

**PERAN GENDER DALAM MEMODERASI PENGARUH KEAMANAN TERHADAP
MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN *E-MONEY* DI YOGYAKARTA**

Elisa Ratna Kumalasari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Algifari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

email: fari.algi@gmail.com

ABSTRACT

The aims of this study is to analyze the role gender to moderate in effect of security on interest using e-money in transactions by the millennial generation. This research was conducted in the province of DIY and respondents' perceptions of the ease and security using e-money for transacting were obtained from questionnaires was distributed in the period from October 4, 2021 to October 31, 2021. This study has involved 102 respondents and data was processed using SPSS to obtain the Macro Hayes model. This study obtained empirical evidence that the perceptions of ease and security have a positive effect on interest of the millennial generation using e-money in the province of DIY. However, this research found no evidence that gender have moderating effect to perceptions security on interest by the millennial generation in using e-money.

Keywords: *Perception of Ease, Perception of Security, Interests, Millennial Generation, Macro Hayes Model.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji perang gender memoderasi pengaruh keamanan terhadap minat generasi milenial melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Penelitian ini dilakukan di provinsi DIY dan persepsi responden tentang kemudahan dan keamanan bertransaksi menggunakan *e-money* diperoleh dari kuesioner yang disebar dalam rentang waktu tanggal 4 Oktober 2021 hingga 31 Oktober 2021. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 102 orang dan data penelitian diolah dengan SPSS untuk memperoleh model *Macro Hayes*. Penelitian ini memperoleh bukti empiris bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY menggunakan *e-money* melakukan transaksi. Sedangkan jenis kelamin responden tidak ditemukan bukti memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e-money*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Minat, Generasi Milenial, Model *Macro Hayes*.

JEL: O14, O33

Diterima	: 11 November 2024
Ditinjau	: 13 November 2024
Dipublikasikan	: 30 November 2024

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya sistem pembayaran dalam transaksi terdiri dari dua jenis, yaitu secara tunai atau non tunai. Semakin maju sistem teknologi yang digunakan untuk bertransaksi mampu menggantikan peran uang tunai yang sebelumnya menjadi alat pembayaran sehari-hari kepada non tunai. Sistem pembayaran non tunai ini dianggap lebih efektif, aman, dan fleksibel dalam penggunaannya. Oleh karena itu, Bank Indonesia berharap dengan meningkatnya penggunaan alat pembayaran elektronik atau non tunai di Indonesia ini, beban penggunaan uang tunai dapat dikurangi, sehingga perekonomian masyarakat menjadi semakin efisien.

Kehadiran alat pembayaran elektronik telah menarik perhatian pihak perbankan untuk melakukan terobosan-terobosan baru guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Nasabah tentunya lebih membutuhkan alat pembayaran yang mudah, praktis, dan aman dalam melakukan transaksi. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut perbankan menciptakan bentuk lain dari alat pembayaran tunai dengan bentuk pembayaran elektronik. Inovasi yang diciptakan oleh bank dari sistem pembayaran yang praktis dan mudah digunakan ini adalah berupa *e-money*.

Uang elektronik atau *e-money* adalah sistem teknologi berbentuk alat elektronik yang digunakan untuk bertransaksi. E-money dapat diperoleh dengan cara menyerahkan sejumlah uang tunai kepada penerbit *e-money* atau dengan memotong langsung saldo rekening bank, kemudian uang yang telah diserahkan tersebut tersimpan secara elektronik atau digital. Uang yang tersimpan di dalam *e-money* disebut sama dengan saldo yang dinyatakan dalam mata uang rupiah, dan dapat langsung dipakai untuk transaksi pembayaran dengan memotong saldo yang terdapat pada *e-money* tersebut secara otomatis sesuai dengan jumlah transaksi (Utami & Kusumawati 2017).

Keberadaan *e-money* merupakan suatu respon bagi masyarakat mengenai pembayaran yang berskala kecil (*micro payment*). Penggunaan *e-money* ini dapat mempercepat proses transaksi dengan membutuhkan biaya yang murah, karena secara umum uang yang telah tersimpan secara elektronik ini bisa langsung digunakan tanpa dibebani biaya tambahan. Selain itu, *e-money* dapat diperuntukan sebagai pengganti alat pembayaran tunai di beberapa negara. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang cukup tinggi dalam mengurangi tingkat penggunaan uang tunai, terutama untuk transaksi pembayaran yang bersifat kecil atau *micropayment* dan penggunaan *e-money* mampu mempermudah pelacakan transaksi dengan hasil yang akurat (Rachmadi, 2017).

Daerah Istimewa Yogyakarta atau biasa disingkat dengan DIY merupakan salah satu daerah otonom setingkat provinsi yang ada di Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 3,67 juta jiwa. Provinsi DIY didominasi oleh penduduk dengan usia produktif yang berjumlah 2,52 juta jiwa. Provinsi ini juga dapat dijadikan tujuan merantau bagi pelajar/mahasiswa maupun pekerja, karena terdapat banyak sekolah, perguruan tinggi, dan kantor yang didirikan di provinsi ini. Sehingga, di tempat ini banyak dijumpai oleh generasi milenial yang produktif dan senang mencoba hal baru seperti bertransaksi menggunakan *e-money*. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa di Provinsi DIY memiliki pengaruh yang kuat dalam penggunaan *e-money*, oleh sebab itu, peneliti memilih Provinsi DIY menjadi objek dalam penelitian ini.

Penggunaan alat pembayaran elektronik berupa *e-money* berkembang pesat menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh kemudahan dan manfaat lainnya dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi dengan media elektronik ini. Namun demikian masih terdapat beberapa masyarakat yang nyaman menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran sehari-hari. Hal ini disebabkan karena kurang diimbangi dengan sosialisasi atau pengenalan mengenai pentingnya penggunaan *e-money* sebagai alat untuk bertransaksi yang lebih praktis dan fleksibel. Kurangnya sosialisasi ini menyebabkan banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang manfaat-manfaat yang terdapat pada layanan *e-money*, sehingga minat bertransaksi menggunakan uang elektronik pada masyarakat masih rendah.

Faktor keamanan juga menjadi pertimbangan masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*. Persepsi keamanan memungkinkan pengguna *e-money* percaya bahwa penggunaan *e-money* terjamin keamanannya, hal tersebut mengakibatkan semakin tingginya tingkat keamanan yang

diberikan dalam penggunaan *e-money*, maka semakin tinggi pula minat masyarakat yang memutuskan untuk bertransaksi menggunakan *e-money*. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e-money* di provinsi DIY. Penelitian ini juga menduga bahwa persepsi keamanan mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*. Dengan kata lain, persepsi keamanan mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money* oleh generasi milenial di provinsi DIY.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Persepsi setiap orang tentunya berbeda-beda. Persepsi dimulai dari apa yang dilihat, dipikirkan, dan kemudian dirasakan. Persepsi mampu menentukan keputusan seseorang untuk mencapai suatu tujuan, baik bagi diri sendiri maupun bagi lingkungan masyarakat. Persepsi tersebut dapat membedakan seorang individu dengan individu yang lainnya yang dapat dihasilkan dari pola pikir setiap individu yang kemudian terciptanya ide atau gagasan yang berbeda-beda meskipun objeknya sama (Ramadhani, 2011).

Persepsi adalah proses sensoris atau proses diterimanya rangsangan atau stimulus dari adanya suatu perubahan lingkungan oleh seorang individu melalui alat indera. Keberlanjutan dari proses tersebut dapat diartikan sebagai proses persepsi. Dengan demikian, proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan yang merupakan pendahuluan dari proses persepsi pada seorang individu (Walgito, 2010).

Pengertian persepsi (*perception*) merupakan suatu aktivitas terciptanya gambaran dunia oleh seorang individu yang memilih, mengatur, dan menerjemahkan suatu informasi yang dimiliki (Kotler dan Keller, 2012). Selain bergantung pada rangsangan fisik, persepsi juga memiliki ketergantungan terhadap suatu objek dan kondisi dari masing-masing individu. Persepsi dapat mempengaruhi perilaku aktual konsumen, sehingga persepsi lebih penting dari pada realitas. Teknik penafsiran pada atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif dapat menyebabkan setiap individu memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama.

