

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY CARD*
DALAM PEMBAYARAN RETRIBUSI DAERAH
(Studi Empiris pada Pengguna Parkir Elektronik di Kota Surabaya)**

Arum Indrasari¹, Bagas Permadi²

Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
arum.indrasari@umy.ac.id, beep.ravens@gmail.com

Intisari

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money card* dalam pembayaran retribusi daerah. Populasi penelitian ini adalah pengguna jasa parkir elektronik dan pedagang sekitar area parkir elektronik yang berlokasi di Kota Surabaya, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan, diperoleh sampel 140 responden. Uji Hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* dalam pembayaran retribusi daerah.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepercayaan, Minat Menggunakan *E-money Card*.

A. PENDAHULUAN

Perpaduan kemajuan teknologi informasi pada sektor perekonomian memunculkan inovasi yaitu *financial technology* (fintech). Keberadaan fintech mendorong perubahan dan peralihan masyarakat ke arah yang modern dari sebelumnya sekaligus menjadi solusi dalam memberikan layanan keuangan seperti kegiatan bertransaksi yang terasa simpel sehingga dapat menghemat waktu. Fintech juga menawarkan berbagai konsep baru yang praktis dalam melakukan setiap transaksi (Basuki & Husein, 2018). Kegiatan transaksi baik secara offline maupun online sudah menjadi hal biasa

bagi masyarakat Indonesia, adanya kemudahan akses yang diberikan serta beragamnya metode pembayaran yang disediakan oleh pihak penyedia jasa pembayaran menjadikan masyarakat semakin konsumtif dari sebelumnya.

Seiring berkembangnya era digitalisasi, metode pembayaran khususnya non-tunai (menggunakan uang elektronik) mulai beragam bentuknya. Akhir-akhir ini metode pembayaran tersebut, mulai digemari masyarakat karena beragamnya layanan serta manfaat yang ditawarkan. Maraknya perusahaan *start-up* yang terus berkembang diberbagai bidang, mulai dari *e-commerce* (BukaLapak, Shopee,

TokoPedia, dll) hingga transportasi online (Gojek, Grab) diduga menjadi pemicunya. Sebelum maraknya perusahaan *start-up* di Indonesia, pihak perbankan lebih dulu mengembangkan produk-produk *e-money* seperti kartu debit, kartu kredit, *i-banking*, *mobile banking* dan saat ini tengah populer jenis kartu multibayar seperti BCA Flazz, BNI TapCash, BRI BRIZZI, BTN Blink, E-money Mandiri.

Menurut data yang diperoleh dari Bank Indonesia, jumlah transaksi menggunakan uang elektronik mengalami peningkatan yang signifikan pada periode empat tahun terakhir yakni di tahun 2016 jumlah volume transaksi mencapai angka 683.133.352 dengan nilai nominal Rp 7.063.689, kemudian pada tahun 2017 volume transaksi mengalami peningkatan menjadi 943.319.933 dengan nilai nominal Rp 12.375.469, pada tahun 2018 volume transaksi meningkat drastis yakni 2.922.698.905 dengan nilai nominal Rp 47.198.616, peningkatan yang terjadi tidak berhenti di tahun 2018 melainkan masih berlanjut di tahun 2019 dengan volume transaksi sebanyak 5.226.699.919 serta nilai nominal yang mencapai angka Rp 145.165.468. Peningkatan volume transaksi dari tahun ke tahun, membawa kabar baik terhadap perekonomian di Indonesia.

Semenjak GNNT diresmikan pada tahun 2014 lalu, masing-masing pemerintah daerah mulai melakukan pembenahan (*upgrade*) baik dari segi infrastruktur maupun sumber daya manusianya. Hal ini dilakukan demi mewujudkan pelayanan publik yang bersifat transparansi dan akuntabilitas. Jakarta merupakan salah satu Kota di Indonesia yang saat ini sudah menerapkan

sistem pembayaran non-tunai (*cashless*) hampir diberbagai fasilitas layanan publik. Penelitian yang dilakukan Wibowo, Rosmauli, & Suhud (2015) menyatakan bahwa penggunaan jasa commuterline di Jakarta dalam menggunakan pembayaran *e-money card* menerima respon positif dari masyarakat. Penelitian tersebut memiliki makna bahwa masyarakat Kota Jakarta dapat menerima dengan baik terkait penggunaan *e-money card* pada layanan publik yang ditawarkan oleh pemerintah.

