

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN , KEMUDAHAN,  
KENYAMANAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
GO-PAY**

**(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

Oleh :

Nama : Adila Litan Juana

NIM : 15312440

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN , KEMUDAHAN,  
KENYAMANAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
GO PAY  
(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Adila Litan Juana

No. Mahasiswa: 15312440

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2019**

#### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Mei 2019

Penulis,



Adila Litan Juana

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN , KEMUDAHAN,  
KENYAMANAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
GO PAY  
(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Adila Litan Juana

No. Mahasiswa : 15312440

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal .....

Dosen Pembimbing,

  
ms q

Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN,  
KENYAMANAN, DAN RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY (STUDI  
PADA MAHASISWA DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **ADILA LITAN JUANA**

Nomor Mahasiswa : **15312440**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 19 Juni 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Noor Endah Cahyawati, SE, M.Si, Cert. SAP.

Penguji : Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Jaka Setyana, SE., M.Si, Ph.D.

## MOTTO

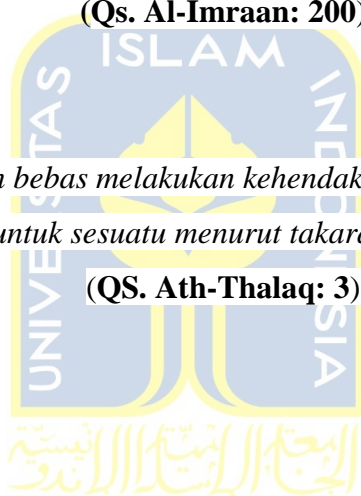
*“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.  
Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”*  
**(Andrew Jackson)**

*"Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga  
dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu menang"*

**(Qs. Al-Imraan: 200)**

*"Sesungguhnya Allah bebas melakukan kehendak Nya, Dia telah menjadikan  
untuk sesuatu menurut takarannya."*

**(QS. Ath-Thalaq: 3)**



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatu*

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN KEMUDAHAN, KENYAMANAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO PAY (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)”** dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S-1) pada Prodi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyusunan skripsi tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ibu Sri Khamariyah dan Bapak Muhammad Sarbini S.H yang selalu melimpahkan kasih sayang, doa, dan dukungan kepada penulis. Semoga ibu dan bapak senantiasa diberikan kebahagiaan, kesehatan, dan panjang umur oleh Allah SWT.
2. Kakak penulis, Muhammad Ulinuha, S.H. (Mas Ulin), dan adik penulis Munisa Rahmaida (Nisa), terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama ini.
3. Ibu Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan nasihat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc.,Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Jaka Sriyana., S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Johan Arifin, S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Mahmudi, S.E., M.Si.,Ak. Selaku Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan banyak pengetahuan, pengalaman, dan ilmu yang bermanfaat.
9. Semua guru penulis yang telah memberikan ilmu dan mendidik penulis. Semoga senantiasa diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
10. Teman-teman Prodi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia angkatan 2015, khususnya teman-teman kelas OCB L yang menjadi teman kuliah penulis dari semester 1. Sukses selalu buat kalian.
11. Teman yang selalu ada disaat sedih maupun senang yang sudah dekat sejak awal semester 2 hingga sekarang dan yang insyaAllah akan selalu menemani sampe hari akhir Ilham Dwi Septianto. Terimakasih atas kebersamaannya, bantuannya serta supportnya untuk selama ini. Semoga kita bisa sukses bersama.
12. Sahabat dari Tingkat Sekolah Dasar Ferawidya Primadevi, yang selalu ada sejak dari awal masuk sekolah dasar hingga sekarang, yang sudah



membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita bisa menjaga silaturahmi dan persaudaraan ini.