Pengertian dari persepsi kemudahan menurut Jogiyanto (2009) adalah pengukuran dari tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang apabila menganggap bahwa menggunakan sistem teknologi informasi akan terbebas dari segala bentuk usaha. Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai proses individu dalam pengambilan keputusan untuk mencapai suatu tujuan. Jika sistem teknologi informasi dirasa mudah dalam penggunaan, maka orang yang akan tertarik untuk memanfaatkan atau menggunakan sistem tersebut semakin banyak. Sedangkan, jika sistem teknologi informasi dirasa tidak mudah dalam penggunaannya, maka dapat mengakibatkan sedikitnya minat dari sejumlah orang dalam menggunakan sistem tersebut.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan bagi pengguna teknologi, seperti penggunaan *e-money*. Jika *e-money* dirasa mudah untuk digunakan, maka dapat meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-money* tersebut. Sebaliknya, jika *e-money* dirasa sulit untuk digunakan, maka dapat menurunkan minat seseorang dalam menggunakan *e-money* tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yogananda dan Dirgantara (2017) dan Febrilia *et al.* (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan membuat seseorang berminat untuk menggunakan *e-money*.

Pembayaran dengan menggunakan uang elektronik tentu saja dapat memperlancar proses transaksi karena penggunaannya yang cukup mudah dan efisien. Persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money* dimaksudkan agar nasabah mudah memahami cara penggunaan serta terbebas dari usaha yang rumit dan waktu yang lama. Sehingga, dengan pengaplikasiannya yang mudah dan praktis maka pengguna *e-money* akan merasa puas dan terbantu dalam aktivitas perekonomian seperti bertransaksi.

Suatu bentuk kepercayaan yang dimiliki oleh pengguna teknologi terhadap informasi data identitas pribadi yang tidak dapat dipersalahkan oleh orang lain merupakan definisi dari persepsi keamanan. Data pribadi yang tersebar dapat mengancam kerugian karena data pribadi yang dimiliki sangatlah penting dan bersifat privat artinya hanya dapat diketahui secara pribadi. Dengan demikian faktor kepercayaan ini menjadi sangat penting bagi pengguna *e-money*.

Keamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-money* menjelaskan bahwa penerbit *e-money* telah menjamin keamanan mengenai informasi dari data identitas diri nasabah maupun uang milik nasabah yang telah tersimpan di dalamnya tidak dapat digunakan oleh pihak lain. Dengan demikian, tingkat keamanan yang diberikan oleh penerbit *e-money* dapat mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi menggunakan *e-money*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Brilianto dan Arianti (2020) menghasilkan kesimpulan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*.

Aspek keamanan dalam sistem teknologi informasi sangatlah penting, karena dengan itu pengguna teknologi dapat terhindar dari segala bentuk penipuan, atau setidaknya keamanan yang diberikan mampu mengetahui ada atau tidaknya penipuan yang dapat terjadi pada sistem tersebut Rahardjo (2005). Oleh karena itu, tingkat keamanan sistem informasi berperan penting dalam mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan *e-money*. Semakin tingginya tingkat keamanan yang dimiliki pada sistem teknologi informasi dapat mengakibatkan minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan *e-money* juga semakin meningkat.

Minat adalah suatu proses penerimaan stimulan atau dorongan dari suatu barang atau produk yang dilihat, kemudian muncul ketertarikan terhadap barang tersebut dan pada akhirnya memiliki keinginan atau niatan untuk membeli dan mendapatkan barang tersebut (Kotler, 2012). Menurut teori dari TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan bahwa kemampuan seseorang dapat dipastikan dari perilakunya terhadap minat dalam melakukan sesuatu, dan perilaku minat tersebut ditentukan oleh sikap dan norma subjektif yang terdapat dari dalam diri sendiri.

