

# **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DI PEKANBARU**

**Rudi Lahagu<sup>1\*</sup>, Sulistyandari<sup>2</sup>, Intan Diane Binangkit<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Riau

\*e-mail: [rudilahagu13@gmail.com](mailto:rudilahagu13@gmail.com)

## **Article history**

Received: 7/2/2023

Revised: 10/3/2023

Accepted: 17/3/2023

Published: 19/3/2023

## **Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan tingkat kepercayaan terhadap minat penggunaan uang elektronik di Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu pengguna uang elektronik dipekanbaru. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan purposive sampling dengan menyebarkan kepada 180 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru*

**Kata Kunci: Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Uang Elektronik, Minat Menggunakan Uang.**

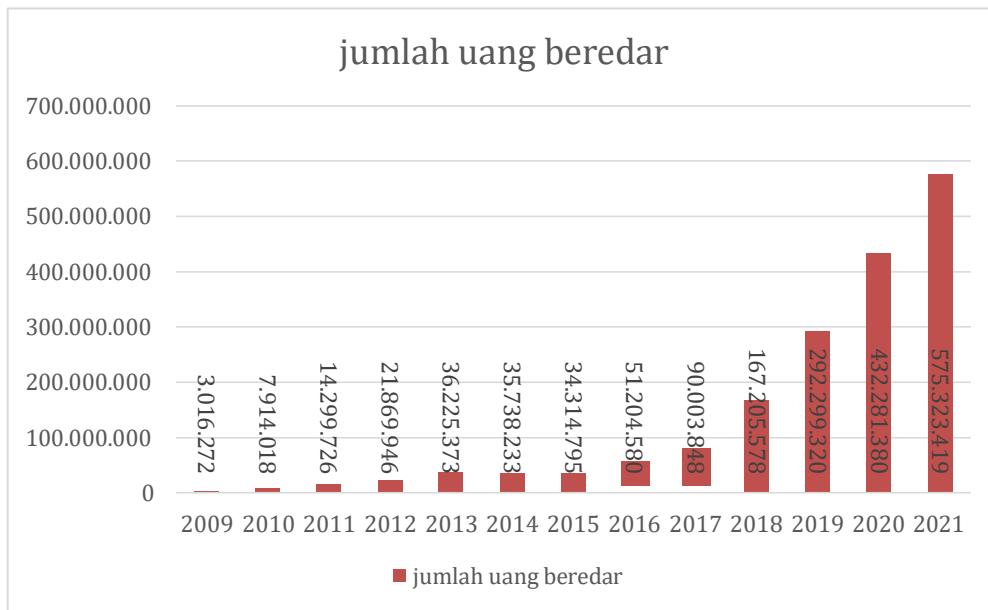
---

## **PENDAHULUAN**

Peranan uang sangatlah penting bagi kehidupan perekonomian negara karena uang memiliki berbagai fungsi, diantaranya adalah sebagai alat penukaran atau pembayaran dan pengukur harga sehingga dapat disimpulkan bahwa uang menjadi satu alat utama dalam perekonomian. Dengan adanya uang perekonomian negara akan berjalan dengan baik sehingga tujuan dari bernegara akan tercapai, yaitu kehidupan masyarakat yang adil dan makmur. Selain itu, uang yang beredar pada suatu negara harus dikelola sesuai dengan kebutuhan perekonomian, tepat waktu sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta aman dari upaya pemalsuan dengan tetap mengedepankan kepentingan nasional (Genady, 2018).

Uang elektronik atau *e-money* saat ini tumbuh dan berkembang juga semakin diminati oleh masyarakat terlebih lagi bagi anak muda karena kepraktisannya. Alat pembayaran digital ini juga semakin diminati karena telah diterapkannya pembayaran tol menggunakan nontunai dan transaksi nya semakin mengalami pertumbuhan karena dapat digunakan dalam berbagai transaksi lainnya termasuk belanja di minimarket, parkir, Mall sampai transportasi. Pada awalnya uang elektronik hanya diterbitkan dalam bentuk *chip* yang tertanam pada kartu atau media, namun pada saat ini juga diterbitkan dalam media lain yaitu suatu media yang saat digunakan untuk melakukan transaksi akan terkoneksi terlebih dahulu dengan *server* penerbit. Ada dua jenis uang elektronik yang diakui oleh Bank Indonesia, pertama berbasis kartu dengan *chip* seperti Flazz dan Brizzi yang kedua dalam bentuk aplikasi yang dapat di unduh melalui *smartphone* diantaranya adalah seperti Shoppepay, Ovo, Dana, Go-pay, I-saku dan Link saja (Syahidah, 2018).