13. Sahabat dari Tingkat Sekolah Dasar Arinda Rizky, yang selalu ada sejak dari awal masuk sekolah dasar hingga sekarang, yang sudah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita bisa menjaga silaturahmi dan persaudaraan ini.
14. Sahabat Sainah Klub (Nadia Ghaisani, Firdausi, Azqia) yang selalu kompak dari awal kuliah hingga sekarang. Terima kasih atas kebersamaan dan bantuannya, semoga kita semua bisa sukses dalam menggapai cita-cita yang kita impikan.
15. Teman dari SMA hingga sekarang (Gea, Divti, Farah, Bebe, Intan, Dewi Firsta, Latifah) yang selalu menjadi teman bercanda dan berkumpul. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasinya.
16. Teman-teman KKN UII unit 137 (Vika, Desy, Kiky, Nadya, Ferdi, Toro, Firdaus) Terima kasih telah menjadi keluarga yang kompak selama sebulan mengabdikan diri di masyarakat. Semoga kita bisa menjaga silaturahmi dan persaudaraan ini.
17. Serta segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dengan segala keterbatasannya dapat memberikan banyak manfaat bagi pembaca sekalian. Terima kasih.

***Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh***



Yogyakarta, 13 Mei 2019

Penulis,

(Adila litan Juana)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAK.....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. <i>Theory Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2.1.2. <i>Theory Planned of Behavior (TPB)</i> .....	14
2.1.3. Definisi <i>Electronic Money (E-Money)</i> .....	16
2.1.4. Pengertian Go-Pay .....	18
2.1.5. Kepercayaan.....	19
2.1.6. Keamanan.....	20
2.1.7. Kemudahan .....	21
2.1.8. Kenyamanan.....	22
2.1.9. Risiko .....	23
2.1.10 Minat .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hipotesis Penelitian.....	29
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Kemudahan...	29
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Kenyamanan .	30
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Risiko.....	31

2.3.4	Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Kemudahan .....	32
2.3.5	Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Kenyamanan.....	33
2.3.6	Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Resiko.....	34
2.3.7	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay.....	34
2.3.8	Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay.....	36
2.3.9	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay	37
2.4	Kerangka Pemikiran .....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1.	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.	Pengembangan Instrumen .....	41
3.3.	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	41
3.3.1.	Variabel Independen ( <i>Independen Variable</i> ).....	42
3.3.2.	<i>Variabel Intervening</i> .....	46
3.3.3.	Variabel Dependen ( <i>Dependen Variable</i> ).....	54
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	56
3.5.	Teknik Analisis Data .....	56
3.6.	Model Penelitian.....	59
3.7.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	59
3.7.1	Uji Validitas .....	59
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	61
3.8	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	61
3.8.1	Uji R-square ( $R^2$ ).....	61
3.9	Pengujian Hipotesis .....	62
BAB IV .....		64
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	64
4.2	Deskripsi Responden .....	65
4.2.1	Klasifikasi Jenis Kelamin Reponden .....	65
4.2.2	Asal Universitas Responden .....	66
4.2.3	Responden Pengguna Aplikasi Go-Jek .....	67
4.2.4	Responden Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay.....	68
4.3	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	68

4.3.1	<i>Convergent Validity</i> .....	69
4.3.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	71
4.3.3	<i>Reliability</i> .....	76
4.4	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	77
4.5	Pengujian dan Pembahasan Hasil Hipotesis .....	78
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemudahan.....	80
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kenyamanan.....	81
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Negatif Terhadap Persepsi Resiko .....	83
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemudahan.....	84
4.5.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kenyamanan.....	85
4.5.6	Pengujian Hipotesis 6 (H6) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Negatif Terhadap Persepsi Resiko .....	86
4.5.7	Pengujian Hipotesis 7 (H7) : Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay.....	88
4.5.8	Pengujian Hipotesis 8 (H8) : Persepsi Kenyamanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay.....	89
4.5.9	Pengujian Hipotesis 9 (H9) : Persepsi Resiko Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay .....	91
4.6	Hasil <i>Uji Intervening</i> .....	92
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	101
5.3	Saran .....	101
5.4	Implikasi Penelitian .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		104
LAMPIRAN 1 .....		108
Surat Izin Kuesioner.....		108
LAMPIRAN 2 .....		109
Kuesioner Penelitian .....		109
Identitas responden.....		109