Minat seseorang dalam bertransaksi menggunakan produk *e-money* dapat diartikan bahwa terdapat suatu itikad atau dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang dalam hal ini adalah penggunaan *e-money* sebagai alat untuk bertransaksi pada kegiatan perekonomian. Minat seseorang dalam menggunakan *e-money* akan lebih terlihat apabila produk dari *e-money* tersebut sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Generasi milenial (*millennial generation*) adalah sekelompok orang yang lahir pada rentang waktu awal tahun 1980 sampai dengan tahun 2000. (Yuswohady, 2016). Sedangkan menurut Strauss dan Howe (2000) mendefinisikan generasi milenial adalah generasi yang memiliki rentang waktu kelahiran pada tahun 1982 sampai dengan tahun 2002. Dalam penelitian ini generasi milenial menggunakan ketentuan seseorang yang lahir dalam rentang tahun 1981 hingga awal tahun 2000. Hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban sementara secara teoritis yang dapat diuji kebenarannya dengan melalui suatu riset atau penelitian yang berlandaskan fakta-fakta empiris. Jawaban sementara tentang suatu hipotesis diperoleh dari uraian permasalahan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis tersebut perlu diuji dengan menggunakan analisis data.

Persepsi kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money* menjelaskan bahwa bank atau perusahaan-perusahaan penerbit *e-money* telah menghadirkan produk berupa alat pembayaran elektronik yang penggunaannya mudah, sehingga nasabah mampu mempelajari dan mengerti dengan mudah mengenai cara penggunaannya. Persepsi kemudahan merupakan bentuk kepercayaan yang dimiliki seorang individu ketika mengambil sebuah keputusan. Jika seorang individu berpikir bahwa sistem teknologi mudah untuk digunakan, maka ia akan tertarik atau berminat untuk menggunakan sistem tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Saputra (2019) menyimpulkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil penelitian

tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna layanan *e-money*. Hal itu dikarenakan terdapatnya kemudahan dalam hal bertransaksi menggunakan *e-money* diberbagai *merchant* yang telah mendukung proses transaksi dengan menggunakan *e-money* dan kemudahan saat melakukan *top up* atau isi ulang pada *e-money* tersebut. Semakin mudah *e-money* digunakan sebagai alat untuk bertransaksi, maka minat seseorang untuk beralih menggunakan *e-money* juga semakin tinggi. Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian yang pertama sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan e-money.

Keamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-money* menjelaskan bahwa penerbit *e-money* telah menjamin keamanan mengenai informasi dari data identitas diri nasabah maupun uang milik nasabah yang telah tersimpan di dalamnya tidak dapat dipersalahgunakan oleh pihak lain. Dengan demikian, tingkat keamanan yang diberikan oleh penerbit *e-money* dapat mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan *e-money*.

Mengacu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Pambudi (2014) dapat diketahui bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan *internet banking*. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil dari penelitian tersebut dapat dipahami bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan dalam penggunaan alat pembayaran elektronik yang dalam hal ini adalah *e-money*, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan *e-money* sebagai alat bertransaksi. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian yang kedua sebagai berikut:

H2: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan e-money.

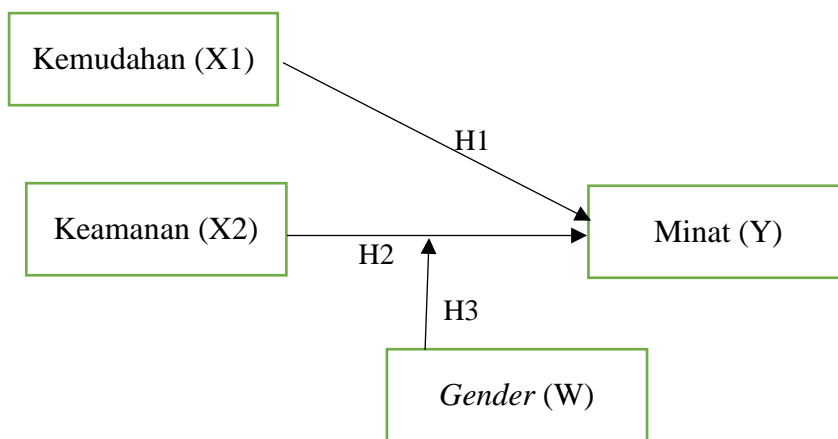
Persepsi terhadap kemudahan dan keamanan dapat berbeda oleh pengguna *e-money* berdasarkan jenis kelamin. Jenis kelamin menurut Robb dan Sharpe (2011) dalam Arifin dan Robin (2016) adalah sebuah sifat yang membedakan antara pria dan wanita dalam berperilaku sehari-hari. Pria lebih mengutamakan logika dan naluri yang dimilikinya, sementara wanita lebih mengutamakan perasaan atau emosi dalam memutuskan permasalahan yang dihadapi. Dalam mengambil keputusan cenderung pria lebih berani dalam mengambil resiko daripada wanita, karena secara psikologis pria cenderung suka mencari resiko (*risk seeker*) dan wanita menghindari resiko (*risk averter*). Berdasarkan karakteristik pria dan wanita tersebut penelitian ini merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Jenis kelamin memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan e-money.

3. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini adalah masyarakat generasi milenial di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *e-money* sebagai alat untuk bertransaksi sehari-hari. Data penelitian diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Karakteristik responden yang dapat mengisi kuesioner tersebut adalah masyarakat di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *e-money* dan berumur 20 tahun sampai dengan 40 tahun. Pengumpulan sampel dimulai pada tanggal 4 Oktober 2021 sampai tanggal 31 Oktober 2021 dan diperoleh responden yang mengisi lengkap sebanyak 102 orang. Persepsi responden terhadap kemudahan, keamanan, dan minat menggunakan *e-money* diukur menggunakan skala Likert 1 sampai dengan 5.

Model regresi yang diperlukan untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan model regresi berganda dengan variabel interaksi. Model regresi estimasi diperoleh dari mengolah data penelitian menggunakan *Macro Hayes PROCESS* pada program aplikasi SPSS. Penggunaan model *Macro Hayes* ini diharapkan dapat mengurangi masalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi estimasi. Kerangka penelitian ini dapat dijelaskan menggunakan skema seperti pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1
Kerangka Penelitian

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan sampel sebanyak 102 responden. Tabel 1 berikut ini menyajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan per bulan, dan domisili.

Tabel 1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	29	28,4
	Wanita	73	71,6
Usia (Tahun)	Kurang dari 25	85	83,3
	26 – 35	10	9,8
	Lebih dari 35	7	6,9
Pendapatan/bulan	Kurang dari Rp1.000.000	48	47,1
	Rp1.000.000 < Rp1.500.000	10	9,8
	Rp1.500.000 < Rp2.000.000	15	14,7
	Lebih dari Rp2.000.000	29	28,4
Domisili	Kota Yogyakarta	29	28,4
	Kabupaten Sleman	60	58,8
	Kabupaten Kulon Progo	3	2,9
	Kabupaten Gunungkidul	3	2,9
	Kabupaten Bantul	7	6,9

Sumber: Data diolah

Model regresi berganda dengan variabel moderasi digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini. Data yang dikumpulkan diolah menggunakan SPSS dengan untuk memperoleh model *Macro Hayes*. Nilai variabel pada penelitian ini ditentukan menggunakan beberapa indikator.

Kesimpulan penelitian yang baik diperoleh dari data penelitian yang valid dan reliabel. Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4 berikut ini menyajikan nilai statistik uji validitas data untuk variabel Kemudahan (X1), Kemudahan (X2), dan Minat (Y).

Tabel 2
Uji Validitas Kemudahan (X1)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,772	0,195	Valid
X1.2	0,808		Valid
X1.3	0,811		Valid
X1.4	0,797		Valid
X1.5	0,710		Valid
X1.6	0,657		Valid
X1.7	0,805		Valid
X1.8	0,796		Valid
X1.9	0,672		Valid

Sumber: Data Diolah.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan (X2)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,769	0,195	Valid
X2.2	0,826		Valid
X2.3	0,693		Valid
X2.4	0,629		Valid
X2.5	0,834		Valid
X2.6	0,846		Valid
X2.7	0,715		Valid
X2.8	0,643		Valid
X2.9	0,741		Valid

Sumber: Data Diolah.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,709	0,195	Valid
Y2	0,721		Valid
Y3	0,797		Valid
Y4	0,545		Valid
Y5	0,803		Valid
Y6	0,713		Valid
Y7	0,608		Valid
Y8	0,641		Valid

Sumber: Data Diolah.

Nilai statistik r hitung semua indikator untuk semua variabel lebih besar dari nilai t tabel = 0,195 menunjukkan semua indikator valid untuk menentukan nilai bariabelnya.

Tabel 5 berikut ini menyajikan nilai Cronbach’s Alpha masing-masing variabel penelitian.

Tabel 5
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach’s Alpha	Kriteria Reliabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,903	0,7	Reliabel
Keamanan (X2)	0,900		Reliabel
Minat (Y)	0,835		Reliabel

Sumber: Data Diolah.

Nilai Cronbach’s Alpha semua variabel penelitian lebih dari 0,7 menunjukkan semua variabel penelitian adalah reliabel.

Tabel 6 menyajikan nilai statistik uji F dan besarnya koefisien determinasi model estimasi.

Tabel 6
Nilai Statistik Uji F dan Koefisien Determinasi

R	R-Square	MSE	F(CH3)	df1	df2	Prob
0,7973	0,6356	0,1403	33,3192	4	97	0,000

Sumber: Data diolah.

Model regresi estimasi memiliki nilai F statistik sebesar 36,068 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan mampu menjelaskan minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money*. Model regresi estimasi memiliki koefisien determinasi sebesar 0,6356 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan mampu menjelaskan minat generasi milenial provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money* adalah sebesar 63,56 persen. Hasil uji F dan besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa model regresi estimasi layak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Nilai statistik yang diperlukan untuk menguji hipotesis penelitian disajikan pada Tabel 7 berikut ini. Nilai statistik tersebut meliputi koefisien regresi, nilai t statistik, dan nilai probabilitas masing-masing variabel independen. Nilai t kritis untuk uji koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen dan variabel interaksi pada $\alpha = 5$ persen dan *degree of freedom* sebesar 97 adalah 1,660.

Tabel 7
Nilai Statistik Uji Hipotesis

Variabel	Coeff	SE(HC3)	t-stat	Prob.	Keterangan
Constant	1,3570	0,3731	3,6368	0,0004	
H1: Kemudahan (X1)	0,6092	0,0864	7,0533	0,0000	Signifikan
H2: Keamanan (X2)	0,3140	0,0823	3,8131	0,0002	Signifikan
H3: Interaksi (X2*W)	-0,1074	0,1352	-0,7947	0,4287	Tidak Signifikan
	R²-chng	F(HC3)	df1	df2	Probabilitas
X2*W	0,0017	0,6315	1	97	0,4287

Sumber: Data diolah.

Tabel 7 menunjukkan besarnya koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan (X1) adalah 0,6092 dan persepsi keamanan (X2) adalah 0,3140. Koefisien persepsi kemudahan dan persepsi keamanan bertanda positif menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dan persepsi keamanan, semakin tinggi pula minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*. Koefisien regresi persepsi kemudahan lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi persepsi keamanan menunjukkan bahwa generasi milenial di provinsi DIY lebih mengutamakan kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money* dibandingkan keamanan. Jenis kelamin sebagai variabel moderasi memiliki kontribusi yang sangat rendah pada pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY, yaitu sebesar 0,0017. Hal ini menunjukkan bahwa efek jenis kelamin responden pada pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money* sangat kecil.

Penelitian ini merumuskan hipotesis yang pertama adalah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money*. Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan bertanda positif sebesar 0,6092 dengan nilai t hitung sebesar 7,0533 dan nilai probabilitas 0,000. Tanda positif pada koefisien regresi persepsi kemudahan dengan nilai t hitung sebesar 7,0533 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e money* di Provinsi DIY. Artinya, semakin mudahnya mengoperasikan *e-money* untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat milenial di Provinsi DIY yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-money* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Hipotesis pertama penelitian ini terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratama dan Saputra (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Adiyanti (2015) bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna layanan *e-money*. Hal itu dikarenakan terdapatnya kemudahan dalam hal bertransaksi menggunakan *e-money* diberbagai *merchant* yang telah mendukung proses transaksi dengan menggunakan *e-money* dan kemudahan saat melakukan *top up* atau isi ulang pada *e-money* tersebut. Semakin mudah *e-money* digunakan sebagai alat untuk bertransaksi, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-money* juga semakin tinggi.