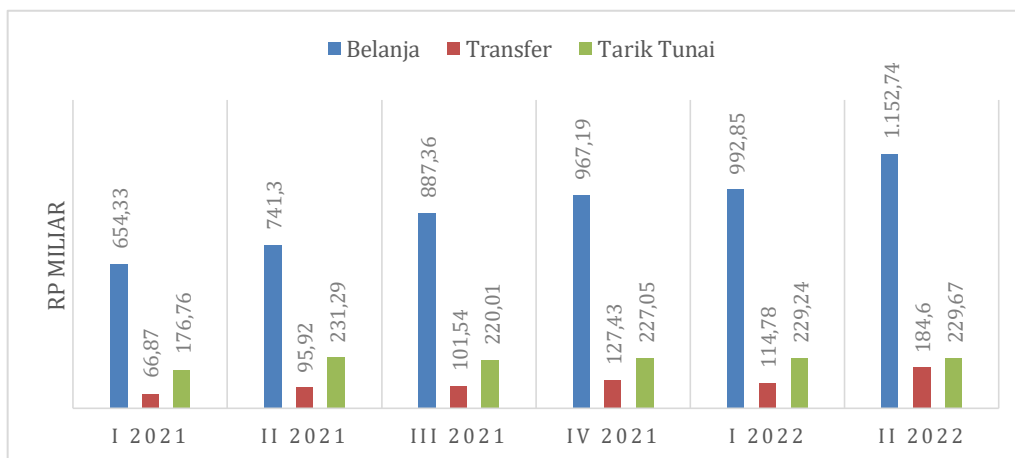
Uang elektronik sebagai alat pembayaran memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus selalu membawa uang tunai. Cara memperoleh uang elektronik pun cukup mudah yaitu calon pemegang menyetorkan sejumlah uang kepada bank penerbit melalui gerai-gerai yang bekerja sama dengan penerbit dan nilai uang yang telah disetorkan akan tersimpan secara digital pada media uang elektronik. *Chip based* yaitu pemegang melakukan transaksi secara *off-line*, sedangkan *server based* pemegang akan diberikan sarana mengakses virtual *account* melalui *smartphone* agar transaksi dapat diproses secara *online* (Genady, 2018).



**Gambar 1 Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia**

Sumber: Bank Indonesia, 2022

Dari grafik kita dapat melihat bahwa penggunaan uang elektronik meningkat dari tahun ke tahun. Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa sempat terjadi penurunan pada tahun 2014 dan 2015, namun peningkatan terjadi lagi pada tahun selanjutnya. Tahun 2009 jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat adalah 3.016.272 uang elektronik, sampai dengan data terakhir Bank Indonesia, pada Desember 2021, uang elektronik beredar sangat meningkat yaitu sejumlah 575.323.419 unit. Meningkatnya peredaran uang elektronik di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai menerima dan menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran pada kegiatan perekonomian sehari-hari.



**Gambar 2 Transaksi Uang Elektronik di Provinsi Riau**

Sumber: Bank Indonesia, 2022

Dalam mendukung transformasi digital sistem pembayaran, Bank Indonesia turut memfasilitasi berbagai program elektronifikasi untuk meningkatkan transaksi menggunakan non tunai. Pada bulan Juni 2022 transaksi penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan. Nominal transaksi uang elektronik pada bulan Agustus di Riau tercatat sebesar Rp 1, 57 triliun, atau tumbuh sebesar 46,65%. Adapun nominal transaksi belanja masih mendominasi keseluruhan jenis transaksi uang elektronik dengan nominal Rp 1.152.74 miliar, disusul dengan transaksi Tarik tunai dengan nominal Rp 229,67 miliar, kemudian transaksi transfer dengabn nominal Rp 184,60 miliar (Bank Indonesia, 2022).



