manfaat secara parsial berpengaruh signifikan dan positif, sedangkan risiko berpengaruh signifikan dan negatif. Jadi minat masyarakat Surabaya dalam menggunakan uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi positif tentang kemudahan dan manfaat sedangkan risiko berpengaruh negatif.

Implikasinya, penerbit uang elektronik harus terus melakukan inovasi uang elektronik dengan memperbanyak atau menambah fitur layanan pada smartphone dan mempermudah operasionalnya serta membuka lebih banyak tempat pengisian saldo uang elektronik. Pemahaman masyarakat tentang uang elektronik perlu lebih ditingkatkan

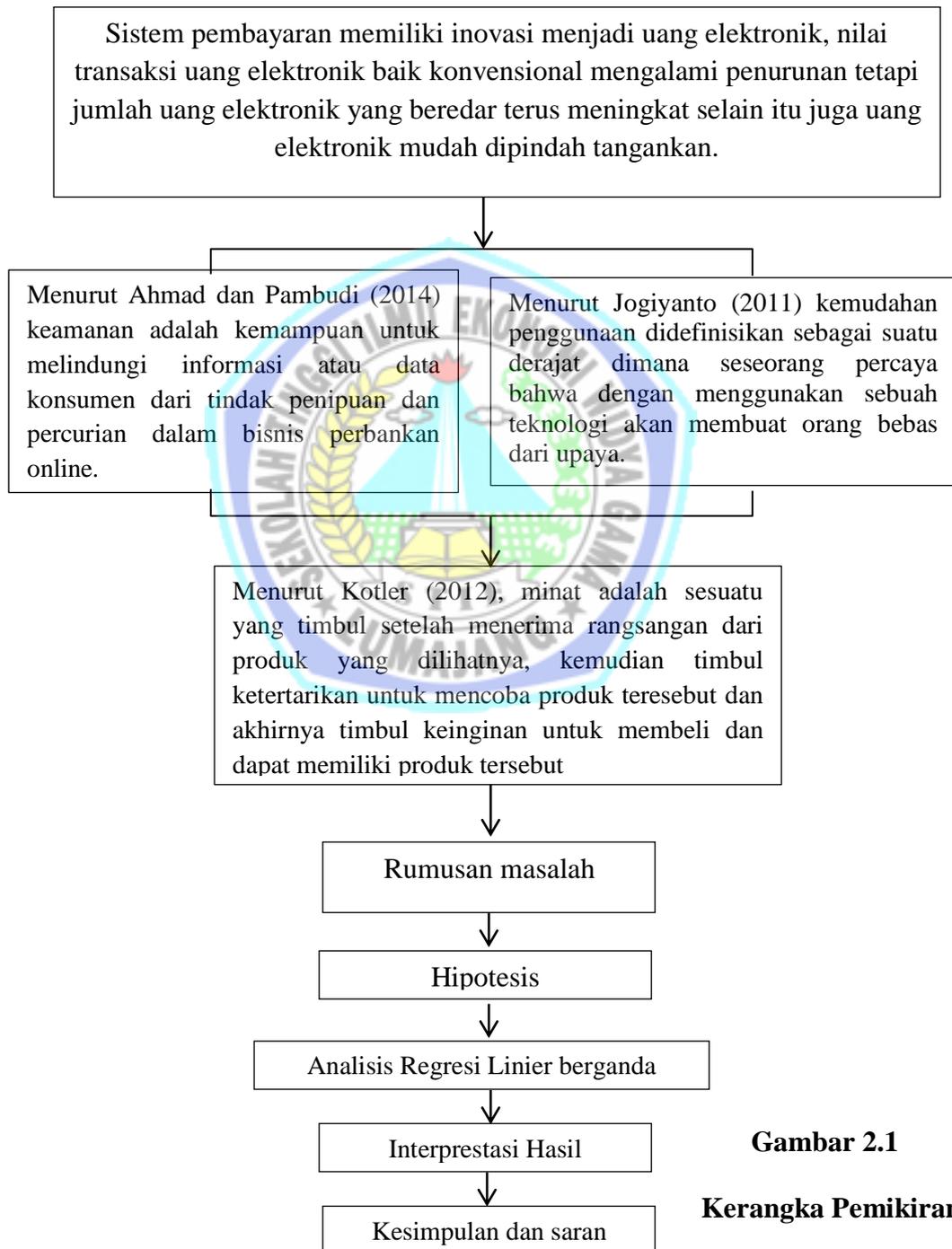
Tabel 2.1  
Temuan Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian
1	RizkyMuhammad Ibrahim1 dan Nadya Novandriani Karina Moeliono. E-ISSN: 2598-635X, P-ISSN: 2614-7696 Republic of Indonesia No 30/E/KPT/2019 http: jim.unsyiah.ac.id/ekm	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung).	Regresi linier berganda dengan alat uji t dan uji F
2	Priambodo S dan Prabawani B (2016)	pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota semarang).	SmartPLS 2.0
3	Furi, Ratna Hidayati, Nur Asiyah, Siti (2020)	Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee	Regresi liniier berganda
4	Ratnadi, Ni Made Dwi Widanaputra, Anak Agung Gde Putu (2019) Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, Vol. 14	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Norma Subyektif pada Minat Berperilaku Penggunaan E-Billing.	Teknik analisis data menggunakan structural equation modeling (SEM) berbasis variance dengan proses perhitungan dibantu aplikasi partial least square (PLS).

5	Andrean Septa Yogananda (2017)	judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Kepercayaan dan Risiko terhadap Menggunakan Uang Elektronik	Persepsi Persepsi Penggunaan, dan Persepsi Minat untuk Instrumen	Regresili berganda	linier
6	Zainul Hasan Qutbi (2016)	pengaruh manfaat, privasi dan kesenangan bertransaksi terhadap menggunakan <i>e- money</i> pada bus trans Jogja	kemudahan, keamanan dan kecukupan informasi keputusan	Regresili berganda	linier
7	Ika Sari (2016)	Pengaruh Manfaat Teknologi, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Menggunakan E-Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening	Kemudahan, Penggunaan	Teknik analisis data yang digunakan adalah path analisis	
8	Romadhotul Inayah, (2020)	Pengaruh Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat.	Persepsi Penggunaan, Dan Minat	Regresili berganda	linier
9	Hinati Hibatillah (2019)	Pengaruh Sosial, Kepercayaan Terhadap Menggunakan Elektronik Syariah Masyarakat DKI Jakarta	Kemudahan, Keamanan Minat Menggunakan Uang	Metode analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 25	
10	Prasetya Hendra dan Putra Scenda Erka (2020)	Pengaruh Kemudahan, Risiko Pada Penggunaan <i>E-Money</i> Surabaya	Persepsi Manfaat Dan Minat Di	Metode analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS	

### 2.3. Kerangka Pemikiran

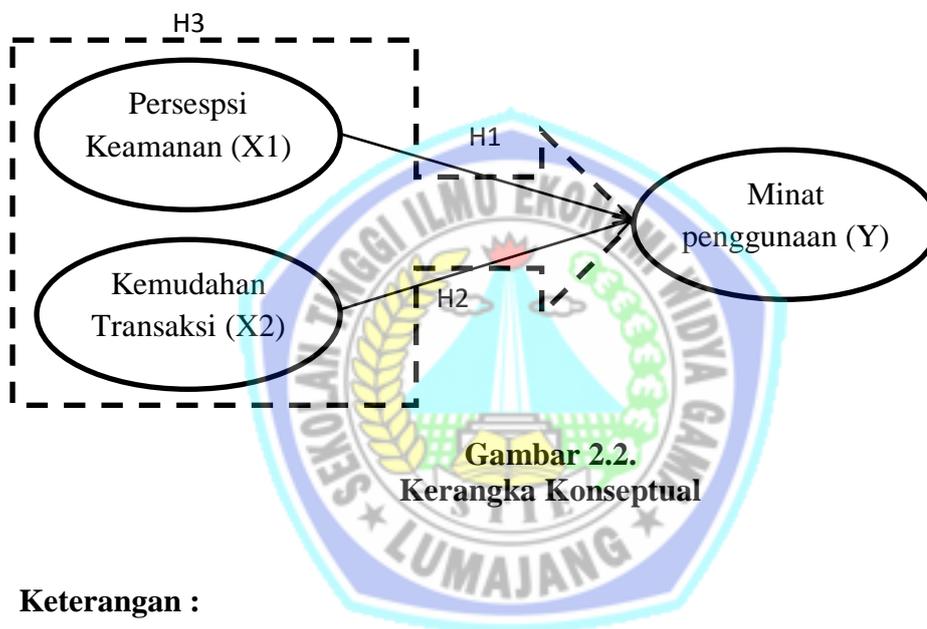
Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam gambar 2.1. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah merupakan formulasi atau simplikasi dari kerangka teori atau teori-teori yang mendukung penelitian tersebut. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir (Sugiono, 2019)



**Gambar 2.2.**  
Kerangka Konseptual

### Keterangan :

- Individu (parsial)
- ⇨ Bersama-sama (Simultan)

Kerangka konseptual menunjukkan bahwa Hipotesa pertama (H1) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hipotesa kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hipotesa Ketiga (H3) menunjukkan bahwa variabel

persepsi keamanan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik.

## 2.5. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiono, 2012). Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

a. Persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik

Menurut Lee (2009 dalam (Hinati, 2019)) keamanan merupakan faktor penting dalam layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan diri nasabah untuk terus menggunakannya. variabel keamanan merupakan faktor penting dalam memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan kembali layanan perbankan termasuk uang elektronik. semakin tinggi tingkat keamanan yang di berikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah, maka akan semakin menguatkan tidak hanya minat tapi juga menggunakan kembali layanan yang diberikan.

Hasil penelitian Inayah (2020) bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada masyarakat di Purwokerto, baik secara parsial maupun simultan.

**H1 : Diduga persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik Di SPBU Coco 5161141 Gresik Jawa Timur.**

b. Kemudahan transaksi berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Menurut Jogiyanto (2007, hal.115) kenyamanan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha. Menurut Priambodo dan Prabawadi (2016) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indriastuti dan Wicaksono, 2014) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Semakin tinggi kemudahan penggunaan dan semakin mudah dipahami, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Adiyanti, 2015) menemukan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

**H2 : Diduga kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik Di SPBU Coco 5161141 Gresik Jawa Timur.**

- c. Persepsi keamanan dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat, termasuk penelitian yang dilakukan oleh Arsita (2015). Sedangkan penelitian yang menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat meliputi penelitian yang dilakukan oleh Setyo, Dede dan Usep (2009). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk (2015) yang menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kenyamanan serta persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

**H3 : Diduga persepsi keamanan dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik Di SPBU Coco 5161141 Gresik Jawa Timur.**