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money*. Hasil pengolahan data penelitian diperoleh koefisien regresi persepsi keamanan bertanda positif sebesar 0,3140 dengan nilai t hitung sebesar 3,8131 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai t hitung sebesar 3,8131 lebih dari nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e money* di provinsi DIY. Artinya, semakin tinggi keamanan yang dirasakan generasi milenial bertransaksi menggunakan *e-money*, maka semakin tinggi pula minat masyarakat milenial di Provinsi DIY menggunakan *e-money* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Hipotesis ke dua penelitian ini terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad dan Pambudi (2014), dapat diketahui bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *internet banking*. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Kusuma dan Padji (2023) menyimpulkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA. Hasil dari penelitian tersebut dapat dipahami

bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan dalam penggunaan alat pembayaran elektronik yang dalam hal ini adalah *e-money*, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan *e-money* sebagai alat untuk bertransaksi sehari-hari.

Hipotesis ke tiga penelitian ini menyatakan bahwa jenis kelamin memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY menggunakan *e-money* untuk bertransaksi. Hipotesis ini didasari pada perbedaan persepsi pria dan wanita di dalam merespon tentang risiko. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian diperoleh besarnya koefisien regresi interaksi antara persepsi keamanan dan jenis kelamin adalah $-0,1074$ dengan nilai t hitung adalah $-0,7947$ dan nilai probabilitas $0,4287$. Nilai t hitung absolut $0,7947$ lebih kecil daripada nilai t kritis sebesar $1,660$ dan nilai probabilitas $0,4287$ lebih besar daripada $0,05$ menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money*. Hipotesis ke tiga penelitian ini tidak terbukti. Hasil penelitian ini tidak menemukan bukti empiris bahwa jenis kelamin dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-money*. Artinya, tidak terdapat perbedaan antara pria dan wanita generasi milenial di provinsi DIY di dalam merespon tentang risiko menggunakan *e-money* dalam melakukan transaksi.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini merumuskan tiga hipotesis. Untuk menguji hipotesis penelitian tersebut menggunakan 102 responden sebagai sampel yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan google form dari tanggal 4 – 31 Oktober 2021. Data diolah menggunakan PROCESS pada SPSS untuk memperoleh model *Macro Hayes*. Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis hasil diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e-money* di provinsi DIY. Artinya, semakin mudahnya mengoperasikan *e-money* untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat milenial di provinsi DIY yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-money* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. (2) Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial bertransaksi menggunakan *e-money* di provinsi DIY. Artinya, Semakin aman *e-money* digunakan untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat milenial di provinsi DIY yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-money* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. (3) Jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap minat generasi milenial di provinsi DIY menggunakan *e-money* dalam melakukan transaksi. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan antara pria dan wanita generasi milenial di provinsi DIY dalam mempertimbangkan masalah keamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money* (Studi kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya) *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol.3 No.1.
- Ahmad, Bambang. (2014). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI) *Jurnal Studi Manajemen* Vol.8. No. 1.
- Arifin, Novendy dan Robin. (2016). Analisis Perbedaan Persepsi Psikologi Keuangan Antara Pria Dan Wanita di Kota Batam *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1 (1), 2016l: 70 – 85.

- Brilianto, E. R. dan Arianti, F. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE YKPN* Vol. 14, No. 3: 143-148.
- Febriana, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System–Dompot Digital Pada Mahasiswa Di FE UNJ. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1-19.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage.
- Jogiyanto, H.M. (2009). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Pratama, B., dan Saputra, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.27 No.2
- Priambodo, S., dan Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(2) 1-9.
- Rachmadi, Usman. (2017). Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Edukasi* Vol. 32 No. 1: 140-141.
- Rahardjo, B. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Bandung: PT. Insan Indonesia.
- Ramadhani, R. R. (2011). Persepsi *stakeholders* internal terhadap akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan Universitas Sebelas Maret pasca ditetapkan sebagai badan layanan umum (studi kasus pada laporan keuangan tahun 2009).
- Saraswati, A. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Money di Kalangan Generasi Millennial (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru).
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1): 134-166.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Walgito, Bimo. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Yogananda, A., & Dirgantara, I. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Yuswohady. (2016). Millennial Trends 2016. Yuswohady. <https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>