**Gambar 3 Jumlah Uang Elektronik Diprovinsi Riau**

Sumber: Bank Indonesia, 2022

Uang elektronik di provinsi Riau mencapai 5,3 juta dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang tercatat hanya sebanyak 3,04 juta. Jumlah uang elektronik mengalami peningkatan dengan pertumbuhan hingga 79,81% dari tahun sebelumnya 2021 yang hanya sebesar 2,96 juta uang elektronik.

Uang elektronik didesain bagi masyarakat agar lebih mudah dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi khususnya dalam melakukan transaksi mulai dari transaksi berskala kecil hingga yang berskala besar. Banyaknya keuntungan yang di tawarkan dalam menggunakan uang elektronik menjadi suatu hal yang positif yang berdampak pada keputusan masyarakat untuk menggunakan fasilitas uang elektronik (Genady, 2018).

Manfaat, kemudahan, dan kecepatan yang ada pada uang elektronik memberikan dampak pada meningkatnya penggunaan. Jika suatu produk memiliki kemudahan, manfaat, dan kecepatan serta risiko yang di miliki rendah, maka minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut akan tinggi. Minat adalah keinginan untuk melakukan sesuatu (Hartono, 2015). Sama hal nya dengan uang elektronik, minat masyarakat akan muncul ketika masyarakat memiliki persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan uang elektronik serta risiko yang rendah maka akan menimbulkan kepercayaan dalam menggunakan uang elektronik (Prasetya & Putra, 2020).

Menurut (Hartono, 2017) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Persepsi manfaat sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya (Rahmatsyah, 2011). Seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan suatu manfaat kepada mereka. Jika seseorang percaya bahwa teknologi yang digunakannya berguna maka ia akan memakainya. Penelitian yang dilakukan oleh (Yogananda & Dirgantara, 2017), menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat pada minat menggunakan uang elektronik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yusda, 2021) tentang penggunaan uang elektronik (Ovo) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Menurut (Davis, 2019) kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu system dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual (Mishkin, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetya & Putra, 2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik dimasyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh (Awalina, 2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik dimasyarakat karena dalam penggunaan uang elektronik masih memerlukan jaringan untuk bisa melakukan transaksi.

Menurut (Hartono, 2017) kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan. Menurut (Mowen & Minor, 2012) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek atribut dan manfaatnya. (Listianti, 2108) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. (Angelina 2020) dalam penelitiannya tentang penggunaan uang elektronik (Go-Pay), menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai minat penggunaan uang elektronik pada masyarakat. Dengan melihat dari manfaat, kemudahan, dan kepercayaan. Pemilihan lokasi penelitian ini dimana peneliti mengambil sampel di kota Pekanbaru dikarenakan Pekanbaru terdiri dari berbagai suku, budaya dan masyarakat memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda sehingga kota Pekanbaru menjadi lokasi yang tepat untuk mempresentasikan keputusan penggunaan uang elektronik pada masyarakat.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Minat**

Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan seseorang yang tertarik pada suatu bidang atau suatu bahasan dan merasa senang untuk mempelajari hal tersebut (Utami & Kusumawati, 2017). Minat juga digambarkan sebagai keadaan seseorang sebelum bertindak yang dapat dijadikan dasar tolak ukur dalam memprediksi perilaku atau tindakan.

Minat merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subjektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan (Ajzen, 2015). Minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi internal dan sisi eksternal produk. Sisi internal, di mana itu tergantung pada pengetahuan, kapasitas (Ajzen, 2015).

### **Persepsi Manfaat**

Menurut (Hartono, 2015) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Menurut (Davis & Newstrom, 2014) persepsi kemanfaatan adalah sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Hal itu dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya.

(Rahmatsyah, 2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah

kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Hartono, 2017) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran di mana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Sedangkan Menurut Davis (2019) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari usaha.

Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut (Hartono, 2017).

### **Tingkat Kepercayaan**

Menurut (Hartono, 2017) Kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Kepercayaan adalah rasa percaya seseorang kepada pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh berdasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia diharapkan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepercayaan merupakan kemampuan pihak produsen atau penyedia layanan dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan oleh konsumen untuk membuat penggunaanya percaya.

Menurut Colquitt (2018) Dalam suatu bisnis kepercayaan pada pengguna sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap tingkat keroyalan pengguna sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan. Dalam suatu perusahaan jasa, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat service yang diberikan oleh perusahaan.

**Tabel 1 Pengukuran Variabel**

No.	Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
1	Persepsi manfaat (X1)	persepsi kemanfaatan adalah sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya.	-mempermudah transaksi -Mempercepat transaksi -memberikan keuntungan tambahan -Memberikan rasa aman -meningkatkan efisiensi	Likert Likert Likert Likert Likert
Sumber : Davis, 2017			Sumber: Davis, 2017	

No.	Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
2	Persepsi kemudahan (X2)	Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya Sumber: Davis, 2017	-mudah dipelajari -Dapat dikontrol -flesibel(praktis dalam penggunaan) -mudah digunakan - jelas dan dapat dipahami Sumber: Davis, 2017	Likert Likert Likert Likert
3	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Kepercayaan adalah rasa percaya seseorang kepada pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh berdasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia diharapkan. Sumber: Jogiyanto, 2017	- <i>Benevolence</i> (Percaya kepada penerbit) - <i>Ability</i> (Percaya kepada penerbit dapat memberikan jaminan kepuasan) - <i>Integrity</i> (Percaya bahwa penerbit memberikan informasi yang benar) - <i>Willingness to depend</i> Sumber: Kotler dan Keller, 2016	Likert Likert Likert Likert
4	Minat (Y)	Minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi	-Minat transaksional (memiliki niat untuk mencoba uang elektronik) -Minat referensial (merefereasikan produk kepada orang lain) -Minat eksploratif (mencari informasi mengenai produk yang diminati) -Minat preferensial (keinginan pribadi menggunakan produk yang	Likert Likert Likert Likert

No.	Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
		internal dan sisi eksternal produk.	diminati)	
		Sisi internal, di mana itu tergantung pada pengetahuan, kapasitas	Sumber: Widyakala, 2016	
		Sumber: Aizen, 2016)		

## METODE

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam *probability sampling* ini menggunakan *purposive sampling* yaitu Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan *purposive sampling* adalah sesuai untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria atau karakteristik yang digunakan adalah warga kota Pekanbaru yang pernah dan sedang menggunakan uang elektronik dan yang berusia lebih dari 17 tahun.

Penentuan besar sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Hair, et al.* Rumus *Hair* digunakan karena ukuran populasi belum diketahui secara pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator (Hair, 2010). Sehingga jumlah indikator sebanyak 18 buah dikali 10 ( $18 \times 10 = 180$ ). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 180 orang yang berada di kota Pekanbaru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Kualitas Instrumen

#### Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2018) uji validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan telah sesuai menjalankan keperluannya dengan menunjukkan ketepatan dan kecermatan dari alat ukur yang digunakan untuk selanjutnya mendeskripsikan hasil penelitian.

#### Uji Reliabilitas Data

**Tabel 2 Uji Reliabilitas Data**

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
minat menggunakan uang elektronik (Y)	8	0,675	0,60	Reliabel
persepsi manfaat (X1)	10	0,713	0,60	Reliabel
persepsi kemudahan penggunaan (X2)	10	0,664	0,60	Reliabel
tingkat kepercayaan (X3)	8	0,623	0,60	Reliabel

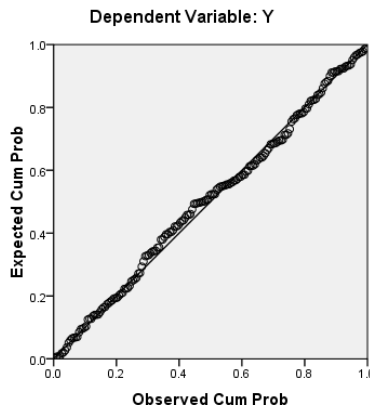
Sumber: Data Olahan, 2023

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual itu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016a).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4 Uji Normalitas P-Plot**  
 Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan gambar diatas hasil uji normalitas P-Plot dapat dilihat bahwa pola distribusi mengikuti garis diagonal antara sumbu X dan Y tidak berjauhan dari sekitar garis frekuensi tersebut dan masih mengarah mengikuti garis sumbu Y. Jadi dapat diartikan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

(Umar, 2013) mengatakan uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		E	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	10.410	2.409		4.321	.000		
	X1	.023	.053	.028	.440	.661	.836	1.197
	X2	.230	.050	.322	4.614	.000	.678	1.475
	X3	.371	.059	.413	6.244	.000	.758	1.320

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser* (Umar, 2013). Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya <0,05, yang berarti bahwa apabila signifikansinya > 0,05 penelitian dapat dilanjutkan.

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.778	1.495		1.189	.236
	X1	.016	.033	.040	.490	.625
	X2	.029	.031	.087	.951	.343
	X3	.033	.037	.077	.897	.371

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari data hasil diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel persepsi manfaat (X1) sig 0,625, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) sig 0,343 dan tingkat kepercayaan (X3) sig 0,371. Dari hasil tersebut maka disimpulkan persamaan regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai Sig dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

**Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		E	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.410	2.409		4.321	.000		
	X1	.023	.053	.028	.440	.661	.836	1.197
	X2	.230	.050	.322	4.614	.000	.678	1.475
	X3	.371	.059	.413	6.244	.000	.758	1.320

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari tabel diatas bentuk persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,410 + 0,023 X_1 + 0,230 X_2 + 0,371 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan uang elektronik

A = Constanta

$b_1$ - $b_2$  = Koefesien Regresi

$X_1$  = Variabel persepsi manfaat

$X_2$  = Varibel persepsi kemudahan penggunaan

$X_3$  = Varibel tingkat kepercayaan

e = Error Distribances

Berdasarkan persamaan diatas terlihat bahwa koefisien regresi variabel bebas yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan tingkat kepercayaan (X3) mempunyai nilai positif artinya apabila nilai varibael X naik maka nilai variabel Y akan mengikuti naik dan sebaliknya. Dari kedua variabel tersebut dapat dilihat yang paling

mendominasi atau lebih besar pengaruhnya terhadap Minat menggunakan uang elektronik (Y) adalah persepsi manfaat (X1) sebesar 0,023 (2,3%), selanjutnya persepsi kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,230 (23%), dan tingkat kepercayaan (X3) sebesar 0,371 (37,1%), interpretasi persamaan regresi diatas sebagai berikut:

1. Nilai *constant* (a) dalam model regersi menunjukkan angka sebesar 10,410. Artinya apabila persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan terhadap minat menggunakan uang elektronik nilainya diasumsikan nol (0), maka minat menggunakan uang elektronik adalah tetap sebesar 10,410.
2. Nilai  $\beta$  dalam unstandardized coefficient variabel persepsi manfaat menunjukkan angka sebesar 0,023, yang artinya jika variabel persepsi manfaat ditingkatkan sebanyak 1% lebih baik dibandingkan sebelumnya maka Minat menggunakan uang elektronik akan meningkat.
3. Nilai  $\beta$  dalam unstandardized coefficient variabel persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan angka sebesar 0,230, yang artinya jika variabel persepsi kemudahan penggunaan ditambah 1 lebih lengkap dan komplit lagi dibandingkan sebelumnya maka Minat menggunakan uang elektronik akan meningkat.
4. Nilai  $\beta$  dalam unstandardized coefficient variabel tingkat kepercayaan menunjukkan angka sebesar 0,371, yang artinya jika variabel tingkat kepercayaan ditingkatkan 1 lebih lengkap dan komplit lagi dibandingkan sebelumnya maka Minat menggunakan uang elektronik akan meningkat.