Apabila dilakukan perbandingan dengan Kota Surabaya, maka perkembangan *cashless* nya belum sepesat Kota Jakarta. Pemerintah Kota Surabaya masih harus melakukan berbagai pembenahan (*upgrade*) secara bertahap terhadap layanan publiknya, agar dapat beralih ke sistem yang modern. Pemerintah Kota Surabaya sebenarnya sudah merencanakan berbagai program yang akan dilaksanakan demi terwujudnya *Surabaya Digital Society*. Melalui Dinas Perhubungan Kota Surabaya, penerapan sistem *cashless* sudah dilakukan untuk beberapa layanan pembayaran salah satunya adalah layanan parkir dengan bantuan alat parkir meter (parkir elektronik).

Penerapan parkir elektronik memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan tersendiri yakni sudah terintegrasi dengan sistem pemerintah Kota Surabaya sehingga terdapat dasar yang jelas atas pengenaan tarifnya, praktis, dan terhindar dari pungli (pungutan liar) karena telah menggunakan sistem pembayaran *e-money* dalam bentuk kartu multibayar yang diterbitkan oleh pihak bank yang bekerjasama dengan pemerintah Kota Surabaya. Sedangkan

kekurangannya adalah pengadaan alatnya tidak murah, tidak cocok digunakan apabila lokasinya kurang ramai, rentan akan kerusakan, memerlukan perbaikan berkala (Hutagalung, 2017).

Berbeda dengan parkir bebas pada umumnya yang berada diberbagai tempat dan terkadang dapat menimbulkan kemacetan serta kurang terintegrasi dengan pemerintah Kota Surabaya sehingga tidak ada dasar dalam penetapan tarif atau penetapannya sesuka hati jukir (juru parkir) sehingga memungkinkan siapa saja dapat melakukan pungli (pungutan liar), hal ini tentunya akan menimbulkan kebocoran pendapatan dari layanan parkir (Kurniawan, 2019). Layanan parkir merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) selain pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Daerah/Kota/Kabupaten. Layanan parkir ini masuk dalam kategori retribusi daerah, namun setiap pendapatan yang diperoleh dari layanan parkir baik dikelola badan maupun perorangan dapat menjadi pendapatan pajak parkir (Hutagalung, 2017). Pemerintahan mempunyai wewenang mengelola penerimaan pajak, tujuannya ialah memenuhi pengeluaran negara, menghindari kesenjangan regulasi, dan dapat menciptakan suasana keadilan di Indonesia (Tahar & Rachman, 2014).

Penelitian ini merupakan bentuk replikasi dan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dkk. (2015), dengan menggunakan objek yang berbeda. Adapun hal yang memotivasi peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu masih terdapat penelitian yang memberikan hasil berbeda, seperti penelitian Ramadhan dkk. (2016) terkait persepsi manfaat,

kemudahan, keamanan dan risiko terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan sedangkan variabel yang lainnya memiliki pengaruh signifikan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini juga terbilang masih *fresh* karena diresmikan pada tahun 2018 yakni beralihnya sistem pembayaran tunai ke non-tunai pada penerapan parkir elektronik di Kota Surabaya. Apabila dalam penerapannya dapat dilakukan pada berbagai tempat yang ramai, maka potensi akan meningkatnya pendapatan asli daerah Kota Surabaya terbilang signifikan. Kemudian dengan adanya parkir elektronik ini, bertujuan meminimalisir parkir secara ilegal yang dimana pendapatan dari parkir tersebut tidak masuk ke dalam pendapatan asli daerah Kota Surabaya melainkan kantong pribadi seorang jukir (juru parkir).

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori TAM merupakan adopsi dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen & Fishbein (1980), mengaitkan tentang perilaku penggunaan teknologi informasi dengan teori psikologis seperti keinginan / minat / niat, kepercayaan, hubungan perilaku pengguna, dan sikap. Sedangkan TAM diperkenalkan oleh Davis dkk. (1989), sebuah model yang digunakan dalam memperkirakan sikap pengguna pada saat menggunakan suatu teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Teori ini memberikan penjelasan secara ringkas mengenai faktor penentu yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi dan bagaimana cara menyikapinya (Novindra & Rasmini, 2017). Tidak semua orang mampu menerima dengan mudah dan memanfaatkan teknologi yang baru saja ia ketahui, maka dari itu perlu dilakukannya penyesuaian terlebih dahulu (Juhri & Dewi, 2017).

2. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang dibuat guna mengumpulkan serta memproses data transaksi yang kemudian disampaikan kepada pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Weygandt dkk., 2007). Sedangkan menurut Bodnar & Hopwood (2006), mendefinisikan sistem informasi akuntansi sebagai sistem dengan basis komputer yang sengaja dirancang untuk mentransformasikan data keuangan menjadi informasi yang bermanfaat. Adapun enam komponen dari sistem informasi akuntansi menurut Romney & Steinbart (2015) meliputi orang yang menggunakan, prosedur dan instruksi, data, perangkat lunak, infrastruktur teknologi informasi, serta pengendalian internal dan ukuran keamanan. Sistem informasi akuntansi dapat diterapkan diberbagai organisasi bisnis maupun sektor publik seperti pemerintah daerah (Juwita, 2013).

