

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BATAM JURUSAN MANAJEMEN BISNIS DALAM PENGGUNAAN *CASHLESS PAYMENT* KANTIN POLIBATAM

Rainy Beta Octavia P¹ & Riri Zelmianti²

¹*Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, rayyoctt3010@gmail.com, Indonesia*

²*Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, riri@polibatam.ac.id, Indonesia*

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the extent of students' understanding of perceived ease of use, perceived benefits, perceived risks, and trust in the use of cashless payments. This research employs a quantitative method. Data collection was conducted using a questionnaire, with purposive sampling techniques. The respondents of this study are 150 students from the Business Management Department of Polibatam in the year 2020. The results of the study indicate that perceived ease of use and trust have a positive and significant effect on cashless payment behavior, and perceived benefits and risks also have a positive and significant effect on the behavior of using cashless payments. The importance of applying the Technology Acceptance Model (TAM) for company management is to maintain the quality of company management, which will impact the quality of company products, so that the company's output can meet customer expectations.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Perceived Risks, Trust, and Cashless Payment*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam penggunaan *cashless payment*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dengan teknik *purposive sampling*. Responden penelitian ini adalah 150 mahasiswa Polibatam jurusan Manajemen Bisnis tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *cashless payment*, serta persepsi manfaat dan risiko juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan *cashless payment*. Pentingnya penerapan TAM (*Technology Acceptance Model*) bagi manajemen perusahaan adalah untuk menjaga kualitas manajemen perusahaan yang akan berdampak pada kualitas produk perusahaan, sehingga nantinya output perusahaan dapat memuaskan harapan pelanggan.

Kata Kunci: *Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Cashless Payment*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan teknologi finansial di Indonesia telah mengubah masyarakat secara signifikan dalam berbagai hal. Penemuan dalam industri keuangan yang menekankan pada teknologi kontemporer disebut teknologi keuangan (Soleha & Hidayah, 2022). Ia juga menyebutkan bagaimana kemajuan teknologi dalam industri perbankan telah mengubah cara pembayaran transaksi online dan fisik. Pembayaran ini menggunakan dompet digital, salah satu metode pembayaran nontunai yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat umum. Contohnya adalah aplikasi Dana, ShopeePay, GoPay, dan lain sebagainya.

Dompet digital atau *e-wallet* diprediksi oleh perusahaan teknologi keuangan Xendit akan menjadi platform pembayaran digital yang paling banyak digunakan pada tahun 2021. *E-wallet* digunakan dalam 43% transaksi keuangan dari lebih dari 150 juta transaksi yang diproses oleh Xendit. Terdapat peningkatan sebesar 24% pada angka ini pada tahun 2020. Setiap tahun, dompet elektronik semakin sering digunakan. Namun, rendahnya kesadaran masyarakat mengenai isu ini membuat tujuan menjadikan Indonesia sebagai negara maju secara teknologi semakin sulit diwujudkan. Di zaman dengan teknologi yang terus berkembang ini, dompet digital telah muncul sebagai penemuan yang sangat membantu bagi pelajar. Tidak diragukan lagi ada sejumlah manfaat bagi pelajar yang menggunakan dompet digital. Pertama, kemudahan pembayaran. Untuk bertransaksi, mahasiswa tidak perlu lagi pergi ke ATM atau membawa uang tunai dalam jumlah besar. Selain itu, dompet digital menawarkan keamanan yang sangat tinggi. Untuk mengurangi bahaya kehilangan uang atau kartu yang kini

ditemukan di dompet tradisional, aplikasi dompet digital menggunakan otentikasi PIN atau sidik jari untuk menjamin bahwa hanya pemilik akun yang dapat mengakses aplikasi tersebut. Hasilnya, siswa dapat mengelola uang mereka dengan lebih bijaksana dan mengurangi pengeluaran yang boros. Milenial merupakan 68% dari pengguna *e-wallet*, menurut Olivia Samosir, direktur riset pengalaman pelanggan di Ipsos Indonesia. Istilah “generasi milenial” mengacu pada generasi muda yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000.

Hanya ada satu perguruan tinggi politeknik negeri di Batam, yaitu Politeknik Negeri Batam. Politeknik Negeri Batam memiliki 23 program studi dan 4 departemen. Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam memiliki 6 program studi, yang dibagi menjadi dua kelas, yaitu kelas pagi dan kelas malam (karyawan). Polibatam memiliki satu kantin di gedung utama dan satu koperasi yang sering digunakan mahasiswa untuk membeli makanan dan keperluan kuliah. Mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis dipilih oleh peneliti sebagai peserta penelitian karena telah memperoleh informasi yang diperlukan. Keahlian keuangan yang dimaksud adalah konsep keuangan yang lebih komprehensif yang diperoleh jurusan Manajemen Bisnis di kelasnya. Tentu saja, hal ini akan memungkinkan mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis memperoleh pengetahuan dan kemahiran keuangan sebanyak-banyaknya. Mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis diharapkan memiliki keterampilan manajemen keuangan yang lebih baik dan paham teknologi dalam hal transaksi yang melibatkan uang.