### Uji Hipotesis

#### Uji F (uji simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016b). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

**Tabel 6 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

		ANOVA <sup>b</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311.302	3	103.767	42.091	.000 <sup>a</sup>
	Residual	433.898	176	2.465		
	Total	745.200	179			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2  
 b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 42,091 dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya untuk jumlah sampel sebanyak 180 dan 3 variabel bebas yang diteliti, maka dapat diketahui bahwa besarnya  $F_{tabel}$  adalah sebesar 2,66 dan  $F_{hitung}$  sebesar 42,091 . Maka diambil kesimpulan bahwa secara simultan persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan tingkat kepercayaan (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat menggunakan uang elektronik.

#### Uji T

Untuk mengetahui atau menguji salah satu variabel bebas yang terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan tingkat kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Minat menggunakan uang elektronik (Y), maka digunakan uji t.

Tabel 7 Hasil Analisa Uji T

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients E	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.410	2.409		4.321	.000		
	X1	.023	.053	.028	.440	.661	.836	1.197
	X2	.230	.050	.322	4.614	.000	.678	1.475
	X3	.371	.059	.413	6.244	.000	.758	1.320

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari variabel - variabel yang diteliti diatas dapat dijelaskan:

1. Nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel persepsi manfaat (X1) = 0,440 <  $T_{tabel}$  1,653 dengan nilai signifikansi sebesar 0,661 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya persepsi manfaat (X1) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik warga Pekanbaru.
2. Nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) = 4,614 >  $T_{tabel}$  1,653 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya persepsi kemudahan penggunaan (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik warga Pekanbaru.
3. Nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel tingkat kepercayaan (X3) = 6,244 >  $T_{tabel}$  1,653 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya persepsi tingkat kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik warga Pekanbaru.

### Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan tingkat kepercayaan (X3) bersama-sama berpengaruh terhadap Minat menggunakan uang elektronik dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 <sup>a</sup>	.418	.408	1.570

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari tabel diperoleh uji koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,418 berarti 41,8% variasi perubahan dari Minat menggunakan uang elektronik (Y) disebabkan oleh persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2) dan tingkat kepercayaan (X3), sedangkan sisanya sebesar 58,2% variasi atau perubahan minat menggunakan uang elektronik disebabkan oleh variabel - variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji t parsial mengatakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.

Persepsi manfaat dapat dijadikan sebagai tolak ukur yang digunakan tentang seberapa tingginya teknologi tersebut memberikan manfaat. Semakin banyak manfaat yang dimiliki maka minat masyarakat dalam menggunakannya akan tinggi juga. Persepsi manfaat juga merupakan suatu kepercayaan yang dapat meyakinkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk, Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat. Jika seseorang percaya bahwa teknologi yang berkembang berguna maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang memiliki banyak manfaat maka ia tidak akan menggunakannya. Ketika masyarakat memiliki keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat mempermudah dan meningkatkan efisiensinya, maka minat seseorang tersebut akan tinggi dalam menggunakan teknologi tersebut

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian (Syahidah, 2018) dengan judul pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* yang dimoderasi dengan kepercayaan (studi empiris pada pengguna *e-money* di bank umum kota magelang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* yang dimoderasi dengan kepercayaan (studi empiris pada pengguna *e-money* di bank umum kota magelang). Semakin rendah persepsi manfaat maka semakin rendah pula menggunakan uang elektronik.

Persepsi manfaat pada warga Pekanbaru terhadap penggunaan uang elektronik ternyata masih rendah, dikarenakan faktor yang belum biasa dan tidak bisa menggunakannya khususnya bagi para orang tua maupun orang-orang yang tidak paham teknologi.

### **Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji t parsial mengatakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.

Kemudahan penggunaan merupakan faktor yang penting dalam menentukan minat seseorang dalam menggunakan uang elektronik. Ketika masyarakat meyakini bahwa dalam menggunakan teknologi tersebut mudah maka masyarakat akan menggunakannya, sebaliknya jika masyarakat meyakini bahwa teknologi yang digunakannya sulit maka mereka tidak akan menggunakannya. Hal ini di sebabkan karena semakin mudah suatu teknologi digunakan maka minat dalam menggunakan produk tersebut akan semakin bertambah sehingga konsumen akan cenderung berminat untuk memakai produk tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian (Yogananda & Dirgantara, 2017) dengan judul pengaruh Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (shopeepay). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan

## **Pengaruh Tingkat kepercayaan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Tingkat terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji t parsial mengatakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.