3. Pendapatan Asli Daerah

Halim (2007), berpendapat bahwa semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah disebut PAD sedangkan menurut Siregar (2015), PAD

merupakan penerimaan pendapatan yang berasal dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri dan dipungut berdasarkan Peraturan Daerah yang berlaku. Dalam UU RI No.33 Tahun 2004, menyebutkan bahwa: “Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

4. Retribusi Daerah

Halim (2007), menyatakan bahwa retribusi daerah merupakan bentuk pelayanan langsung yang diberikan oleh Pemerintah Daerah kepada masyarakat sehingga manfaatnya dapat dinikmati saat itu juga serta pelaksanaannya berdasarkan peraturan yang berlaku. Berdasarkan UU RI No.28 Tahun 2009, menyebutkan bahwa: “Retribusi Daerah yang selanjutnya disebut Retribusi, adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau Badan”. Semakin besar kontribusi yang berasal dari retribusi daerah maka semakin besar penerimaan Pendapatan Asli Daerahnya yang nantinya akan berdampak kembali ke masyarakat (Ramlan dkk., 2016).

5. Parkir

Disebutkan dalam Perda Kota Surabaya No.3 Tahun 2018, Parkir adalah keadaan Kendaraan berhenti atau tidak bergerak untuk beberapa saat dan ditinggalkan pengemudinya. Adapun orang yang ditunjuk oleh Kepala Dinas

Perhubungan Kota Surabaya untuk mengelola tempat parkir yang dinamakan Juru Parkir. Terdapat empat jenis parkir yang ada di Kota Surabaya yakni: (1) Parkir di Tepi Jalan Umum (TJU), parkir yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah di dalam ruang milik jalan dan merupakan objek retribusi, (2) Tempat Khusus Parkir (TKP), parkir yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah di luar ruang milik jalan meliputi pelataran/lingkungan parkir, taman parkir, gedung parkir, dan/atau tempat parkir wisata yang secara khusus disediakan, dimiliki, dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah serta merupakan objek retribusi, (3) Parkir Zona, suatu bentuk pelayanan parkir dengan ditetapkan tarif parkir tersendiri untuk setiap zona atau kawasan tertentu, (4) Parkir Insidental, merupakan tempat parkir TJU yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah secara tidak tetap (sementara) karena adanya suatu kepentingan.

6. Uang Elektronik (*e-money*)

Dalam PBI No.20/6/PBI/2018 yang membahas tentang Uang Elektronik memiliki kriteria sebagai berikut: (1) Penerbit menerima nilai uang setoran dahulu kemudian menerbitkan uang elektronik, (2) Penyimpanan nilai nominal uang dilakukan secara elektronik pada suatu media *server* atau *chip*, (3) Memiliki fungsi dalam menjadi alat pembayaran dan/atau transfer dana ketika melakukan transaksi, (4) Nilai uang elektronik yang disetor akan dikelola oleh penerbit adalah pihak yang menerbitkan uang elektronik bukan sebagai simpanan yang dimaksudkan UU Perbankan.

Adanya *e-money* menjadikan transaksi pembayaran efisien dan efektif dari sebelumnya karena mudah digunakan terutama dalam transaksi minim nominalnya atau sedikit sehingga tidak harus selalu menyediakan uang kembalian, kemudian tidak membutuhkan waktu yang lama dalam menyelesaikan pembayaran sehingga dapat menghemat waktu, dan yang terakhir dapat dilakukannya pengecekan saldo serta menambah atau mengurangi saldo melalui fasilitas yang tersedia.

7. Minat Menggunakan

Suatu keadaan yang memungkinkan seseorang menilai sesuatu secara subyektif mengenai keterkaitan diri sendiri dengan beberapa tindakan yang ada disekitarnya (Ajzen & Fishbein, 1980). Sedangkan menurut pemahaman Ramadhan dkk. (2016), minat adalah suatu keadaan yang menggambarkan adanya kemauan dan dorongan dari dalam diri untuk memilih dan menggunakan suatu objek. Hal ini sejalan dengan pemikiran Rithmaya (2016), mengartikan minat sebagai suatu bentuk pilihan dalam mengambil keputusan menggunakan atau tidak menggunakan teknologi.