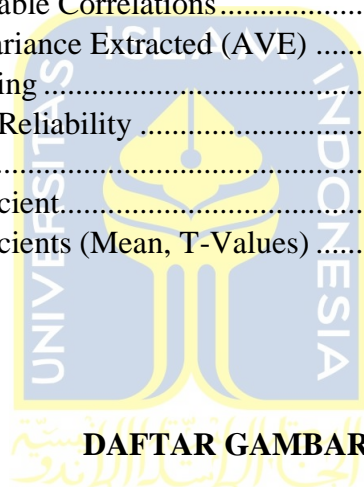
Daftar Pertanyaan Penelitian .....	110
<b>LAMPIRAN 3</b> .....	114
Data Responden.....	114
Jenis Kelamin .....	114
Universitas Asal.....	114
Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek.....	114
Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay .....	114
<b>LAMPIRAN 4</b> .....	122
Data Kuesioner.....	122



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Persepsi Kepercayaan .....	44
--	----

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Persepsi Keamanan .....	46
Tabel 3.3 daftar Pertanyaan Persepsi Kemudahan .....	49
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Persepsi Kenyamanan .....	51
Tabel 3.5 daftar Pertanyaan Persepsi Resiko .....	53
Tabel 3.6 Daftar Pertanyaanl Minat Menggunakan Go-Pay .....	55
Tabel 4.1.1 Hasil Pengumpulan Data.....	65
Tabel 4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Universitas .....	66
Tabel 4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Aplikasi Go-Jek .....	67
Tabel 4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Bertransaksi .....	68
Tabel 4.3.1 Result for outer loadings (convergent validity) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.3.2 Initial Item Loadings dan AVE.....	71
Tabel 4.3.3 Latent Variable Correlations .....	72
Tabel 4.3.4 Average Variance Extracted (AVE) .....	72
Tabel 4.3.5 Cross Loading .....	74
Tabel 4.3.6 Composite Reliability .....	76
Tabel 4.4.1 R-Square.....	77
Tabel 4.5.1 Path Coefficient.....	79
Tabel 4.6.1 Path Coefficients (Mean, T-Values).....	94



Gambar 2.4.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 6.1 Model Penelitian .....	59
Gambar 4.6.1 Hasil Uji Intervening total indirect effect .....	93
Gambar 4.6.2 Hasil Uji Intervening specific indirect effect .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Kuesioner

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Data Kuesioner





## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze and provide empirical evidence about the effect of trust and security on the use of the Go-Pay payment system with perceived ease, perceived convenience and risk perception as intervening variables. The population in this study were students at 5 Yogyakarta universities namely Gadjah Mada University, Yogyakarta State University, Sanata Dharma University, National Veteran Development University Yogyakarta and Indonesian Islamic University. The method of taking a sample of 200 students used quota sampling. Processing data with Smart PLS 3.0. The results showed that the perception of trust had a positive effect on perceived ease and comfort. Then the perception of trust has a negative effect on risk, the results of the study show significant and rejected. For security perceptions, the negative effect on the ease of the results of the study shows that it is significant and accepted. Furthermore, the security perception test has a positive effect on the perception of comfort and the risk of the results is accepted. Then on the perception of convenience and comfort that has a positive effect on the interest in using Go-Pay the results of his research are accepted. And the last one on testing the risk perception that has a negative effect on interest in using Go-Pay, the results were rejected. Intervening test results show that perceptions of ease and comfort can fall positively and show the results of part mediation, whereas for risk perceptions it has no role as a mediating effect (no mediation). This research is important for academics to understand more about people's responses to the development and convenience of using go-pay.*

**Keywords:** TAM, TPB, Electronic Money, perception of trust, security, convenience, convenience, risk, Partial Least Square (PLS), intervening.

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan sistem pembayaran Go-Pay dengan persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi resiko sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di 5 perguruan tinggi Yogyakarta yaitu Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia. Metode pengambilan sampel penelitian sejumlah 200 mahasiswa menggunakan quota sampling. Pengolahan data dengan Smart PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan dan kenyamanan diterima. Kemudian pada persepsi kepercayaan berpengaruh negatif terhadap resiko hasil penelitiannya menunjukkan signifikan dan ditolak. Untuk persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap kemudahan hasil penelitiannya menunjukkan signifikan dan diterima. Selanjutnya pada pengujian persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi nyaman dan resiko hasilnya diterima. Kemudian pada persepsi kemudahan dan kenyamanan yang berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay hasil penelitiannya diterima. Dan yang terakhir pada pengujian persepsi resiko yang berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Go-Pay hasilnya ditolak. Hasil Uji Intervening menunjukkan bahwa pada persepsi kemudahan dan kenyamanan dapat berpengaruh positif dan menunjukkan hasil part mediation , sedangkan untuk persepsi resiko tidak memiliki peran sebagai efek mediasi ( no mediation) . Penelitian ini penting bagi akademisi untuk memahami lebih lanjut tentang tanggapan masyarakat terhadap perkembangan dan kenyamanan menggunakan go-pay.*

**Keywords:** TAM, TPB, Electronic Money, Persepsi kepercayaan, keamanan, kemudahan, kenyamanan, resiko, Partial Least Square (PLS), intervening.

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mempengaruhi perkembangan perekonomian di dunia, karena teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah dan baik dalam bidang ekonomi maupun sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi-inovasi baru di bidang teknologi informasi untuk mendukung semua kegiatan manusia menjadi semakin efisien, aman, cepat dan nyaman, terutama pada bidang perekonomian dunia (Hadi, 2017).

Pada saat ini masyarakat yang dahulu menggunakan pembayaran tunai sebagai alat untuk bertransaksi (*cash based*) mulai mengenal serta menggunakan alat bayar non tunai (*non cash*) dalam melakukan berbagai macam aktivitas. Salah satu media pembayaran non tunai yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia adalah uang elektronik atau dapat disebut dengan *electronic money (e-money)*. Menurut pendapat (Priambodo & Prabawani, 2016) *electronic money (e-money)* merupakan transaksi pembayaran yang dapat dilakukan melalui sistem elektronik. Proses yang terjadi pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik adalah uang akan disimpan dalam bentuk saldo uang elektronik dalam aplikasi tersebut, kemudian dilakukan pemrosesan sampai diterima dalam bentuk informasi digital, dan selanjutnya dalam proses pemindahannya di inisialisasi melalui media alat bayar elektronik. Saat ini pembayaran elektronik hadir dalam

beberapa macam fitur seperti e-cash atau dapat disebut dengan *digital cash*, *micropayment*, *e-cheque*, *smart card*, serta *e-wallet*. Dalam tiap fitur tersebut memiliki karakteristik, fungsi serta keunggulan sendiri.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBOI/2009 (Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/Pbi/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)), menyatakan bahwa uang elektronik adalah suatu perantara untuk alat pembayaran yang telah memenuhi beberapa unsur-unsur, antara lain (1) Diterbitkan atas dasar jumlah nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; (2) Uang disimpan secara elektronik dalam suatu media berupa server atau chip; (3) Uang Elektronik digunakan sebagai suatu alat untuk pembayaran yang ditujukan kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan (4) Jumlah nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola penerbit bukan merupakan bagian dari simpanan uang, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam undang-undang yang mengatur mengenai masalah perbankan. Peraturan Bank Indonesia tersebut ditujukan untuk memisahkan peraturan mengenai uang elektronik dengan peraturan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK) yang di dalamnya memiliki karakteristik yang berbeda dengan uang elektronik. Perbedaan antara APMK dengan Uang Elektronik terletak pada status konsumennya. Untuk memperoleh kartu ATM, kartu debit, dan rekening kartu kredit, konsumen APMK harus menjadi bagian dari nasabah bank yang bersangkutan, dikarenakan mereka harus memiliki rekening tabungan. Sedangkan dari sisi konsumen uang elektronik, konsumen

dapat secara langsung membeli uang elektronik melalui pihak dari penerbit (bank atau perusahaan telekomunikasi) tanpa menjadi bagian dari nasabah bank.

*Electronic Money* merupakan sebuah media pembayaran non tunai yang masih relatif baru di-Indonesia. Beberapa kelebihan *e-money* yang mengutamakan kecepatan, kemudahan serta keefisienan pada saat terjadi proses transaksi, mendorong *e-money* dapat meminimalisir tingkat pertumbuhan dalam menggunakan uang tunai yang ada di Indonesia (Bank Indonesia, 2006). Dari beberapa manfaat yang telah didapat, maka dalam siaran Pers No. 16/58/Dkom Bank Indonesia telah mengumumkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak tanggal 14 Agustus 2014. GNNT diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat mengenai hal penggunaan instrumen non tunai yang biasanya disebut *e-money*. *E-money* telah diterbitkan oleh bank maupun lembaga yang memenuhi syarat dari Bank Indonesia dimana peran dari para penerbit uang elektronik tersebut biasanya disebut dengan istilah issuer.

