

ABSTRAK

Vera Ayuningsih, NIM 1720210080, Pengaruh Persepsi Layanan, Efektivitas dan Trust terhadap Keputusan Penggunaan E-money (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Pengguna OVO).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan zaman dan penggunaan teknologi informasi yang semakin meningkat sekarang ini inovasi pada instrumen pembayaran mengarah kepada sesuatu yang lebih praktis, efektif dan efisien. Salah satu instrumen pembayaran non tunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*e-money*). Penggunaan uang elektronik di Indonesia yang cukup pesat membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sangat antusias dalam menggunakan *e-money*. Namun, perkembangan *e-money* yang dilakukan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang efektif dan efisien masih terhalang dengan budaya masyarakat Indonesia yang lebih memilih memegang uang tunai. Transaksi tunai masih memiliki peran yang dominan dalam sistem pembayaran. Hal ini yang menjadi latar belakang pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Layanan, Efektivitas, dan Trust terhadap Keputusan Penggunaan E-money”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Persepsi Layanan terhadap Keputusan Penggunaan E-money, 2) Pengaruh Efektivitas terhadap Keputusan Penggunaan E-money, 3) Pengaruh Trust terhadap Keputusan Penggunaan E-money.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian positivistik. Positivistik adalah pandangan yang menganggap bahwa yang dapat diteliti dan dipahami adalah data-data yang nyata/empirik. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yaitu data yang berupa angka atau data kualitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan metode *Cluster Random Sampling*. Data yang digunakan menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden dengan sampel sebanyak 97 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Layanan memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000. Dari hasil uji statistik t pada persepsi layanan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Variabel Efektivitas memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,763. Dari hasil uji statistik t pada persepsi layanan nilai signifikansi t_{hitung} lebih besar dari 0,05 ($0,763 > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,052. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Variabel Trust memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,001. Dari hasil uji statistik t pada persepsi layanan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 3,303. Hal ini menunjukkan bahwa trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Nilai R^2 sebesar 0,475 maka dapat dinyatakan bahwa Persepsi Layanan, Efektivitas dan Trust berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money* secara bersama-sama sebesar 47,5%.

Kata kunci : Persepsi Layanan, Efektivitas, Trust, Keputusan Penggunaan, E-money