Adanya faktor internal seperti keinginan untuk menggunakan teknologi dan/atau internet dengan mengakses fitur layanan yang disediakan juga termasuk definisi dari minat (Andriyano & Rahmawati, 2016). Selain faktor internal, adapun faktor eksternal menurut Romadloniyah & Prayitno (2018), yakni sesuatu hal yang diperlukan dalam membantu aktivitas sehari-hari, adanya pengenalan sebuah produk yang menarik

perhatian, dan dapat menjadi alternatif. Hal ini sejalan dengan pemikiran menurut Kotler & Keller (2012), yaitu munculnya minat karena adanya rangsangan yang diterima setelah melihat suatu produk, kemudian timbul pemikiran untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya muncul keinginan untuk membeli serta memiliki produk tersebut.

8. Persepsi Manfaat

Seseorang yang memiliki rasa percaya bahwa adanya sebuah teknologi informasi dapat memberikan manfaat, maka ia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Davis (1986) menyatakan bahwa sebuah teknologi informasi dapat memberikan manfaat berupa efektivitas, efisiensi, produktivitas, serta kebermanfaatannya secara keseluruhan. Adanya teknologi dapat memberikan keuntungan tersendiri daripada tidak menggunakan teknologi sama sekali (Andriyano & Rahmawati, 2016). Keuntungan yang diperoleh dari menggunakan teknologi dapat berupa fisik maupun non-fisik (Romadloniyah & Prayitno, 2018), misalnya tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga dan dapat menghemat waktu dalam melakukan aktivitas.

9. Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2007), mengartikan persepsi kemudahan sebagai tingkat keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi merupakan hal yang simpel dan tidak sulit sehingga hanya membutuhkan usaha minim. Sedangkan pemahaman menurut Ramadhan dkk. (2016), persepsi kemudahan adalah suatu

bentuk keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan. Selain itu, jika suatu teknologi menawarkan kemudahan, maka seseorang akan cenderung memakainya karena memiliki manfaat (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

10. Fitur Layanan

Poon (2008), mengemukakan beberapa indikator ketersediaan fitur yaitu kemudahan dalam mengakses informasi tentang produk maupun jasa, ketersediaan layanan transaksi yang beragam, fitur yang beragam jenisnya, dan inovasi produk yang dapat menarik perhatian banyak orang. Salah satu faktor penting dalam melihat sukses tidaknya suatu produk adalah dari keberagaman fitur layanan yang ditawarkan kepada konsumennya (Wibowo dkk., 2015). Fitur layanan juga dapat membantu pengguna teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya (Rithmaya, 2016).

11. Kepercayaan

Menurut Flavián & Guinalú (2006), kepercayaan merupakan faktor penting dalam melakukan transaksi. Kepercayaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam memahami kondisi psikologis seseorang (Widjana & Rachmat, 2011). Keandalan dan kejujuran merupakan situasi yang diinginkan oleh setiap individu, kepercayaan menjadikan kegiatan yang dilakukan menjadi nyaman dan aman (Barnes dkk., 2007; Suhir dkk., 2014). Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalin hubungan sosial maka dari itu rasa kepercayaan perlu dibangun sejak dini dan juga harus dapat

dibuktikan adanya (Aribowo & Nugroho, 2013).

12. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*

Berdasarkan model TAM, adanya teknologi dapat memberi keuntungan yang baik daripada tidak menggunakan teknologi sama sekali (Andriyano & Rahmawati, 2016). *E-money* merupakan salah satu produk dari kecanggihan teknologi *fintech* yang berfokus pada aktivitas transaksi sehari-hari dengan meminimalkan penggunaan uang tunai, dengan kata lain mengalihkan sistem pembayaran tunai ke non-tunai melalui bantuan alat dan sistem elektronik yang saling terhubung satu sama lain. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya menggunakan *e-money* dapat memberikan manfaat bagi penggunanya.

Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriyano & Rahmawati (2016); Priambodo & Prabawani (2016); Rithmaya (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Akan tetapi penelitian serupa yang dilakukan oleh Ramadhan dkk. (2016), memberikan hasil yang berbeda dimana persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Adanya perbedaan pola pikir yang dimiliki setiap individu serta pengaruh kondisi lingkungan sekitar, memungkinkan untuk menilai suatu objek dengan sudut pandang yang berbeda.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 1:

H₁: Persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.

13. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*

Berdasarkan model TAM, jika suatu teknologi menawarkan kemudahan, maka seseorang akan cenderung memakainya karena memiliki manfaat (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Keberadaan *e-money* memberikan dampak yang cukup besar pada perekonomian Indonesia. Maraknya metode pembayaran non-tunai yang disediakan oleh pihak penyedia jasa pembayaran menjadikan masyarakat semakin konsumtif dari sebelumnya. Salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat lebih konsumtif dari sebelumnya ialah adanya kemudahan dalam melakukan transaksi. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya penggunaan *e-money* itu mudah.

