

ABSTRACT

This study aims to know, analyze, and examine the effect of electronic coupon value to perceived ease-of-use and perceived usefulness and its implication to behavioral intention to use server-based electronic money. Study object is user of or someone who ever used server-based electronic money, using causal analysis method. The population of the study is public community or people who live in Jabodetabek area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi) with 170 respondents as sample using purposive sampling method. Descriptive method with quantitative approach applied to this study, data analysis used SEM and data processing used SmartPLS 3.0. This study reveals that perceived usefulness mediates correlation between electronic coupon value and intention to use technology, while perceived ease-of-use did not significantly mediate correlation between electronic coupon value and intention to use server-based electronic money payment technology. Perceived Ease-of-Use gave the R-Square at 0.262 which could be interpreted that Perceived Ease-of-Use construct variable as explained by Electronic Coupon Value only at 26.3% while 73.7% was explained by other variables excluded from the study, therefore, it is highly recommended to investigate other factors that might influence perceived ease-of-use such as perceived enjoyment, trust, security or subjective norm.

Keywords: Technology Acceptance Model, Electronic Coupon Value, Perceived Usefulness, Perceived Ease-of-Use, Intention to Use, Server-Based Electronic Money.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengatahui, menganalisa dan menguji pengaruh Nilai Kupon Elektronik terhadap Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan serta implikasinya terhadap Minat Perilaku Menggunakan uang Elektronik Berbasis *Server*. Objek penelitian ini adalah pengguna atau yang pernah menggunakan uang elektronik berbasis server, dengan menggunakan metode analisis kausal. Populasinya adalah warga masyarakat atau yang berdomisili di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) dengan sampel 170 responden menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, analisis data dengan menggunakan SEM dan pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0. Studi ini menghasilkan temuan bahwa persepsi kebermanfaatan, memediasi hubungan nilai kupon elektronik dengan minat menggunakan teknologi, sementara persepsi kemudahan tidak signifikan memediasi hubungan nilai kupon elektronik dengan minat menggunakan teknologi pembayaran uang elektronik berbasis *server*. Meninjau bahwa Persepsi Kemudahan memberikan nilai *R-Square* sebesar 0.262 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel konstruk Persepsi Kemudahan yang dijelaskan oleh variabel Nilai Kupon Elektronik hanya sebesar 26.3% sedangkan 73.7% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti, maka sangat disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap persepsi kemudahan seperti persepsi kesenangan, kepercayaan, keamanan atau norma subjektif.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model*, Nilai Kupon Elektronik, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan, Uang Elektronik Berbasis *Server*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA