

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kami panjatkan kepada Allah SWT atas semua berkat, bimbingan, serta rahmat-nya sehingga kami dapat menyelesaikan tesis ini tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pasca sarjana di Binus Business School.

Dalam penyusunan tesis ini, kami banyak mendapat bantuan, bimbingan serta dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, selaku peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Edi Abdurrahman, Ph.D., selaku dosen pembimbing tesis dan kordinator tesis Binus Business School, yang telah bersedia meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada peneliti sehingga tesis ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
2. Seluruh staf pengajar MM Information Strategic yang telah menyampaikan ilmu pengetahuan dan beragam wawasannya.
3. Keluarga, teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan moril dan spiritual.
4. Teman-teman satu kelas MBO atas kerjasamanya selama menimba ilmu di Binus Business School.
5. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Seluruh staf Akademik Binus Business School yang telah membantu kelancaran administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis ini.

Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan tesis ini, oleh karena itu saran dan masukan akan sangat berarti bagi peneliti untuk melengkapi kekurangan yang ada.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pengguna e-currency dan bagi pembaca lainnya.

Jakarta, 24 Maret 2008

Peneliti

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi di saat ini, sistem pembayaran menggunakan uang kartal akan menjadi suatu yang kuno dan mulai digantikan dengan sistem lain. Sistem-sistem pembayaran lain yang biasa digunakan seperti kartu kredit, kartu debit, *internet banking* hingga *e-currency*.

Sebagai alternatif sistem pembayaran yang sedang berkembang, *e-currency* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang kemungkinan mempengaruhi frekuensi penggunaan serta kecenderungan penggunaan sistem *e-currency*. Sebagai perwakilan dari sistem *e-currency* yang ada yaitu *e-gold*, *paypal*, *webmoney*.

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisa sampai sejauh mana keamanan, kemudahan, kepercayaan, jumlah merchan dan fitur yang ditawarkan berpengaruh pada frekuensi dan kecenderungan menggunakan sistem pembayaran *e-currency*. Pengolahan data penelitian yang diperoleh melalui survey dengan wawancara langsung maupun penyebaran kuesioner, diharapkan membuahakan hasil yang selanjutnya dapat berguna bagi pengguna *e-currency*, penyedia jasa *e-currency* maupun pembaca lainnya.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Perumusan masalah	2
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian	3
1.3.1 Tujuan penelitian	3
1.3.2 Manfaat penelitian	3
1.4 Ruang lingkup	4
BAB 2 LANDASAN TEORI	5
2.1 Internet dan Internet Marketing	5
2.1.1 Internet	5
2.1.2 Internet Marketing	6
2.2 Currency dan Online Banking	9
2.2.1 Currency	9
2.2.2 Online Banking	12
2.3 Electronic Currency	15
2.4 Digital Gold Currency	18
2.5 Digital Currency Exchanger	23
2.6 E-gold, Paypal, dan Webmoney	23
2.6.1 E-gold	23
2.6.2 Paypal	24
2.6.3 Webmoney	24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode pengumpulan data	27
3.1.1 Jenis data	29
3.1.2 Populasi dan sampling	30
3.1.3 Waktu dan lokasi survei	30
3.1.4 Perancangan kuesioner.....	30
3.2 Metode Analisis	32
3.2.1 Model Penelitian	32
3.2.2 Variabel Penelitian	33
3.3 Teknik Analisis data	35
3.4 Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	43
4.1 Analisis Deskriptif	43
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian.....	58
4.3 Analisis Inferensia	62
4.4 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	L1
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan penyedia <i>e-currency</i>	22
Tabel 3.1 Rumus anova disertai ratio.....	37
Tabel 3.2 Rumus regresi linier berganda.....	38
Tabel 4.1 Fitur masing-masing <i>e-currency</i>	44
Tabel 4.2 Statistik masing-masing <i>e-currency</i>	46
Tabel 4.3 Merchant yang menerima masing-masing sistem <i>e-currency</i>	46
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Kelompok Umur.....	53
Tabel 4.5 Distribusi Responden Menurut Kelompok Latar Belakang Pendidikan.....	54
Tabel 4.6 Distribusi Responden Menurut Kelompok Latar Belakang Pekerjaan.....	54
Tabel 4.7 Pengguna <i>e-currency</i> dari responden.....	53
Tabel 4.8 Jenis transaksi menggunakan <i>e-currency</i>	55
Tabel 4.9 Nilai transaksi menggunakan <i>e-currency</i>	55
Tabel 4.10 Jumlah transaksi menggunakan <i>e-currency</i>	56
Tabel 4.11 Lama menjadi pengguna.....	56
Tabel 4.12 Sumber informasi mengenai <i>e-currency</i>	57
Tabel 4.13 Uji validitas dan reliabilitas variabel preferensi <i>e-currency</i> (e-gold).....	59
Tabel 4.14 Uji validitas dan reliabilitas variabel preferensi <i>e-currency</i> (paypal).....	60
Tabel 4.15 Uji validitas dan reliabilitas variabel preferensi <i>e-currency</i> (WM).....	61
Tabel 4.16 <i>Test between-subjects</i> (X1).....	63
Tabel 4.17 Uji Perbandingan Antar Sistem <i>e-currency</i> Var.Kemudahan Transaksi...63	
Tabel 4.18 <i>Test Between-Subjects</i> (X2).....	64
Tabel 4.19 <i>Test between-subjects</i> (X3).....	65
Tabel 4.20 Uji Perbandingan Antar Sistem <i>e-currency</i> Var.Jumlah Merchant	65
Tabel 4.21 <i>Test between-subjects</i> (X4).....	66
Tabel 4.22 Uji Perbandingan Antar Sistem <i>e-currency</i> Var.Keamanan Transaksi....	67
Tabel 4.23 <i>Test between-subjects</i> (X5).....	68
Tabel 4.24 <i>Test between-subjects</i> (Y1).....	69
Tabel 4.25 <i>Test between-subjects</i> (Y2).....	70
Tabel 4.26 Uji Perbandingan Antar Sistem <i>e-currency</i> var. Kecenderungan.....	70

Tabel 4.27 Model summary e-gold (frekuensi penggunaan).....	71
Tabel 4.28 Anova (uji F) untuk e-gold (frekuensi penggunaan).....	72
Tabel 4.29 Regresi Linier e-gold (frekuensi penggunaan).....	72
Tabel 4.30 Model summary e-gold (kecenderungan penggunaan).....	73
Tabel 4.31 Anova (uji F) untuk e-gold (kecenderungan penggunaan).....	74
Tabel 4.32 Regresi Linier e-gold (kecenderungan Penggunaan).....	74
Tabel 4.33 Model summary paypal (frekuensi penggunaan).....	75
Tabel 4.34 Anova (uji F) untuk paypal (frekuensi penggunaan).....	75
Tabel 4.35 Regresi Linier paypal (frekuensi penggunaan).....	76
Tabel 4.36 Model summary paypal (kecenderungan penggunaan).....	77
Tabel 4.37 Anova (uji F) untuk paypal (kecenderungan penggunaan).....	77
Tabel 4.38 Regresi Linier paypal (kecenderungan penggunaan).....	78
Tabel 4.39 Model summary webmoney (frekuensi penggunaan).....	79
Tabel 4.40 Anova (uji F) untuk webmoney (frekuensi penggunaan).....	79
Tabel 4.41 Regresi Linier webmoney (frekuensi penggunaan).....	79
Tabel 4.42 Model summary webmoney (kecenderungan penggunaan).....	80
Tabel 4.43 Anova (uji F) untuk webmoney (kecenderungan penggunaan).....	81
Tabel 4.44 Regresi Linier webmoney (kecenderungan penggunaan).....	81
Tabel 4.45 Model summary gabungan (frekuensi penggunaan).....	82
Tabel 4.46 Anova (uji F) untuk gabungan (frekuensi penggunaan).....	83
Tabel 4.47 Regresi Linier gabungan (frekuensi penggunaan).....	83
Tabel 4.48 Model summary gabungan (kecenderungan penggunaan).....	84
Tabel 4.49 Anova (uji F) untuk gabungan (kecenderungan penggunaan).....	84
Tabel 4.50 Regresi Linier gabungan (Dependen Var: kecenderungan Penggunaan).....	85
Tabel 4.51 Hasil Analisis Perbandingan Antar Variabel.....	87
Tabel 4.52 Hasil Analisis Perbandingan Regresi Linier Berganda	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian.....	32
----------------------------------	----