Penelitian Wibowo dkk. (2015); Ramadhan dkk. (2016), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriyano & Rahmawati (2016); Priambodo & Prabawani (2016); Rithmaya (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Banyaknya pengguna dan macam *e-money* yang berkembang di setiap tahunnya telah membuka peluang bagi pemerintah untuk melakukan pembaharuan terhadap sistem layanan publiknya sehingga dapat diterapkan juga metode pembayaran *e-*

money ketika melakukan transaksi seperti membayar pajak maupun retribusi daerah.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 2:

H₂: Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.

14. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*

Berdasarkan teori Poon (2008), fitur layanan dapat membantu pengguna teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya (Rithmaya, 2016) karena setiap teknologi menawarkan fitur layanan yang berbeda-beda, baik dari segi manfaat maupun kemudahan. Adanya perbedaan tersebut sering dikenal sebagai inovasi, *e-money* merupakan salah satu contohnya. Perkembangan *e-money* di Indonesia saat ini terbilang cukup pesat daripada tahun-tahun sebelumnya, kemunculan perusahaan *start-up* seolah-olah menjadi pemicunya. Hal ini dikarenakan mereka mampu mengemas *e-money* secara apik melalui fitur layanan yang ditawarkan dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian banyak orang. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya keberadaan *e-money* mampu menyediakan beragam fitur layanan yang dapat mempermudah aktivitas transaksi.

Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rithmaya (2016). Fitur layanan memiliki peranan

penting demi terwujudnya kemudahan dan kemanfaatan pada teknologi, adanya fitur layanan dapat membantu menutupi kekurangan dari suatu sistem yang ada pada teknologi tersebut baik dari segi manfaat maupun kemudahan.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 3:

H₃: Fitur layanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.

15. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*

Berdasarkan teori Flavián & Guinalú (2006), Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalin hubungan sosial maka dari itu rasa kepercayaan harus dapat dibuktikan adanya (Aribowo & Nugroho, 2013). Seseorang yang melakukan transaksi menggunakan *e-money* seharusnya tidak perlu merasa khawatir dan cemas akan bukti transaksi, karena semuanya sudah terdokumentasi secara otomatis dan terkomputerisasi oleh sistem kecuali *human error*. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya transaksi menggunakan *e-money* mampu memberikan rasa kepercayaan terhadap penggunanya sehingga dapat menumbuhkan minat menggunakan secara berulang.

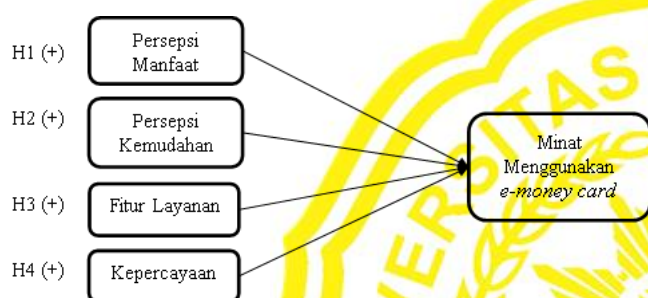
Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan penelitian yang dilakukan Andriyano & Rahmawati (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Rasa kepercayaan yang dimiliki oleh setiap individu berbeda, namun rasa tersebut akan

tumbuh seiring adanya manfaat yang diperoleh dari menggunakan teknologi secara terus menerus.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 4:

H4: Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.

Berikut model penelitian yang diajukan:



C. METODE PENELITIAN

1. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya, objeknya adalah parkir elektronik sedangkan subyeknya adalah pengguna jasa parkir dan pedagang sekitar area parkir elektronik yang berlokasi di Balai Kota dan Taman Bungkul.

2. Jenis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif (Sugiyono, 2010). Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui survei dan penyebaran kuesioner kepada responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sekaran (2007)

mengartikan teknik *purposive sampling* sebagai metode pengumpulan data dimana terdapat karakteristik atau kriteria tertentu sehingga informasi yang dibutuhkan sesuai yang diharapkan. Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh responden kategori pengguna jasa parkir yaitu mempunyai kendaraan, baik roda dua maupun empat untuk diparkirkan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui survei dan alat bantu berupa kuesioner. Menurut Jogiyanto (2007), mendefinisikan survei sebagai metode pengumpulan data primer dengan cara memberikan beberapa pertanyaan/ Pernyataan secara langsung kepada responden yang menjadi subyek penelitian. Skala yang digunakan untuk mengukur kuesioner penelitian adalah *skala likert* dengan pernyataan positif, jika menunjukkan angka 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

5. Definisi Operasional Variabel

Persepsi Manfaat, suatu keuntungan yang diperoleh dari menggunakan teknologi berupa fisik maupun non-fisik (Romadloniyah & Prayitno, 2018) misalnya tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga serta dapat menghemat waktu dalam melakukan aktivitas. Dalam mengukur variabel persepsi manfaat, peneliti menggunakan rujukan dari kuesioner Ramadhan dkk. (2016) dan penelitian Rithmaya (2016) dengan lima item pernyataan dan dua indikator (kemudahan dan efisiensi) yang sudah termasuk ke

dalam item pernyataan serta skala *likert* sebagai pengukurnya.

Persepsi Kemudahan, merupakan suatu bentuk keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan (Ramadhan dkk., 2016). Dalam mengukur variabel persepsi kemudahan, peneliti menggunakan rujukan dari penelitian Dewi & Warmika (2016) dan Rithmaya (2016) dengan lima item pernyataan dan dua indikator (dapat dimengerti dan dipahami) yang sudah termasuk ke dalam item pernyataan serta skala *likert* sebagai pengukurnya.

Fitur Layanan, dapat membantu pengguna teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya (Rithmaya, 2016). Dalam mengukur variabel fitur layanan, peneliti menggunakan rujukan dari penelitian Poon (2008) dan Rithmaya (2016), yang kemudian dimodifikasi pada layanan parkir elektronik dengan lima item pernyataan dan dua indikator (keragaman fitur dan transparansi) yang sudah termasuk ke dalam item pernyataan serta skala *likert* sebagai pengukurnya.

Kepercayaan, keandalan dan kejujuran merupakan situasi yang diinginkan oleh setiap individu. Adanya rasa kepercayaan menjadikan kegiatan yang dilakukan menjadi nyaman dan aman (Barnes dkk., 2007; Suhir dkk., 2014). Dalam mengukur variabel kepercayaan, peneliti menggunakan rujukan dari penelitian Chauhan (2015), yang kemudian dimodifikasi pada layanan parkir elektronik dengan tiga item pernyataan dan dua indikator (transparansi dan keamanan) yang sudah termasuk ke dalam item pernyataan serta skala *likert* sebagai pengukurnya.

Minat Menggunakan, merupakan suatu keadaan yang menggambarkan adanya kemauan dan dorongan dari dalam diri untuk memilih dan menggunakan suatu objek (Ramadhan dkk., 2016). Dalam mengukur variabel minat menggunakan *e-money*, peneliti menggunakan rujukan dari kuesioner Ramadhan dkk. (2016) dan penelitian Rithmaya (2016), yang kemudian dimodifikasi pada layanan parkir elektronik dengan tiga item pernyataan dan dua indikator (keinginan dan ketertarikan) yang sudah termasuk ke dalam item pernyataan serta skala *likert* sebagai pengukurnya.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 15. Regresi linear berganda dilakukan untuk menguji:

Koefisien determinasi, apabila nilai R^2 besar maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen baik (Nazaruddin & Basuki, 2017).

Simultan, apabila nilai $\text{sig. } F < 0,05$, maka dapat dikatakan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Parsial, hipotesis diterima apabila nilai $\text{sig. } T < 0,05$ dan beta searah dengan hipotesis sedangkan jika nilai $\text{sig. } T > 0,05$ maka menunjukkan hipotesis ditolak atau dikatakan memiliki pengaruh secara parsial.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Hasil uji validitas pada setiap instrument penelitian, menunjukkan nilai R hitung (*pearson correlation*) < R tabel atau nilai sig. < 0.05, sehingga instrument dalam penelitian dikatakan valid karena sudah memenuhi nilai standar.

b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar
PM (X1)	,867	0,7
PK (X2)	,856	0,7
FL (X3)	,871	0,7
K (X4)	,820	0,7
MM (Y)	,842	0,7

Berdasarkan Tabel di atas, setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pada penelitian ini reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Z	Nilai Standar
,854	0,05

Berdasarkan Tabel di atas, Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance (>0,1)	VIF (<10)
PM (X1)	,222	4,500
PK (X2)	,215	4,647
FL (X3)	,234	4,273
K (X4)	,274	3,653

Berdasarkan Tabel di atas, hasil uji multikolinearitas menunjukkan setiap variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan setiap variabel independen lolos uji multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Alpha Sig. (> 0,05)
PM (X1)	,172	0,05
PK (X2)	,062	0,05
FL (X3)	,943	0,05
K (X4)	,073	0,05

Berdasarkan Tabel di atas, hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Glesjer*, menunjukkan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini lolos uji heteroskedastisitas atau tidak terkena heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	,152	,521	,292	,771
1 PM	,189	,054	3,473	,001
PK	,170	,058	2,920	,004
FL	,133	,053	2,535	,012
K	,168	,072	2,332	,021

Berdasarkan Tabel diatas, model regresinya adalah sebagai berikut:

$$MM = ,152 + ,189 PM + ,170 PK + ,133 FL + ,168 K + e$$

a. Uji t (Parsial)

1. Berdasarkan Tabel Uji Hipotesis di atas, persepsi manfaat memiliki nilai koefisien regresi ,189 dengan nilai t sebesar 3,473 dan nilai signifikannya ,001. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan, maka dapat disimpulkan **Hipotesis 1 diterima.**
2. Berdasarkan Tabel Uji Hipotesis di atas, persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien regresi ,170 dengan nilai t sebesar 2,920 dan nilai signifikannya ,004. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan, maka dapat disimpulkan **Hipotesis 2 diterima.**
3. Berdasarkan Tabel Uji Hipotesis di atas, fitur layanan memiliki nilai koefisien regresi ,133 dengan nilai t sebesar 2,535 dan nilai signifikannya ,012. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan, maka dapat disimpulkan **Hipotesis 3 diterima.**
4. Berdasarkan Tabel Uji Hipotesis di atas, kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi ,168 dengan nilai t sebesar 2,332 dan nilai signifikannya ,021. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan, maka dapat disimpulkan **Hipotesis 4 diterima.**

b. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	845,916	4	211,479	118,230	,000 ^a
	Residual	241,476	135	1,789		
	Total	1087,393	139			

Berdasarkan Tabel di atas, hasil uji simultan menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0,05 dan nilai f hitung yang lebih besar dari f tabel (2,44) sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh simultan terhadap variabel minat menggunakan.

c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,771	1,337

Berdasarkan Tabel Uji Koefisien Determinasi di atas, *adjusted r square* memiliki nilai sebesar ,771 yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan mampu menjelaskan variabel minat menggunakan dengan tingkat persentase 77% dan sisanya yaitu 23% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti.

d. Pembahasan (Interpretasi)

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money card*

Pengujian hipotesis satu menunjukkan hasil diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian milik Wibowo dkk.

(2015) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Masyarakat Kota Surabaya mulai dari kalangan pelajar hingga kalangan pekerja memandang *e-money card* sebagai alternatif pembayaran dalam suatu transaksi, yang dapat memberikan beragam manfaat baik secara teknis maupun non teknis. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) yang menyatakan bahwa semakin banyak manfaat yang diterima oleh pengguna, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan uang elektronik.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan hasil diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian milik Wibowo dkk. (2015) dan Ramadhan dkk. (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Layanan parkir elektronik yang diadakan oleh pemerintah Kota Surabaya bertujuan mendukung gerakan nasional non-tunai dan memberikan sarana kemudahan atau fasilitas transaksi kepada masyarakat. Dengan kata lain mengoptimalkan penggunaan *e-money card* agar dapat digunakan pada berbagai

jenis transaksi. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan uang elektronik mengakibatkan banyaknya layanan uang elektronik, sehingga dapat meningkatkan minat penggunaannya.

3. Pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan hasil diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian milik Wibowo dkk. (2015) yang menyatakan bahwa fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Masyarakat Kota Surabaya menganggap fitur layanan sebagai salah satu faktor yang mendukung dalam menggunakan fasilitas parkir elektronik, karena dapat memberikan informasi yang jelas serta mengetahui darimana informasi tersebut berasal. Dengan kata lain, adanya fitur layanan dapat memberikan informasi yang transparan bagi penggunaannya sehingga dapat meningkatkan minat menggunakan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rithmaya (2016) yang menyatakan bahwa fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan.

4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan hasil diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian milik Wibowo dkk. (2015) dan Andriyano & Rahmawati (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Program parkir elektronik diadakan untuk mengurangi jumlah pungutan liar (pungli) dan bertujuan meningkatkan layanan publik Kota Surabaya ke arah yang modern sehingga masyarakat dapat merasa aman serta nyaman. Adanya petugas parkir resmi dan pengawas petugas parkir yang berasal dari Dishub Kota Surabaya, dapat menumbuhkan rasa percaya masyarakat ketika menggunakan layanan parkir elektronik. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Romadloniyah & Prayitno (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

E. KESIMPULAN

a. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel serta mendapatkan bukti empiris dari hasil analisis data primer yang dilakukan mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat

menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil analisis maka kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut:

1. Hasil hipotesis 1 diterima, maka persepsi manfaat dikatakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.
2. Hasil hipotesis 2 diterima, maka persepsi kemudahan dikatakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.
3. Hasil hipotesis 3 diterima, maka fitur layanan dikatakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.
4. Hasil hipotesis 4 diterima, maka kepercayaan dikatakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* pada layanan parkir elektronik.

b. Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau memperluas objek dan sampel, seperti gedung-gedung khusus parkir di Kota Surabaya yang sama-sama menggunakan metode pembayaran *cashless*.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen seperti kepuasan, risiko, dan keamanan.

c. Implikasi

1. Pemerintah Kota Surabaya diharapkan dapat mensosialisasikan program parkir elektronik secara merata (baik online maupun offline) di seluruh wilayah Surabaya.
2. Pemerintah Kota Surabaya diharapkan dapat melakukan peningkatan (*upgrade*) perangkat parkir sehingga dapat lebih mempermudah pelayanan serta mampu mengoptimalkan layanan parkir elektronik.

d. Batasan

1. Objek yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, karena hanya berfokus di dua tempat saja yakni Taman Bungkul dan Balai Kota Surabaya.
2. Waktu yang digunakan dalam penelitian terbatas, karena hanya dilakukan dalam kurun waktu hampir satu bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs*. New Jersey: Prentice Hall.
- Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita Edisi 2*, 4(2).
- Aribowo, D. P. J., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 11–35.
- Bank Indonesia. Diakses 23 Mei 2019, dari <https://www.bi.go.id/>.
- Barnes, S. J., Bauer, H. H., Neumann, M. M., & Huber, F. (2007). Segmenting Cyberspace: A Customer Typology for The Internet. *European Journal of Marketing*, 41(1/2), 71–93.
- Basuki, F. H., & Husein, H. (2018). Analisis SWOT Financial Technology pada Dunia Perbankan di Kota Ambon (Survei pada Bank di Kota Ambon). *Jurnal Manis*, 2(1), 60–74.
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2006). *Sistem Informasi Akuntansi* (9 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of Mobile Money by Poor Citizens of India: Integrating Trust Into The Technology Acceptance Model. *Info*, 17(3), 58–68.
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results. *M.I.T*, 291.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information

- Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. Kt. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636.
- Flavián, C., & Guinalú, M. (2006). Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to A Web Site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanović, N., & Meijers, E. (2007). Smart Cities Ranking of European Medium-Sized Cities. *Vienna UT*.
- Hadi, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan* (1 ed.). Yogyakarta: Ekonesia.
- Hutagalung, M. K. (2017). Perancangan Prototive Parkir Meter Portable. *Semantika - Seminar Nasional Teknologi Informatika*, 16–24.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 16.
- Juwita, R. (2013). Pengaruh Implementasi Standar Akuntansi Pemerintahan dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *TRIKONOMIKA*, 12(2), 201–214.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses 23 Mei 2019, dari <https://www.kemenkeu.go.id/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14 ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, A. (2019). Analisis Pengelolaan Retribusi Daerah Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Kasus pada Seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait Retribusi di Kabupaten Tulungagung). *JIAP - Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 5(1), 87–96.
- Nazaruddin, I., & Basuki, A. T. (2017). *Analisis Statistik dengan SPSS (Pertama)*. Yogyakarta: Dianisa Media.

- Novindra, N. P. B., & Rasmini, N. K. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Computer Self Efficacy pada Minat Penggunaan E-Spt. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1116–1143.
- Pemerintah Kota Jakarta. Diakses 22 Mei 2019, dari Smart City website: <https://smartcity.jakarta.go.id/>.
- Pemerintah Kota Surabaya. Diakses 22 Mei 2019, dari <https://www.surabaya.go.id/>.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik*. (2018). Gubernur Bank Indonesia.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Perparkiran Di Kota Surabaya*. (2018). WaliKota Surabaya.
- Poon, W. (2008). *Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(1), 59–69.
- 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.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money. *JDEB - Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 131–145.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 699–711.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems (Sistem Informasi Akuntansi)* (13 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2007). *Research Method for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)* (4 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei terhadap Pengguna

- Situs Website www.Kaskus.co.id).
JAB - Jurnal Administrasi Bisnis, 8(1), 1–10.
- Tahar, A., & Rachman, A. K. (2014). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 15(1), 12.
- Top Smart City Governments. (2018). Diakses 22 Mei 2019, dari <https://www.smartcitygovt.com/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. (2009). Presiden Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. (2004). Presiden Republik Indonesia.
- Weygandt, J. J., Kieso, D. E., & Kimmel, P. D. (2007). *Accounting Principles*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.
- Widjana, M. A., & Rachmat, B. (2011). Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 14(2).