

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS TANJUNGPURA UNTUK MENGGUNAKAN MODEL

## PEMBAYARAN AUTODEBET DALAM TRANSAKSI PEMBAYARAN SPP

Angga Permadi Karpriana

email: [permadiangga@me.com](mailto:permadiangga@me.com)

Akuntansi, Universitas Tanjungpura Pontianak

Jl. Prof. H. Hadari Nawawi, Pontianak

Email : [permadiangga@me.com](mailto:permadiangga@me.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Tanjungpura (Untan) dalam penggunaan *autodebet* untuk pembayaran biaya kuliah. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 119 mahasiswa FEB Untan yang tidak mendapatkan beasiswa Bidikmisi pada 2017/2018. Data primer digunakan dalam penelitian ini. Data di analisis dengan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hipotesis di uji dengan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *autodebet*. Namun, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *autodebet*.

**Kata kunci:** *Autodebet, SEM, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Kepercayaan*

### PENDAHULUAN

Pembayaran SPP di Universitas Tanjungpura (Untan) menggunakan sistem pembayaran langsung ke bank yang telah ditentukan seperti Bank Kalbar dan Bank BNI. Sehubungan dengan banyaknya jumlah mahasiswa Untan membuat mahasiswa harus mengalami antrian yang panjang ketika melakukan pembayaran SPP setiap semesternya. Untuk saat ini sistem *autodebet* belum diterapkan. Maka dari itu, diperlukan pembaharuan sistem informasi akuntansi dalam pembayaran SPP.

*Autodebet* adalah pembayaran elektronik yang dibuat langsung dari rekening bank, biasanya pada tanggal yang telah ditentukan. Sistem debet langsung lebih praktis dan mudah. Dengan layanan sistem *autodebet* sangat membantu mahasiswa dalam transaksi pembayaran SPP dan membuat pihak universitas lebih cepat mendapatkan informasi pembayaran SPP.

Selanjutnya, dengan model TAM serta persepsi kepercayaan dan persepsi risiko, penelitian ini mencoba untuk mendeteksi pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam penggunaan, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *autodebet* dalam pembayaran SPP, khususnya di Kalimantan Barat. Adapun unit analisis penelitian ini adalah mahasiswa Untan, karena mahasiswa sangat berperan dalam perkembangan teknologi dan Untan menggunakan sistem pembayaran SPP secara langsung ke bank sehingga dengan adanya sistem *autodebet* dapat memberikan pengaruh keefektifan dan keefisienan dalam transaksi keuangan.

Meskipun banyaknya manfaat penggunaan sistem *autodebet* dalam pembayaran SPP, keberhasilan sistem tersebut bergantung dari bagaimana mahasiswa dan pihak universitas menerima sistem tersebut. Adapun *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model yang dibangun dengan tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi (Wibowo, 2007). Selanjutnya, dengan model TAM serta persepsi kepercayaan dan persepsi risiko, penelitian ini mencoba untuk mendeteksi pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam penggunaan, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *autodebet* dalam pembayaran SPP, khususnya di Kalimantan Barat. Adapun unit analisis penelitian ini adalah mahasiswa Untan, karena mahasiswa sangat berperan dalam perkembangan teknologi dan Untan menggunakan sistem pembayaran SPP secara langsung ke bank sehingga dengan adanya sistem *autodebet* dapat memberikan pengaruh keefektifan dan keefisienan dalam transaksi keuangan. Model Penelitian ini dikembangkan oleh Kesharwani dan Bisht (2011) didasarkan pada teori TAM. Namun, penelitiannya terhadap *internet banking*. Sedangkan penelitian penulis kali ini melakukan penelitian terhadap sistem *autodebet*.

### PEMBAHASAN

#### 1. Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan data ekonomi, keuangan, maupun non-keuangan yang dikonversi ke dalam bentuk satuan keuangan dan kemudian diolah sehingga menghasilkan keluaran berupa informasi (Wilkinson, 1993). Selanjutnya, Artha (2011) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi

berbasis teknologi merupakan suatu sistem yang dapat membantu untuk membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi yang berkenaan dengan akuntansi. Sistem informasi akuntansi berbasis teknologi ini dapat menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan akuntansi secara lebih cepat dan ekonomis.

## 2. Pengertian Pembayaran

Istilah pembayaran berarti bahwa kegiatan pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi (Teguh, 2004).

## 3. Pengertian SPP

Pengertian SPP menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), dapat diartikan sebagai sumbangan pembinaan pendidikan yang merupakan iuran wajib bagi siswa-siswi selama menjalankan kegiatan sekolah yang harus dibayarkan setiap bulan demi kelancaran kegiatan sekolah.

Berdasarkan Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2015, Untan pada tahun 2013/2014 sudah menerapkan biaya kuliah berdasarkan formula uang kuliah tunggal (UKT). UKT adalah sebuah sistem baru tarif biaya kuliah. UKT ini adalah kebijakan yang diinstruksikan oleh Dirjen DIKTI untuk diberlakukan Universitas Negeri di Indonesia. Sebelum diperkenalkan sistem UKT biaya yang harus ditanggung mahasiswa Untan terbagi dalam dua biaya pokok, yakni SPP dan Dana Partisipasi. Dengan pemberlakuan UKT, maka mahasiswa hanya akan menanggung SPP sedangkan Dana Partisipasi ditanggung oleh pemerintah melalui BOPTN.

Besaran pengenaan atau pengelompokkan UKT tergantung kepada penghasilan atau pekerjaan orang tua dan/atau wali yang dibuktikan dengan dokumen pendukung. UKT Untan dikelompokkan menjadi lima bagian, paling kecil untuk Kelompok I sejumlah Rp 500.000,00 sedangkan UKT Kelompok II s/d V besarnya bervariasi tergantung program studinya. UKT terbesar pada Fakultas Kedokteran yaitu sebesar Rp 10.000.000,00 per semester.

## 4. Sistem Pembayaran Autodebet

Sistem pembayaran *autodebet* adalah pembayaran elektronik yang dilakukan secara langsung dari rekening bank yang bekerja sama dengan pihak universitas untuk pembayaran perkuliahan. Proses ini akan dilaksanakan pada tanggal yang telah ditentukan oleh pihak universitas. Sedangkan manual merupakan pembayaran yang dilakukan oleh mahasiswa dengan menyeter uang ke rekening universitas melalui bank yang bekerja sama dengan pihak universitas. (Kurniawan, 2014).

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Teori TAM pertama kali dikenalkan oleh Davis (1989) yang merupakan pengembangan dari *Theory of*

*Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dalam Larasati, C.P. (2013). Pada era pengenalan model TAM, banyak penelitian yang mencoba membandingkan TAM dengan TRA. Davis *et al.* (1989) menemukan bahwa TAM menjelaskan lebih baik tentang keinginan untuk menerima teknologi di bandingkan dengan TRA. Davis (1989) menyatakan TAM merupakan sebuah model penerimaan sistem teknologi informasi yang diciptakan untuk membantu peneliti memahami bagaimana sistem tersebut dimengerti dan akan digunakan oleh pemakai. Dalam model TAM minat penggunaan teknologi akan dipengaruhi oleh sikap yang sebelumnya akan dipengaruhi juga oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989).

Cheng *et al.* (2006) menyebutkan bahwa TAM telah banyak digunakan dalam penelitian untuk memprediksi minat untuk menerima atau mengadopsi dari berbagai macam teknologi dan sistem komputer.

## 5. Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Dari definisinya, diketahui bahwa kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya.

## 6. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991). Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya.

## 7. Persepsi Risiko

Persepsi risiko (*perceived of risk*) adalah persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu (Hsu dan Chiu, 2004: 362 dalam Saraswati & Baridwan, 2012). Menurut Sjoberg *et al.* (2004) persepsi risiko merupakan penaksiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikasikan kecelakaan yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan konsekuensi yang ditimbulkan. Persepsi risiko mencakup evaluasi kemungkinan atas konsekuensi dari akibat yang negatif.