Polibatam memiliki kantin utama yang beroperasi pada pukul 08.00-17.00 WIB. Kantin Polibatam sudah menerapkan dua

metode pembayaran, yaitu dengan sistem tunai dan *digital payment*. Namun, masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui sistem pembayaran digital yang sudah diterapkan di kantin Polibatam. Saat ini, penggunaan uang tunai memiliki beberapa kekurangan dibandingkan dengan penggunaan *cashless payment*, di antaranya penggunaan uang tunai dapat menularkan penyakit karena berpindah tangan dari satu individu ke individu lainnya, sehingga bisa menjadi tempat hidup bagi kuman dan virus. Selain itu, penggunaan uang tunai rentan terhadap kecurangan dan pemalsuan. Uang tunai juga memiliki keterbatasan dalam histori transaksi, yang membuat mahasiswa cenderung lebih rentan terhadap kehilangan uang. Oleh karena itu, untuk mengurangi penggunaan kertas atau uang tunai, *cashless payment* lebih cenderung memiliki manfaat, di antaranya untuk mendukung upaya ramah lingkungan dan mengurangi peredaran uang rusak. Dengan adanya teknologi *cashless payment*, mahasiswa dapat lebih mudah mengontrol pengeluaran mereka melalui histori transaksi dan membantu dalam manajemen keuangan pribadi. *Cashless payment* juga dapat meminimalisir kemungkinan mahasiswa kehilangan uang tunai, mempercepat proses transaksi, dan mengurangi waktu yang dibutuhkan ketika melakukan pembayaran. *Cashless payment* juga memiliki manfaat bagi pihak kantin, karena dengan *cashless payment* pihak kantin dapat meminimalisir adanya kelebihan dalam mengembalikan uang tunai, menghindari terjadinya korupsi oleh pihak ketiga, dan meningkatkan efisiensi layanan di kantin.

Penelitian ini merupakan replikasi ulang terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Violinda & Khorunnisya (2022). Peneliti mengkaji bagaimana mahasiswa Universitas PGRI Semarang berperilaku dan merasa nyaman dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja, serta

bagaimana imbalan, bahaya, dan kepercayaan mempengaruhi perilaku tersebut. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh positif secara statistik antara tingkat pengetahuan keuangan dan frekuensi penggunaan *e-wallet*. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan tiga faktor variabel yang akan diuji dengan minat penggunaan *cashless payment*, yakni persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi risiko (X3), dan pengaruh kepercayaan (X4). Penelitian ini akan dilakukan pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis angkatan 2020 Politeknik Negeri Batam, yang terutama menggunakan *cashless payment* dalam melakukan pembayaran di kantin. Fenomena ini penting karena dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik siswa memahami literasi keuangan dalam kaitannya dengan penggunaan pembayaran non-tunai (persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko). Dengan demikian, diharapkan mahasiswa bisa bijak dalam memutuskan apakah ingin menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Batam Jurusan Manajemen Bisnis dalam Penggunaan *Cashless payment* Kantin Polibatam.”

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Davis et al. (1989) dalam Novianti dan Erawati, (2021) salah satu teori yang dapat menjelaskan penerimaan individu dalam menggunakan teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989, sebuah teori yang menggabungkan elemen TPB dan TRA, menjelaskan mengapa orang bersedia mengadopsi teknologi baru. Tujuan dari model ini adalah untuk memprediksi

bagaimana orang akan menggunakan teknologi dan keuntungan yang akan dihasilkannya di tempat kerja mereka.

Teori yang dikembangkan (David, 1998) memanfaatkan faktor-faktor berikut sebagai alat ukur untuk melakukan analisis penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi, risiko yang dirasakan (*perceived risk*), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease*) dan pengaruh kepercayaan. Tujuan TAM adalah untuk memeriksa dan memperjelas persetujuan dengan mengacu pada pemanfaatan teknologi oleh semua orang. *Theory of Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang menggambarkan hubungan sebab akibat antara penggunaan sistem informasi yang sebenarnya oleh pengguna, tujuan dan persyaratan perilaku, serta sikap tentang manfaat informasi. Menurut Marchelina & Pratiwi (2018), sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha sama sekali disebut sebagai kemudahan yang dirasakannya. Kemudahan yang dirasakan adalah suatu keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan, sesuai dengan ketentuannya. Seseorang akan memanfaatkan suatu sistem informasi jika menurutnya sistem tersebut mudah digunakan. Rahmatsyah (2011), di sisi lain, menggambarkan persepsi manfaat sebagai kemungkinan sewenang-wenang bahwa pengguna di masa depan akan memanfaatkan program tertentu untuk memfasilitasi kinerja mereka. Selain itu, Priambodo & Prabawani (2016) mengklarifikasi bahwa persepsi pelanggan terhadap risiko mencakup ketidakpastian dan hasil yang tidak menguntungkan dari pembelian produk dan layanan. Selanjutnya Pratama & Suputra (2019) memperjelas bahwa kepercayaan adalah evaluasi yang dilakukan oleh individu setelah perolehan, pemrosesan, dan sintesis informasi serta pembangkitan kesimpulan dan anggapan yang beragam dalam situasi yang tidak

jasas. Pertimbangan Individu sejauh mana seorang pemimpin membimbing atau mengajar setiap pengikutnya, dengan mempertimbangkan kebutuhan khusus mereka dan memberikan perhatian pada keinginan dan kekhawatiran mereka.

2.2 Hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *cashless payment*

Menurut Pratama & Suputra (2019) istilah "persepsi kemudahan penggunaan" menggambarkan cara di mana seseorang mungkin mempunyai kesan bahwa menggunakan sistem teknologi tidak akan menantang atau memakan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan setiap pengguna untuk terus menggunakannya secara rutin sangat dipengaruhi oleh seberapa nyaman mereka menemukannya. Menurut penelitian Inayah (2020), minat masyarakat dalam melakukan pembayaran nontunai dipengaruhi oleh kesan kemudahannya. Ega (2022) lebih mendukung teori tersebut dengan menyatakan bahwa keputusan mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta dalam memanfaatkan pembayaran nontunai dipengaruhi oleh kesan kenyamanannya. Oleh karena itu, semakin besar minat pengguna untuk menggunakan pembayaran non-tunai, maka semakin nyaman pula metode pembayaran non-tunai tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Soleha & Hidayah, 2022) berdasarkan temuan penelitian ini, preferensi generasi milenial dalam menggunakan dompet digital ShopeePay dipengaruhi oleh kemudahan pengenalannya. Dalam konteks ini, diharapkan bahwa dengan adanya layanan *cashless payment* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *cashless payment* di kalangan mahasiswa, dan dapat memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi dan mengontrol pengeluaran yang dilakukan mahasiswa sehari-hari. Maka dari itu hipotesis pertama yaitu:

H1: persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless payment*

2.3 Hubungan persepsi manfaat terhadap penggunaan *cashless payment*

Sesuai dengan Priambodo & Prabawani (2016) manfaat yang dirasakan permasalahan yang ada adalah kegunaan, yang mengacu pada sejauh mana individu (pengguna) percaya bahwa akan ada peningkatan produktivitas mereka di tempat kerja sebagai akibat dari penggunaan teknologi atau sistem. Selain itu, persepsi utilitas konsumen akan menentukan berapa lama mereka tetap tertarik. Temuan penelitian Inayah (2020) menunjukkan bahwa minat masyarakat mengadopsi uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaatnya. Selain itu, menurut penelitian Ega tahun 2022, jika menggunakan pembayaran non-tunai, variabel manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel minat menggunakan *cashless payment*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengguna lebih tertarik untuk mengadopsi pembayaran non-tunai karena mempertimbangkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan penelitian Widyasanti & Suarmanayasa, (2023) yang memberikan dampak baik dan patut diperhatikan terhadap antusiasme mahasiswa S1 Universitas Pendidikan Ganesha Manajamaen dalam menggunakan e-wallet. Sehubungan dengan hal tersebut, ketersediaan layanan pembayaran non-tunai diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pelajar dalam menggunakan pembayaran non-tunai serta dapat meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan efisiensi guna membantu pengelolaan keuangan mencapai tujuannya dalam mengalokasikan sumber daya keuangan sesuai dengan kebutuhan. rencana yang telah ditentukan. Jadi, hipotesis kedua adalah:

H2: persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *cashless payment*

2.4 Hubungan persepsi risiko terhadap penggunaan *cashless payment*

Dalam pengambilan keputusan apakah akan melakukan transaksi online atau tidak, risiko merupakan suatu kondisi ketidakpastian yang memegang peranan penting. Kecenderungan seseorang untuk mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membuat penilaian mengenai apakah mereka akan mengambil risiko saat ini atau menghindarinya. Istilah "persepsi risiko" mengacu pada perasaan tidak dapat diprediksi dan hasil yang tidak menguntungkan yang diakibatkan oleh pemanfaatan suatu produk atau layanan (Marchelina & Pratiwi, 2018). Hal ini terutama berlaku ketika mengambil keputusan dalam situasi di mana terdapat banyak ketidakpastian. Persepsi risiko mungkin memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku manusia. Dua jenis penilaian risiko yang dapat dipertimbangkan dari sudut pandang perilaku adalah persepsi risiko dan kecenderungan risiko. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan tentang dampak risiko terhadap tingkat minat penggunaan sistem *Blockchain* di bidang teknologi keuangan (Dewi *et al.*, 2019). Salah satu cara untuk mendefinisikan risiko adalah sebagai kejadian yang merugikan atau sebagai perbedaan dari hasil yang diantisipasi. Secara umum, definisi risiko mungkin agak fleksibel. Secara umum, risiko diyakini sebagai perbedaan yang terjadi dalam distribusi kemungkinan hasil, frekuensi kejadian, dan evaluasi subjektif individu terhadap situasi. Pengukuran risiko dapat bersifat non-linier, baik melalui pemanfaatan nilai revaluasi mata uang maupun melalui pengujian terhadap berbagai kemungkinan keuntungan dan kerugian yang diperoleh. Dalam penelitian yang dilakukan Maghfira pada tahun 2017, ditemukan bahwa persepsi risiko memiliki

dampak positif terhadap penggunaan dompet elektronik GoPay. Berikut teori konstruksi yang ditawarkan atas dasar tersebut. Dalam konteks ini, diharapkan bahwa dengan adanya layanan *cashless payment* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *cashless payment* mahasiswa memiliki kemampuan untuk meramalkan risiko keamanan dan ancaman keuangan, sehingga mencegah terjadinya kerugian. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengelola uang mereka dengan menggunakan risiko sebagai faktor motivasi ketika mengambil keputusan. Mengingat hal ini, hipotesis ketiga, yaitu:

H3: persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *Cashless payment*

2.5 Hubungan Kepercayaan terhadap penggunaan *cashless payment*

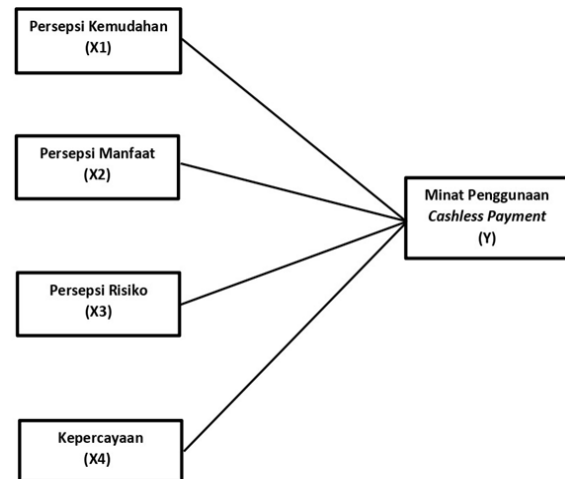
Mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengantisipasi potensi bahaya terhadap keselamatan dan stabilitas keuangannya, sehingga mereka dapat terhindar dari kerugian finansial. Melalui pemanfaatan risiko sebagai kekuatan pendorong dalam pengambilan keputusan, hal ini memungkinkan pengguna untuk mengelola sumber daya keuangan mereka secara efektif. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dikemukakan teori ketiga, yaitu sebagai berikut (Pratama & Suputra, 2019). Meskipun ada beberapa definisi tentang kepercayaan, namun definisi sebenarnya adalah “ketidakpastian kesediaan untuk tunduk pada pihak lain”. Definisi ini mengartikan kepercayaan sebagai suatu pengertian yang terdiri dari tiga unsur: kompetensi, kepentingan, dan integritas. Hal ini sejalan dengan apa yang disukai oleh generasi milenial, yang secara eksklusif memanfaatkan koneksi *e-wallet*, menurut penelitian (Violinda & Khorunnisya, 2022). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas PGRI Semarang berperilaku yang mendukung dan secara signifikan mempengaruhi penggunaan tautan *e-wallet*

mereka sendiri. Demikian pula penelitian (Safarudin et al., 2020) menunjukkan bahwa di antara pengguna *e-wallet* yang lahir antara tahun 1996 dan 2003, komitmen Gen Z terhadap penggunaan *fintech e-wallet* dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan. Dalam konteks ini, ketersediaan layanan pembayaran non-tunai diharapkan dapat berdampak positif terhadap keputusan pelajar dalam menggunakan metode pembayaran non-tunai, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kemampuan aplikasi dalam menjaga privasi pengguna dan mencegah penipuan saat melakukan pembayaran non-tunai. transaksi. Hipotesis keempat, yaitu:

H4: Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *cashless payment*

2.6 Kerangka Penelitian

Berikut ini adalah bagaimana hipotesis tersebut dapat dijadikan model penelitian.



Gambar 2.1 Model Penelitian
Sumber: Data Diolah (2024)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian berbasis kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode analisis strategi yang dikenal dengan analisis regresi linier

berganda. Dengan melakukan survei dan melakukan tinjauan pustaka, penelitian ini mengumpulkan data primer untuk memperkuat hipotesis dari sumber terpercaya mengenai permasalahan yang ada. Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner mahasiswa manajemen bisnis Politeknik Negeri Batam di Kota Batam. Jenis data yang digunakan adalah ordinal, yakni skala linkert. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisoner sebagai instrumen penelian. Kuisioner akan menggunakan skala likert dengan range 1 sampai 4. Penelitian dilakukan pada tahun 2023 hingga tahun 2024. Rumus Slovin diterapkan dalam penyelidikan ini untuk menemukan ukuran sampel yang sesuai. Besar sampel ditentukan dengan *margin of error* 5%, dan besar sampel diperoleh dari populasi yang diketahui dengan menggunakan teknik Slovin. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 150 sampel. Teknik penarikan jumlah sampel adalah menggunakan purposive sampling yaitu dengan cara memilih subjek yang dianggap tepat terhadap suatu populasi. Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa jurusan manajemen bisnis angkatan tahun 2020 kelas pagi. Salah satu cara penelitian ini mengumpulkan datanya adalah melalui penggunaan kuesioner, Kuisioner diberikan kepada responden yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian yang dijawab oleh responden sesuai dengan pertanyaan tertentu yang ada dalam kuesioner. Kuesioner dapat dikirimkan secara daring (*online by google form*).

3.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menyajikan informasi mengenai variabel-variabel independent dan variabel dependen serta analisis deskriptif terhadap karakteristik responden yang berisi informasi demografis mengenai program studi, jenis kelamin,

usia, dan lamanya masa menggunakan cashless payment

3.3 Uji Normalitas

Salah satu cara untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal adalah dengan menjalankannya melalui uji normalitas. Uji normalitas merupakan alat statistik untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal, seperti yang dijelaskan oleh Triwibowo (2016).

Uji Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Jika tingkat signifikansinya kurang dari 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan. Apabila tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

3.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah teknik statistik untuk menentukan apakah variasi kesalahan model statistik konsisten di seluruh rentang nilai prediktor (variabel independen). Dalam konteks regresi linear, heteroskedastisitas terjadi jika sebaran kesalahan tidak seragam diseluruh tingkat nilai variabel independen. Ghozali, (2018) menetapkan bahwa uji Heteroskedastisitas adalah alat statistik yang digunakan untuk menentukan apakah varians residu dalam model regresi berbeda antar observasi. Apabila ditemukan perbedaan tersebut maka pengujian tersebut disebut dengan Heteroskedastisitas. Dapat menentukan apakah varians sisa dalam model regresi tidak konstan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat mengindikasikan adanya ketidak sesuaian antara model dan data. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji Glejser, ditemukan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas untuk setiap variabel (Sig. > 0,05) p-value > 0.05.

3.5 Uji Multikolineritas

Dengan menggunakan faktor inflasi varians (VIF) dan pengaturan toleransi, Uji Multikolineritas berupaya memastikan apakah model regresi menunjukkan multikolineritas. nilai Tolerance berada di atas 0.1, yang menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki kemampuan yang baik untuk memprediksi variabel lain dalam model. nilai VIF berada di bawah 10, yang menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang terlalu dipengaruhi oleh korelasi dengan variabel lainnya.

3.6 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 26 dengan persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan *Cashless Payment*

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = koefisien regresi

X1 = Persepsi Kemudahan

X2 = Persepsi Manfaat

X3 = Persepsi Risiko

X4 = Kepercayaan

e = kesalahan atau eror

3.7 Uji Hipotesis

Bila menggunakan uji statistik untuk menunjukkan pengaruh parsial suatu variabel terhadap variabel lain, maka hipotesis nol (H0) diterima jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, hipotesis alternatif (H0) ditolak bila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Artinya variabel independen tidak

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1. Data Demografi

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Program Studi		
Akuntansi Manajerial	65	43,3%
Administrasi Bisnis Terapan	53	35,3%
Logistik Perdagangan Internasional	32	21,3%
jenis kelamin		
Laki-Laki	43	28,7%
Perempuan	107	71,3%
Masa Menggunakan cashless payment		
< 1 Tahun	1	0,7%
1 - 2 Tahun	108	72,0%
3 - 4 Tahun	83	27,3%
> 5 Tahun	0	0,0%
2 - 4 Tahun	0	0,0%
Usia		
< 20 Tahun	0	0
20 - 22 Tahun	120	80%
23 - 24 Tahun	30	20%
> 25 Tahun	0	0

Sumber: Data Diolah (2024)

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan sebagian besar data penelitian. 150 responden mengikuti survei yang dimaksudkan untuk pengambilan sampel.

1. Berdasarkan Program Studi

Pada penelitian ini peserta yang berjumlah 65 orang (43,3%) berasal dari angkatan manajemen bisnis angkatan 2020, khususnya dari program studi Akuntansi Manajerial. Kelompok responden terbesar berikutnya adalah dari program Administrasi Bisnis Terapan sebanyak 53 peserta (35,3%), dan kelompok terkecil adalah dari program Logistik Perdagangan Internasional sebanyak 32 peserta (21,3%).

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jawaban responden dari mahasiswa manajemen bisnis angkatan tahun 2020 mahasiswa berdasarkan program studi mahasiswa perempuan mendominasi responden dalam penelitian ini yakni

sebanyak 107 orang (71,3%), untuk mahasiswa laki-laki sebanyak 43 orang (28,7%).

3. Berdasarkan Masa Penggunaan *Cashless Payment*

Jawaban responden dari mahasiswa manajemen bisnis angkatan tahun 2020 mahasiswa berdasarkan masa penggunaan *cashless payment* yang mendominasi pada rentang 1-2 tahun sebanyak 108 orang (72%), selanjutnya pada rentang 3-4 tahun sebanyak 83 orang (27,3%), selanjutnya pada rentang <1 tahun sebanyak 1 orang (0,7%).

4. Berdasarkan Usia Responden

Jawaban responden dari mahasiswa manajemen bisnis angkatan tahun 2020 mahasiswa berdasarkan usia responden yang paling mendominasi pada usia 20-22 tahun sebanyak 120 orang (80 %), selanjutnya rentang usia 31-40 tahun sebanyak 30 orang (20 %).

4.2 Uji Validitas

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Sig (0.05)	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,740	0,160	0,000	Valid
	X1.2	0,629	0,160	0,000	Valid
	X1.3	0,701	0,160	0,000	Valid
	X1.4	0,558	0,160	0,000	Valid
	X1.5	0,663	0,160	0,000	Valid
	X1.6	0,608	0,160	0,000	Valid
	X1.7	0,667	0,160	0,000	Valid
	X1.8	0,526	0,160	0,000	Valid
Persepsi Manfaat	X1.9	0,663	0,160	0,000	Valid
	X2.1	0,815	0,160	0,000	Valid
	X2.2	0,768	0,160	0,000	Valid
	X2.3	0,800	0,160	0,000	Valid
	X2.4	0,832	0,160	0,000	Valid
	X2.5	0,790	0,160	0,000	Valid
	X2.6	0,766	0,160	0,000	Valid
	X2.7	0,794	0,160	0,000	Valid
Persepsi Risiko	X2.8	0,829	0,160	0,000	Valid
	X2.9	0,767	0,160	0,000	Valid
	X2.10	0,739	0,160	0,000	Valid
	X2.11	0,776	0,160	0,000	Valid
	X2.12	0,811	0,160	0,000	Valid
	X3.1	0,818	0,160	0,000	Valid
	X3.2	0,786	0,160	0,000	Valid
	X3.3	0,850	0,160	0,000	Valid
Kepercayaan	X3.4	0,825	0,160	0,000	Valid
	X3.5	0,774	0,160	0,000	Valid
	X3.6	0,805	0,160	0,000	Valid
	X3.7	0,827	0,160	0,000	Valid
	X3.8	0,815	0,160	0,000	Valid
	X3.9	0,858	0,160	0,000	Valid
	X4.1	0,871	0,160	0,000	Valid
	X4.2	0,923	0,160	0,000	Valid
Minat penggunaan <i>cashless payment</i>	X4.3	0,873	0,160	0,000	Valid
	X4.4	0,860	0,160	0,000	Valid
	X4.5	0,895	0,160	0,000	Valid
	X4.6	0,870	0,160	0,000	Valid
	X4.7	0,860	0,160	0,000	Valid
	X4.8	0,918	0,160	0,000	Valid
	X4.9	0,844	0,160	0,000	Valid
	X5.1	0,863	0,160	0,000	Valid
	X5.2	0,858	0,160	0,000	Valid
	X5.3	0,782	0,160	0,000	Valid
	X5.4	0,849	0,160	0,000	Valid
	X5.5	0,874	0,160	0,000	Valid
	X5.6	0,772	0,160	0,000	Valid
	X5.7	0,849	0,160	0,000	Valid
	X5.8	0,849	0,160	0,000	Valid
	X5.9	0,703	0,160	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 4.2 menjelaskan semua analisis uji validitas. Terbukti bahwa seluruh variabel mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam survei ini secara efektif mengukur variabel yang diinginkan. Komponen dalam pernyataan secara akurat mencerminkan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat menggunakan *cashless payment*, sehingga membuktikan validitasnya.

4.3 Uji Reliabilitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Realabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,815	0,70	Reliabel
Persepsi Manfaat	0,945	0,70	Reliabel
Persepsi Risiko	0,938	0,70	Reliabel
Kepercayaan	0,963	0,70	Reliabel
Minat Penggunaan <i>cashless payment</i>	0,940	0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil uji reliabilitas yang tertera pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha untuk semua variabel melebihi 0,70, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat menggunakan *cashless payment* merupakan indikator yang valid dan dapat dipercaya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,56847800
Most Extreme Differences	Absolute	0,073
	Positive	0,055
	Negative	-0,073
Test Statistic		0,731
Kolmogorov-Smirnov Z		0,051

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.4 terlihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,051. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa distribusi data residual mengikuti distribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,893	1,120	Tidak ada multikolinearitas
Persepsi Manfaat	0,832	1,201	Tidak ada multikolinearitas
Persepsi Resiko	0,815	1,227	Tidak ada multikolinearitas
Kepercayaan	0,784	1,275	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 4.5 menampilkan hasil pengujian yang digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Semua variabel independen (Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan) semua variabel nilai Tolerance berada di atas 0.1, yang menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki kemampuan yang baik untuk memprediksi variabel lain dalam model. nilai VIF berada di bawah 10, yang menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang terlalu dipengaruhi oleh korelasi dengan variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan di antara variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan dengan baik dan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dipercaya tanpa kekhawatiran adanya multikolinearitas.

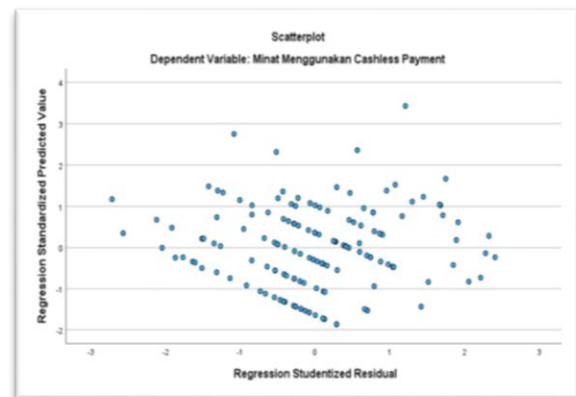
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1 (Constant)	1.253	0,857		1.462	0,146
Persepsi Kemudahan	-0,034	0,043	-0,068	-0,804	0,422
Persepsi Manfaat	0,033	0,024	0,122	1,384	0,169
Persepsi Risiko	0,028	0,028	0,088	0,988	0,325
Kepercayaan	0,048	0,029	0,149	1,641	0,103

a Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data Diolah (2024)



Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Diolah (2024)

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa grafik keluaran menunjukkan bahwa titik-titik atau sebaran jawaban responden tersebar merata dan tidak berkumpul pada satu titik saja. Distribusi yang merata ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi pengelompokan jawaban yang ekstrem. Kondisi ini mendukung proses pengambilan keputusan yang objektif, menunjukkan bahwa kondisi heteroskedastisitas pada varians variabel telah terpenuhi. Ini berarti bahwa variabilitas dari residu dalam model regresi konsisten di seluruh rentang nilai yang diamati, yang penting untuk validitas statistik analisis regresi. Dilihat dari tabel 7 bahwa nilai sig dari semua variabel setiap variabel (Sig. > 0,05) ditemukan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas untuk setiap variabel.

4.5 Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 4.7. Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,865	1,384		-0,626	0,533
Persepsi Kemudahan	0,144	0,069	0,114	2,081	0,039
Persepsi Manfaat	0,279	0,038	0,412	7,283	0,000
Persepsi Risiko	0,218	0,046	0,274	4,790	0,000
Kepercayaan	0,250	0,048	0,305	5,247	0,000

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji-t yang diberikan, kita dapat menarik kesimpulan mengenai pengaruh faktor-faktor terhadap kebiasaan penggunaan *cashless payment* mahasiswa Politeknik Negeri Batam terhadap kebiasaan pembayaran non-tunai sebagai berikut:

$$Y = -0,865 + 0,144X_1 + 0,279X_2 + 0,218X_3 + 0,250X_4 + e$$

Variabel kemudahan Koefisien regresi sebesar 0.144 dengan nilai t sebesar 2.081 dan signifikansi 0.039. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran *cashless*. Persepsi manfaat Koefisien regresi sebesar 0.279 dengan nilai t sebesar 7.283 dan signifikansi 0.000. Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran *cashless*.

Persepsi risiko Koefisien regresi sebesar 0.218 dengan nilai t sebesar 4.790 dan signifikansi 0.000. Persepsi risiko juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran *cashless*. Kepercayaan Koefisien regresi sebesar 0.250 dengan nilai t sebesar 5.247 dan signifikansi 0.000. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran *cashless*.

Secara keseluruhan, keempat variabel (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap penggunaan pembayaran *cashless* di kalangan mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan *cashless payment*.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji F

Tabel 4.8. Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3024,202	4	756,051	57,779	0,000 ^b
Residual	1897,371	145	13,085		
Total	4921,573	149			

Sumber: Data Diolah (2024)

Nilai F hitung sebesar 57,779 jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nilai F tabel yaitu sebesar 2,43 berdasarkan data yang diambil dari F tabel. 0,000 yang kurang dari 0,05, sebagai ambang batas signifikansi yang dilaporkan, menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik. Konsekuensinya, kita dapat menarik kesimpulan bahwa faktor risiko yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan semuanya secara signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan *cashless payment* di antara mahasiswa Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.9. Hasil Uji R²

Model	Model Summary ^b			
	R	R	Adjusted R	Std.
1	0,784 ^a	0,614	0,604	3,617

Sumber: Data Diolah (2024)

Seperti terlihat pada Tabel 4.9, nilai R square (R²) yang dimodifikasi adalah 0,604 atau 60,4%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan, risiko yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, dan kemudahan semuanya berdampak pada perilaku penggunaan hingga tingkat 0,604

(atau 60,4%). Sebaliknya, variabel asing dapat menyebabkan 39,6% variasi yang tidak ditangani oleh model penelitian ini.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *cashless payment*

Variabel persepsi kemudahan dengan p-value sebesar 0,039 dan koefisien positif Beta sebesar 0,144 maka variabel persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan metode pembayaran non-tunai, karena nilai ($\text{Sig} < 0.05$) dan nilai Beta bertanda positif. Hal ini berarti pelajar akan lebih cenderung menggunakan metode pembayaran non-tunai jika mereka merasa lebih nyaman.

4.8.2 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *cashless payment*

Penggunaan pembayaran nontunai secara positif dan substansial dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien positif sebesar 0,279 untuk variabel Perceived Benefits, karena nilai ($\text{Sig} < 0.05$) dan nilai Beta bertanda positif. Siswa lebih cenderung menggunakan metode selain uang tunai ketika mereka melihat keuntungan dalam melakukan hal tersebut.

4.8.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *cashless payment*

Variabel persepsi risiko hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat kemungkinan analisis persepsi risiko berfungsi sebagai penghambat, namun persepsi risiko justru berpengaruh terhadap penggunaan pembayaran non-tunai, Bila koefisien bertanda positif sebesar 0,218 dan tingkat signifikansi 0,000 karena nilai ($\text{Sig} < 0.05$). Siswa mungkin melihat bahaya yang terkait dengan metode pembayaran baru dapat dikelola, menurut interpretasi ini, atau mereka mungkin melihat risiko tersebut relatif lebih kecil

dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh.

4.8.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *cashless payment*

Variabel kepercayaan Variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran non tunai, karena nilai ($\text{Sig} < 0.05$) dan nilai Beta bertanda positif. Dengan koefisien positif sebesar 0,250 dan nilai signifikansi sangat rendah sebesar 0,000. Ini menegaskan bahwa kepercayaan pada keamanan dan efisiensi *cashless payment* adalah faktor krusial yang mendorong mahasiswa untuk lebih sering menggunakan metode pembayaran ini.

Secara keseluruhan, semua variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan terbukti berpengaruh positif terhadap adopsi *cashless payment* di kalangan mahasiswa Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam. Ini menunjukkan bahwa aspek-aspek positif dari *cashless payment*, termasuk kemudahan dan manfaat yang dirasakan, serta tingkat kepercayaan yang tinggi, secara signifikan mendukung penggunaan metode pembayaran ini meskipun ada risiko yang dirasakan.

4.9 Implikasi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi perusahaan yang menyediakan layanan pembayaran non-tunai untuk menerapkan aplikasi yang mudah digunakan, menawarkan manfaat signifikan bagi pengguna, mengurangi risiko terkait keamanan data pribadi dan masalah privasi lainnya, serta meningkatkan keamanan data pribadi. tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap lembaga pembayaran non-tunai. Oleh karena itu, pengelolaan aplikasi layanan *cashless payment* harus terus dikembangkan dengan fokus pada kemudahan penggunaan, manfaat yang diberikan, keamanan data, dan peningkatan

kepercayaan konsumen, sehingga kinerja perusahaan layanan *cashless payment*.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya penerapan Model Penerimaan Teknologi *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam manajemen perusahaan layanan *cashless payment*. Mempertahankan manajemen perusahaan yang berkualitas tinggi sangat penting untuk menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, itulah sebabnya TAM sangat penting. Hasilnya, TAM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjamin kualitas produk dan layanan perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, sejauh mana peningkatan minat pengguna terhadap metode pembayaran non-tunai berkorelasi positif dengan penilaian mereka terhadap kenyamanan yang mereka alami. Sejalan penelitian Inayah (2020), minat masyarakat dalam melakukan pembayaran nontunai dipengaruhi oleh kesan kemudahannya. Ega (2022) lebih mendukung teori tersebut dengan menyatakan bahwa keputusan mahasiswa memanfaatkan pembayaran nontunai dipengaruhi oleh kesan kenyamanannya. Oleh karena itu, semakin besar minat pengguna untuk menggunakan pembayaran non-tunai, maka semakin nyaman pula metode pembayaran non-tunai tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Soleha & Hidayah, 2022) berdasarkan temuan penelitian ini, preferensi generasi milenial dalam menggunakan dompet digital ShopeePay dipengaruhi oleh kemudahan pengenalannya. Mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2020 di Politeknik Negeri Batam menunjukkan tanggapan positif mengenai penggunaan sistem pembayaran non tunai. Mereka menilai sistem tersebut tidak hanya mudah untuk dipahami dan dipelajari, tetapi juga praktis digunakan

serta fleksibel dalam melakukan berbagai jenis transaksi non tunai.