Bank Indonesia sebagai sebuah otoritas dalam sistem pembayaran juga telah menerbitkan sebuah Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) serta Peraturan Bank Indonesia (PBI) yang membahas mengenai Teknologi Finansial serta *Regulatory Sandbox*. Teknologi Finansial merupakan sebuah sistem teknologi yang digunakan dalam sistem keuangan yang dapat menghasilkan teknologi, layanan, produk, serta model bisnis yang baru yang dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan, stabilitas moneter, efisiensi, keamanan, kelancaran serta keandalan dalam sistem pembayaran. Perkembangan dalam teknologi finansial pada satu sisi dapat terbukti memberikan manfaat bagi para

konsumen, perekonomian nasional, serta pelaku usaha, namun pada sisi lainnya memiliki potensi pada resiko apabila tidak ada penanganan resiko tersebut secara baik dapat mengakibatkan gangguan dalam sistem keuangan.

Salah satu contoh perusahaan Financial Teknologi yang sedang berkembang pada saat ini adalah PT Dompot Anak Bangsa (*Go-Pay*), yang fiturnya dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (*Go-Jek*). PT *Go-Jek* merupakan perusahaan yang pertama kali memperkenalkan sebuah layanan digital payment yaitu *Go-Pay* pada bulan April 2016 dimana sebelumnya perusahaan tersebut juga memiliki sistem kredit yang bernama *Go-Jek* kredit. Aplikasi *Go-Pay* dapat digunakan sebagai alat untuk membayar semua jenis layanan yang tersedia pada aplikasi *Go-Jek* secara *cashless* (non tunai), seperti jasa untuk ojek online (*Go-Ride*), jasa antar makanan (*Go-Food*), hingga jasa untuk berbelanja lewat aplikasi tersebut (*Go-Mart*) PT. *GOJEK* Indonesia adalah perusahaan yang menyediakan aplikasi mobile yang telah menyediakan berbagai macam layanan yang lengkap mulai dari jasa transportasi, logistik, layanan pembayaran, serta layanan lainnya (Priyono, 2017).

*Gopay* merupakan sebuah dompet virtual yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran pada seluruh transaksi pada aplikasi *Go-Jek*. Proses transaksi tersebut dapat dimulai dari transaksi *Go-car*, *Go-Ride*, *Go-Busway*, dapat digunakan untuk membeli makanan melalui *Go-Food*, berbelanja melalui *Go-Shop* maupun *Go-Mart*, bertransaksi pembelian pulsa dan paket data melalui *Go-Pulsa*, pengiriman barang melalui *Go-Box* atau *Go-Send*, hingga dapat bertransaksi untuk pembelian tiket bioskop melalui *Go-Tix*. Keseluruhan aktivitas

tersebut dapat dilakukan transaksinya menggunakan *Go-Pay*. Dengan kata lain, bahwa Go-Jek merupakan perusahaan yang sudah mendukung *financial technology* yang merupakan salah satu pihak yang telah terlibat dalam penyelenggaraan proses transaksi pembayaran secara mobile. Fitur-fitur yang berada dalam *go-pay* meliputi:

1. *Top Up* atau Isi Saldo ( fitur ini berfungsi sebagai media untuk mengisi saldo *go-pay* yang dapat dilakukan melalui driver go-jek, alfa group, maupun bank)
2. *Upgrade Go-Pay* (fitur ini berfungsi dalam upgrade akun *Go-Pay* yang dapat digunakan dalam melakukan tarik saldo *Go-Pay*, *transfer*, serta terima saldo *Go-Pay*)
3. *Transfer* (fitur ini berfungsi sebagai perantara untuk melakukan *transfer* saldo *Go-Pay* kepada pengguna Go-Jek lainnya)
4. *Scan QR* (fitur ini berfungsi dalam melakukan transfer saldo *Go-Pay* kepada para pengguna lain dengan secara langsung yang hanya dengan melakukan pemindaian kode QR yang telah dimiliki para pengguna tersebut)
5. Terima atau *Accepted* (fitur ini berfungsi sebagai penerima saldo *Go-Pay* dari pihak para pengguna lainnya jika mereka akan memindai kode QR tersebut)
6. Transaksi (fitur ini berfungsi untuk melihat atau meninjau riwayat transaksi *Go-Pay*)