## 8. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai kecenderungan salah satu pihak yang bersedia menerima tindakan oleh pihak lain meskipun pihak pertama tidak dilindungi oleh pihak kedua dan gagal untuk mengontrol

tindakan pihak kedua (Ling *et al*, 2011). Kepercayaan (*trust*) juga terjadi ketika ada keyakinan bahwa pihak pertama tidak akan mengambil keuntungan dari pihak kedua dalam setiap situasi bahkan jika ada kesempatan untuk melakukannya oleh pihak pertama (Gefen, 2002; Hosmer, 1995; Moorman *et al*, 1992 dalam Ling *et al*, 2011). Dalam penelitian Lee (2009), Amanah (2014), Aryani (2015), dan Fadhlil & Fachrudin (2016) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat selain itu juga diungkapkan bahwa pengguna awal cenderung mengandalkan kepercayaan dalam penggunaan suatu teknologi.

## 9. Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito, 1981).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya.

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007). Berdasarkan definisinya, diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Sehingga, jika seseorang merasa percaya bahwa menggunakan layanan *autodebet* berguna maka orang itu akan menggunakannya atau sebaliknya. Oleh karena itu, tingkat kemanfaatan *autodebet* mempengaruhi minat nasabah terhadap sistem tersebut (Ramadhani, 2008). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi, yaitu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2002), Shih (2004), Cheng *et al* (2006), Al-Somali *et al* (2009), Kesharwani dan Bisht (2011), Nasri dan Charfeddine (2012). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi (Davis, 1989 dan Igbaria, 1997). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H<sub>1</sub>: Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*.

Menurut Amijaya yang mendasar pada Iqbaria (2000) dalam Larasati, C.P. (2013) persepsi kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat

penggunaan teknologi, yaitu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2002), Shih (2004), Al-Somali *et al* (2009), serta Nasri dan Charfeddine (2012). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

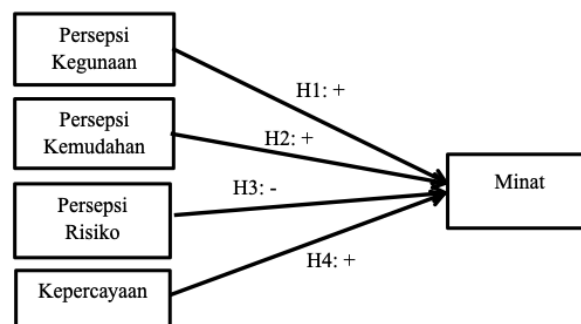
H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*.

Persepsi risiko didefinisikan sebagai suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Dowling dan Staelin dalam Jogiyanto, 2007). Persepsi risiko mengarah pada keyakinan mengenai kemungkinan keuntungan ataupun kerugian diluar pertimbangan bahwa meliputi hubungan dengan kepercayaan secara khusus (Mayer *et al*, 1995: 348). Jadi, persepsi risiko yang semakin tinggi menyebabkan seseorang mempunyai ketakutan lebih tinggi saat bertransaksi menggunakan layanan *autodebet*. Sebaliknya persepsi risiko yang rendah membuat seseorang tidak merasa takut dalam menggunakan layanan *autodebet*. Maka persepsi risiko dapat membentuk minat seseorang dalam menggunakan layanan *autodebet*. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H<sub>3</sub>: Persepsi risiko (*perceived of risk*) berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *autodebet*.

Seseorang yang percaya bahwa melakukan suatu perilaku tertentu akan mengarahkan terutama ke hasil-hasil positif, maka dia akan mempertahankan sikap yang baik terhadap melakukan perilaku tersebut dan sebaliknya seseorang yang percaya melakukan perilaku akan mengarahkan ke hasil-hasil negatif akan mempertahankan sikap yang kurang baik. (Jogiyanto, 2007). Pada kasus tertentu pada layanan *autodebet*, di mana layanan tersebut sangat membutuhkan kepercayaan dari nasabah karena layanan tersebut semakin meninggalkan kontak fisik antara nasabah dan bank. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi *autodebet*. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