Persepsi manfaat dari penggunaan *cashless payment* oleh Mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2020 di Politeknik Negeri Batam memiliki dampak positif yang signifikan, tampaknya manfaat yang dirasakan dari pembayaran non-tunai mempunyai korelasi langsung dengan frekuensi siswa menggunakannya. Sejalan dengan penelitian Inayah (2020) menunjukkan bahwa minat masyarakat mengadopsi uang elektronik dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaatnya. Selain itu, menurut penelitian Ega tahun 2022, jika menggunakan pembayaran non-tunai, variabel manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel minat menggunakan *cashless payment*. Ini menandakan bahwa mahasiswa yang merasa diuntungkan dengan menggunakan *cashless payment* untuk melakukan pembayaran non tunai akan cenderung lebih aktif menggunakan *cashless payment* ini dalam aktivitas sehari-hari. Peningkatan penggunaan ini terkait dengan faktor kemudahan, keamanan, dan penghematan waktu yang disediakan oleh *cashless payment* membuatnya lebih menarik dibandingkan opsi pembayaran lain, termasuk pembayaran tunai. Akibatnya, *cashless payment* menjadi metode pembayaran yang populer dan banyak digunakan di kalangan mahasiswa di kampus tersebut.

Persepsi resiko dari penggunaan *cashless payment* oleh mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2020 di Politeknik Negeri Batam memiliki dampak positif yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki kesadaran risiko tinggi cenderung menggunakan *cashless payment* lebih sering atau lebih efektif. Sejalan penelitian yang dilakukan Maghfira pada tahun 2017, ditemukan bahwa persepsi risiko memiliki dampak positif terhadap penggunaan dompet elektronik GoPay. Dalam konteks ini, pemahaman yang baik tentang risiko tidak

menghalangi penggunaan *cashless payment*, melainkan memberikan kepercayaan dan kenyamanan kepada pengguna dalam mengelola dan meminimalkan potensi risiko yang ada. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa terinformasi dan mengerti tentang risiko yang terlibat lebih mungkin melanjutkan atau meningkatkan penggunaan *cashless payment* karena mereka merasa lebih mampu mengatasi atau mengelola risiko tersebut. Akibatnya, *cashless payment* dianggap sebagai alat pembayaran yang aman dan praktis, sehingga jumlah penggunanya antara mahasiswa bisa bertambah atau kepercayaan terhadap layanan tersebut meningkat.

Persepsi kepercayaan dari penggunaan *cashless payment* oleh mahasiswa Manajemen Bisnis angkatan 2020 di Politeknik Negeri Batam memiliki dampak positif yang signifikan, pengaruh positif layanan pembayaran tanpa uang tunai di kalangan mahasiswa adalah bahwa adanya layanan ini meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan dan keadilan dalam transaksi non-tunai. Sejalan penelitian (Safarudin et al., 2020) menunjukkan bahwa di antara pengguna *e-wallet* yang lahir antara tahun 1996 dan 2003, komitmen Gen Z terhadap penggunaan fintech *e-wallet* dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan. Kepercayaan ini, pada gilirannya, mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi dan terus menggunakan metode pembayaran tersebut. Mahasiswa yakin bahwa aplikasi pembayaran tanpa uang tunai dapat melindungi privasi mereka dan melakukan transaksi dengan integritas, sehingga mengurangi kekhawatiran tentang potensi risiko privasi dan penipuan. Akibatnya, penggunaan pembayaran tanpa uang tunai semakin populer di kalangan mahasiswa, yang mendukung penyebaran luas dan penerimaan teknologi pembayaran modern ini.

5.2 Saran

Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel tambahan seperti variabel persepsi harga, citra merek, dan literasi produk, karena variabel-variabel tersebut belum diteliti dalam penelitian ini karena keterbatasannya terkait dengan variabel yang digunakan: persepsi kenyamanan, persepsi manfaat, risiko yang dirasakan, dan kepercayaan, dengan tujuan untuk melihat pengaruhnya terhadap minat penggunaan *cashless payment*.

Dalam penelitian ini, pemecahan masalah yang dilakukan oleh penulis terbatas ruang yang dimana hanya dilakukan oleh mahasiswa manajemen bisnis yang melakukan transaksi saat berbelanja di kantin Polibatam. Kemudian, penelitian ini mengamati tiap risiko yang dilakukan dalam aktifitas penggunaan *cashless payment*.

Manajemen aplikasi *cashless payment* perlu terus memperbaiki dan mengembangkan fitur yang menawarkan kemudahan, keuntungan, keamanan, serta meningkatkan kepercayaan pengguna. Demi kelangsungan kesuksesan perusahaan, hal ini sangatlah penting. Untuk menjaga kualitas manajemen tetap tinggi, penting bagi organisasi untuk menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang pada gilirannya mempengaruhi kualitas barang yang diproduksi oleh organisasi. Akibatnya, hasil akhir yang dihasilkan oleh perusahaan diharapkan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Agusty, F. (2002). Structural Equating Modelling dalam penelitian manajemen. Semarang: Lppmp Undip Semarang.
- Bangun, V. L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Overconfidence terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta). Satuan Tekad Menuju Indonesia Sehat.
- Dewi, & S., Damayanthi, E., & Economics, F. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain. *E- Jurnal Akuntansi*.
- Erawati, A. N. dan T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKMd di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Financial Indonesia*, 4(2), 6.
- Ghozali. (2018). Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi.
- Humairah, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Daud Beureueh 1) Disusun. In הארץ (Issue 8.5.2017). www.aging-us.com
- Inayah, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto).
- Magfira. 2017. Japanese Non-verbal Communication by the Main Characters in the Novel of Totto-chan and the Light on Curtain of Sakura (An Analysis of Kinesics) [thesis]. Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E- Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17. <https://core.ac.uk/download/pdf/162164902.pdf>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E- Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Safarudin, A., Kusdiby, L., & Senalajari, W. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 26–27.
- Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Minat Generasi Millennial dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay). *ARBITRASE: Journal*

of Economics and ..., 3(2), 312–316.
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>

Violinda, Q., & Khorunnisya, N. V. (2022). Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 181–191.
<https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.181>

Widyasanti, I. A. H., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 145–154.
<https://doi.org/10.23887/bjm.v9i2.64250>