Kepercayaan akan menjadi hal yang sangat penting dalam memilih penggunaan suatu layanan. Dalam suatu perusahaan jasa penyedia uang elektronik, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan dan keamanan pada penggunaannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat *secure* yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu banyak perusahaan yang meningkatkan keamanan dari uang elektronik tersebut. Karena tingkat kepercayaan yang tinggi akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hartati Talunohi, Wan Laura Hardilawati, 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **PENUTUP**

Berdasarkan analisis data peneliti, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian dan analisis tentang pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan penggunaan dan Tingkat kepercayaan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang diterima dan diperoleh pengguna uang elektronik maka semakin tinggi minat untuk menggunakan uang elektronik.
2. Maka Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah digunakan uang elektronik maka minat menggunakan uang elektronik semakin tinggi pula.
3. Nilai Tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru. Reputasi yang baik dari uang elektronik menyebabkan pengguna uang elektronik percaya bahwa penyedia jasa uang elektronik dapat memenuhi tanggung jawabnya.

### **Saran**

Beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada pengguna uang elektronik di Pekanbaru antara lain:

1. Bagi Pengguna uang elektronik di Pekanbaru  
Dari hasil pembahasan bahwa pentingnya bagi pengguna mempunyai persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan tingkat kepercayaan terhadap menggunakan uang elektronik, agar dapat memudahkan dan mempercepat berbagai kegiatan transaksi pembayaran, belanja, dll.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, seperti motivasi dan upah. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam mengkaji persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan tingkat kepercayaan terhadap menggunakan uang elektronik untuk skala lebih luas dari sisi sampel maupun jenis objeknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2015). Consumer Attitudes and Behavior: The Theory Of Planned Behavior Applied to Food Consumption decisions. *Rivista Di Economia Agraria*, LXX, 2.
- Angelina, I. A., & Mashariono, M. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Awalina, M. (2019). *Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server dikalangan mahasiswa dalam perspektif Islam: studi kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Davis. (2019). UC Davis at SemEval-2019 Task 1: DAG Semantic Parsing with Attention-based Decoder. *International Workshop on Semantic Evaluation*.
- Davis, K., & Newstrom. (2014). *Perilaku Dalam Organisasi, Edisi ketujuh (Edisi Ketu)*. Penerbit Erlangga.
- Genady, I. D. (2018). *PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN PROMOSI UANG ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DI MASYARAKAT (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8 (Cetakan ke)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati Talunohi, Wan laura Hardilawati, K. F. (2022). Pengaruh Kualit, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 1(1), 28-38.
- Hartono, J. (2015). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi ke 10)*. BPFID.
- Indonesia, B. (2022). *Laporan Perekonomian Provinsi Riau Agustus 2022*. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau.
- Listianti, U. Y. (2108). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA FEB UMS*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mishkin, F. S. (2017). *Ekonomi Uang, Perbankan, Dan Pasar Keuangan (11th ed.)*. Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, Mi. (2012). *Consumer Behavior. 11st Edition*. Prentice Hall.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DI SURABAYA. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(02).
- Rahmatsyah, D. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. *Univeristas Indonesia*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. ALFABETA, cv.
- Syahidah, N. A. (2018). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT*

TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY YANG DIMODERASI DENGAN KEPERCAYAAN (Studi Empiris Pada Pengguna E-Money Di Bank Umum Kota Magelang). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG.

- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis*. Rajawali.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(2).
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Peerepsi ManfaaT, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Istrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4).
- Yusda, D. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST), PERSEPSI MANFAAT (PERCEIVED USEFULNESS), PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (PERCEIVED EASY OF USE) TERHADAP PENGGUNAAN OVO DALAM IMPLEMENTASI FINANCIAL TECHNOLOGY DI GRAND MALL BASKO KOTA PADANG*. Universitas Bung Hatta.
- Ahyaruddin, M. and Akbar, R. (2016) 'the Relationship Between the Use of a Performance Measurement System, Organizational Factors, Accountability, and the Performance of Public Sector Organizations', *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31, pp. 1-21.
- Azmi, Z. and Aprayuda, R. (2021) 'Apakah Kompensasi Eksekutif Bank dapat Mempengaruhi Manajemen Laba?', *Jurnal Kajian Akuntansi*, 5(2), pp. 193-211.
- Darwin, R., Sari, D.W. and Heriqbaldi, U. (2022) 'Dynamic Linkages between Energy Consumption, Foreign Direct Investment, and Economic Growth: A New Insight from Developing Countries in Asia', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(6), pp. 30-36. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.13552>.
- Fikri, K. et al. (2021) 'Mediation and moderation models on the effect of empowering leadership and professionalism toward lecturer performance', *Quality - Access to Success*, 22(184), pp. 192-202.
- Fikri, K. et al. (2023) 'The Influence Of Empowering Leadership And Professionalism On Lecturer Performance With Motivation As A Moderating Variables', *Quality - Access to Success*, 24(196), pp. 175-182. Available at: <https://doi.org/10.47750/QAS/24.196.23>.
- Hadi, M.F. et al. (2021) 'The role of electricity and energy consumption influences industrial development between regions in Indonesia', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(3), pp. 403-408.
- Hardilawati, W.L., Farhanidhya, N. and Hinggo, H.T. (2023) 'The Effect of Market Orientation, E-Commerce, and Product Innovation on Marketing Performance in MSMEs Culinary Sector', *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(2), pp. 168-181.
- Haris, A. and Amalia, A. (2018) 'MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi)', *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), pp. 16-19. Available at: <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>.
- Hidayat, M. et al. (2022) 'Does Investment and Energy Infrastructure InfluencConvergence in Sumatra Island, Indonesia?', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(4), pp. 274-281. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.13214>.
- Hidayat, M. et al. (2023) 'The Influence of Investment, Energy Infrastructure, and Human Capital Towards Convergence of Regional Disparities in Sumatra Island, Indonesia; Using Oil and Gas Data and Without Oil and Gas', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 13(4), pp. 139-149. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.14117>.
- Hidayat, M., Darwin, R. and Hadi, M.F. (2018) 'Inequality of Interregional Development in Riau Indonesia; Panel Data Regression Approach', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(5), pp. 184-189.
- Hidayat, M., Darwin, R. and Hadi, M.F. (2020) 'Does energy infrastructure reduce inequality inter-regional in riau province, indonesia?', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), pp. 160-164.
- Marlina, E., Tjahjadi, B. and Ningsih, S. (2021) 'Factors Affecting Student Performance in E-Learning: A

Case Study of Higher Educational Institutions in Indonesia', *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), pp. 993-1001. Available at: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0993>.

- Rangkuty, D.M. and Hidayat, M. (2021) 'Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?', *Ekuilibrum: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), p. 85. Available at: <https://doi.org/10.24269/ekuilibrum.v16i1.3365>.
- Samsiah, S., Marlina, E. and Ardi, H.A. (2018) 'The Influence of Knowledge Management and Information Technology on Competitive Advantage and University Performance', *Jurnal Manajemen*, 22(2), pp. 154-167.
- Siregar, D.I. and Binangkit, I.D. (2021) 'Business Value-Added Within the Circular Business Model: a Multiple Case Analysis', *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), pp. 231-239.
- Siregar, D.I., Binangkit, I.D. and Wibowo, A.P. (2021) 'Exploring the internationalisation strategy of higher education: A case of Muhammadiyah Higher Institution', *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 15(1), pp. 55-63.
- Widiarsih, D., Darwin, R. and Murdy, K. (2021) 'Efektivitas Fiskal - Moneter: Strategi Pemulihan Ekonomi Provinsi Riau Dalam Menghadapi Era New Normal', *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 11(1), p. 67. Available at: <https://doi.org/10.24036/011122490>.
- Yulisman et al. (2022) 'Implementation of lot-Based Hydroponics for Slb Pembina Pekanbaru Students', *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 4(1), pp. 312-317. Available at: <https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1074>.