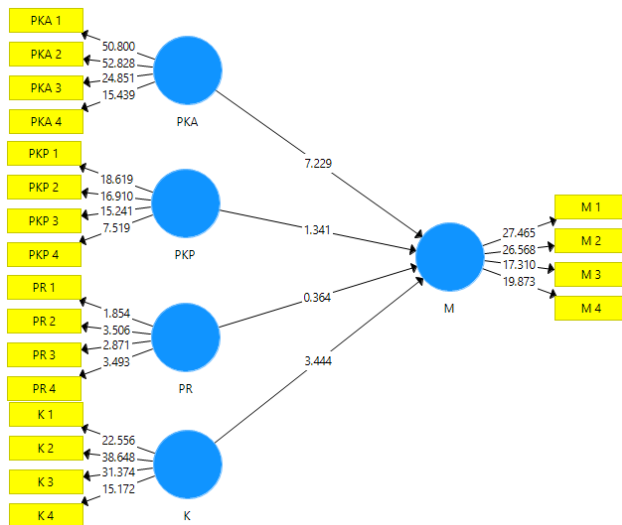
H<sub>4</sub>: Kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*



**Gambar 1.** Kerangka Penelitian

Pemilihan sampel menggunakan metode convenience sampling yang dilakukan pada 119 Mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Data yang telah dirinci kemudian diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS, model dieksekusi dengan menggunakan *Bootstrapping* (Model Struktural). Berikut tampilan *Bootstrapping*:



**Gambar 2.** Model Struktural

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan

	AVE
Persepsi Kegunaan	0.718
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.712
Persepsi Risiko	0.748
Kepercayaan	0.621
Minat	0.655

*loading factor* dan AVE. Suatu konstruk dinyatakan variabel jika nilai *loading factor* > 0,7. AVE > 0,5. Hasil output korelasi antar indikator dengan konstraknya dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1.** AVE

Berdasarkan nilai *loading factor* dan AVE pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua *item* pernyataan telah valid yaitu AVE > 0,5, artinya instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur konstruk sesuai dengan yang diharapkan sehingga hasil tersebut dapat dianalisis selanjutnya. Reliabilitas konstruk dari *measurement model* dengan indikator reflektif dapat diukur dengan melihat nilai *Composite Reliability* dari blok indikator

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>R-Square</i>
Kepercayaan	0.869	0.911	
Minat	0.865	0.908	0.627
Persepsi Kegunaan	0.885	0.922	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.797	0.867	
Persepsi Risiko	0.812	0.879	

yang mengukur konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* di atas 0,70 (Jogiyanto dan Abdillah, 2009: 62). Berikut adalah nilai *Composite Reliability* disajikan pada tabel 2.

**Tabel 2.** Cronbach Alpha, Composite Reliability,  $R^2$

Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* untuk semua konstruk adalah lebih dari 0,7 yang artinya bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria reliabel. Selain menggunakan metode *Composite Reliability*, pengujian reliabilitas juga menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yaitu mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih dari 0,6. Nilai *Cronbach's Alpha* yang ditunjukkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk berada di atas 0,6.

### Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam menilai model struktural dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* untuk setiap variabel laten dependen. Hasil olah data menggunakan *SmartPLS* pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* variabel minat adalah sebesar 0.627. yang artinya 62,7% variabel minat dapat dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan *autodebet*, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

## UJI HIPOTESIS

### 1. Pengujian Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan nilai *T-Statistic* pada gambar 1 menunjukkan bahwa hubungan persepsi kegunaan dengan minat penggunaan adalah signifikan dengan *T-statistic* berada di atas 1,96 yaitu sebesar 7.229. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.517 yang menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kegunaan dengan minat penggunaan adalah positif. Dengan demikian, hipotesis  $H_1$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa "Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*" diterima. Berdasarkan hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi kegunaan yang diperoleh akan memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP. penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), Chau (1996), Igbaria et al (1997), Sun (2003) dikutip dalam Jogiyanto (2007), Suh dan Han (2002), Shih (2004), Cheng et al (2006), Al-Somali et al (2009), Kesharwani dan Bisht (2011), Nasri dan Charfeddine (2012), Larasati (2013), Agustina (2014), dan Aryani (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

## 2. Pengujian Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan nilai *T-statistic* pada gambar 1 menunjukkan bahwa hubungan persepsi kemudahan penggunaan *autodebet* dengan minat penggunaan adalah tidak signifikan dengan *T-statistic* berada di bawah 1,96 yaitu sebesar 1.341. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.119 yang menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan adalah positif.

Dengan demikian, hipotesis H<sub>2</sub> dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*” ditolak. Berdasarkan hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan suatu teknologi tidak memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP. Penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya oleh Suh dan Han (2002), Shih (2004), Ramadhani (2008), Al-Somali *et al* (2009), serta Nasri dan Charfeddine (2012), Larasati (2013), Agustina (2014), Amanah (2014), dan Silvia (2014) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

## 3. Pengujian Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan nilai *T-statistic* pada gambar 1 menunjukkan bahwa hubungan persepsi risiko dengan minat penggunaan adalah tidak signifikan dengan *T-statistic* berada di bawah 1,96 yaitu sebesar 0.364. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.025 yang menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi risiko dengan minat penggunaan adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H<sub>3</sub> dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Persepsi risiko (*perceived of risk*) berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *autodebet*” ditolak. Berdasarkan hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi risiko penggunaan *autodebet* tidak memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP. Penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya oleh Yousafzai *et al* (2003), Yaghoubi dan Bahmani (2011), dan Aryani (2015) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

## 4. Pengujian Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Autodebet

Berdasarkan nilai *T-statistic* pada tabel 6 menunjukkan bahwa hubungan kepercayaan dengan minat penggunaan adalah signifikan dengan *T-statistic* berada di atas 1,96 yaitu sebesar 3.444. Nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0.286 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kepercayaan dengan minat penggunaan adalah positif. Dengan demikian, hipotesis H<sub>4</sub> dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *autodebet*” diterima.

Berdasarkan hasil ini disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap teknologi *autodebet* akan memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Yousafzai *et al* (2003), Lee (2009), Amanah (2014), Aryani (2015), dan Fadhlil dan Fachruddin (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

**Tabel 3.** Path Coefficients

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STERR )	Keterangan
Persepsi kegunaan -> minat penggunaan	0.517	7.229	Diterima
Persepsi kemudahan penggunaan -> minat penggunaan	0.119	1.341	Ditolak
Persepsi risiko -> minat penggunaan	0.025	0.364	Ditolak
Kepercayaan -> minat penggunaan	0.286	3.444	Diterima

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil temuan ini sama dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan Davis (1989), Chau (1996), Igbaria *et al* (1997), Sun (2003) dikutip dalam Jogiyanto (2007), Suh dan Han (2002), Shih (2004), Cheng *et al* (2006), Al-Somali *et al* (2009), Kesharwani dan Bisht (2011), Nasri dan Charfeddine (2012), Davis (1989), Larasati (2013), Agustina (2014), dan Aryani (2015), sehingga hasil penelitian ini didukung. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan mahasiswa yang didapatkan dari *autodebet* dalam pembayaran SPP akan menimbulkan minat mahasiswa untuk menggunakan *autodebet*.

Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil temuan ini tidak sama dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2002), Shih (2004), Ramadhani (2008), Al-Somali *et al* (2009), serta Nasri dan Charfeddine (2012), Larasati (2013), Agustina (2014), Amanah (2014), dan Silvia (2014) sehingga hasil penelitian ini tidak didukung. Hal ini berarti tingginya persepsi kemudahan penggunaan *autodebet* dari

mahasiswa tidak membuat mahasiswa untuk berminat menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP.

Persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil temuan ini tidak sama dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh Yousafzai et al (2003), Yaghoubi dan Bahmani (2011), dan Aryani (2015) sehingga hasil penelitian ini tidak didukung. Hal ini berarti tingginya persepsi risiko dalam menggunakan teknologi *autodebet* tidak berpengaruh terhadap mahasiswa untuk berminat menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil temuan ini sama dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan Yousafzai et al (2003), Lee (2009), Amanah (2014), Aryani (2015), dan Fadhli dan Fachruddin (2016) sehingga hasil penelitian ini didukung. Hal ini membuktikan bahwa tingginya tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap teknologi *autodebet* berpengaruh terhadap mahasiswa untuk berminat menggunakan *autodebet* dalam pembayaran SPP.

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian tersebut, implikasi dari penelitian ini adalah sebagai panduan dan bahan pertimbangan bagi pihak universitas untuk melakukan kerjasama dengan pihak bank dalam menyediakan layanan *autodebet* untuk transaksi pembayaran SPP dan untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan *autodebet* sebagai sarana pembayaran SPP, maka bank harus mampu menumbuhkan rasa kepercayaan mahasiswa. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah Objek penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura saja, sehingga tidak dapat mewakili persepsi atau tingkat pemahaman terhadap penerimaan *autodebet* dalam transaksi pembayaran SPP oleh seluruh mahasiswa Universitas Tanjungpura. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki saran untuk memperluas jumlah responden tidak terbatas hanya kepada satu fakultas saja, sehingga hasil tersebut dapat di generalisasi. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel yang berhubungan dengan *autodebet* seperti variabel keamanan dan variabel privasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina, Chyntia. 2014. *Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Model Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*. Tesis. Universitas Gunadarma, Depok.
- [2] Cheng, T. C. Edwin, Lam, David Y. C., & Yeung, Andy C.L. 2006. *Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong*. Decision Support Systems, 42 (2006), 1558-1572. Doi: 10.1016/j.dss.2006.01.002.
- [3] Davis, F. D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance If Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 Iss. 3, pp. 319-340.
- [4] Fadhli, Muhammad dan Fachruddin, Rudy. 2016. *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Universitas Syiah Kuala. Vol. 1, No. 2, Hlm 264-276.
- [5] Igbaria, M., Zinatelli, N., Cragg, P., dan Cavaye, A. L. M. 1997. *Personal Computing Acceptance Factors in Small Firms: A Structural Equation Model*. Management Information System Quartely. 21: 279-305.
- [6] Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keprilaku*. Yogyakarta: ANDI.
- [7] Lee, M. 2009. *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit*. Electronic Commerce Research and Application 8, pp. 130-141.
- [8] Ling, K. C., Bin Daud, D., Piew, T.H., Keoy, K.H & Hassan, P. 2011. *Perceived Risk, Perceived technology, Online Trust for The Online*.
- [9] Ling, K. C., Bin Daud, D., Piew, T.H., Keoy, K.H & Hassan, P. 2011. *Perceived Risk, Perceived technology, Online Trust for The Online*.
- [10] Nasri, Wadie, & Charfeddine, Lanouar. 2012. *Factors Affecting The Adoption Of Internet Banking In Tunisia: An Integration Theory Of Acceptance Model And Theory Of Planned Behavior*. The Journal of High Technology Management research, 23 (2012), 1-14.
- [11] Pavlou, Paul, A. 2001. *Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective*. Southern California.
- [12] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2015 tentang Biaya Kuliah Tunggal dan Uang Kuliah Tunggal pada Perguruan Tinggi Negeri di Lingkungan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. Diperoleh dari <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/08/Permenristekdikti22-2015BKT-UKT-PTN.pdf>
- [13] Saraswati, Pradhita dan Zaki Baridwan. 2012. *Penerimaan Sistem E-commerce Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko*. Malang.
- [14] Shih, Hung-Pin. 2004. *Extended Technology Acceptance Model of Internet Utilization Behavior*. Information & Management, 41 (6), 719-7129.
- [15] Sjöberg, L., Moen, B.E., Rundmo, T. (2004). *Explaining Risk Perception on Evaluation of the Psychometric Paradigm in Risk Perception Research*. Norway: Rotunde.
- [16] Suh, Bomil, & Han, Ingoo. 2002. *Effect of trust on customer acceptance of Internet banking*. Electronic Commerce Research and Applications, 1 (3-4), 247-263.

- [17] Wilkinson, Joseph. W. 1993. *Accounting and Information System*. Jilid 1. Edisi ketiga. Jakarta: Binapura Aksara.
- [18] Yaghoubi, N & Bahmani, E. 2011. *Behavioral Approach to Policy Making of the Internet Banking Industry: The Evaluation of Factors Influenced on the Customers Adoption of Internet Banking Services*. African Journal of Business Management, 5(16), 6785-6792.
- [19] Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., and Foxall, G. R. 2003. *A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking*. *Technovation* (23), pp 847-860.
- [20] Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.