7. Tarik (fitur ini berfungsi sebagai media untuk memindahkan saldo *Go-Pay* kedalam rekening bank)
8. *Voucher* (fitur ini berfungsi sebagai alat untuk menukar kode voucher yang telah dimiliki)
9. Pengaturan (fitur ini berfungsi sebagai media untuk melihat status upgrade pada *Go-Pay*, dan dapat digunakan sebagai media untuk mendaftarkan akun bank untuk dapat ditarik dan sebagai alat untuk mengatur pin *Go-Pay*) (Go-Jek, 2018)

Sekarang banyak orang yang berminat menggunakan Go-pay dikarenakan *Go-Pay* dirancang sebagai alat pembayaran terintegrasi untuk *online*, toko *offline*, dan penyedia layanan *e-commerce* lain. Persaingan bisnis pembayaran elektronik semakin lama semakin ketat. Pertumbuhan merchant selaku penyedia layanan dan pengguna layanan itu sendiri pun begitu pesat seiring meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat akan transaksi elektronik. Para penyedia layanan dituntut untuk terus berinovasi, memberi kemudahan dan melengkapi kebutuhan pasar. Persaingan yang dimaksud tidak hanya dari sisi teknologi, tapi sudah menuju ke persaingan tarif, kemudahan, keamanan, dan tingkat layanan (*service level*). Dengan begitu, para penyedia layanan wajib menjaga kualitas kinerjanya jika tidak ingin ditinggalkan oleh pelanggannya. Persaingan tersebut pun semakin menantang kreativitas untuk senantiasa memberikan yang terbaik. (Mahribi, 2016)

Dengan terus berinovasi memperbaiki dan menambah kualitas pelayanan, Go-Jek mampu bertahan dan bersaing dengan dua perusahaan transportasi online mancanegara yang merambah Indonesia sejak 2014 (Hartawan, 2017) .



Beberapa penelitian telah dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016) mengenai minat menggunakan *Go-Pay* di Kota Semarang. Namun dalam hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *Go-Pay* belum konsisten, dikarenakan pada penelitian tersebut belum mencakup beberapa persepsi yang dapat memberikan kenyamanan bagi para pengguna *go-pay*.

(Oney, Guven, & Rizvi, 2017) meneliti mengenai penggunaan sistem pembayaran elektronik berdasarkan perspektif dari pihak konsumen. Penelitian ini dikembangkan dengan model konseptual yang berfungsi untuk menguji penentuan kepercayaan dan keamanan yang dirasakan, serta dampaknya terhadap persepsi kepercayaan dan keamanan pada penggunaan EPS. Sampel yang digunakan sebanyak 299 responden dan dianalisis melalui pemodelan persamaan struktural (SEM); Temuan menunjukkan bahwa keduanya merasa aman dan percaya memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan EPS. Hasil dari penelitian ini adalah tidak dapat membuktikan bahwa hubungan antara prosedur transaksi, persepsi kepercayaan, dan keamanan konsumen tidak terbukti signifikan dalam menggunakan *Electronic Paymen System (EPS)*. Hal ini disebabkan karena konsumen dapat menemukan prosedur dalam bertransaksi yang lebih kompleks, maka sikap tidaknyamanan ini dapat muncul yang dapat berpengaruh negatif terhadap tingkat keamanan serta kepercayaan pada penggunaan EPS tersebut.

Penelitian ini replikasi berdasarkan penelitian oleh (Oney et al., 2017) dengan variabel independen teknik keamanan, kepercayaan, kenyamanan. Peneliti juga menambahkan variabel kemudan dan resiko dari penelitian (Priambodo &

Prabawani, 2016) Berdasarkan penjelasan diatas tentang variabel yang direplikasi dari penelitian tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa penulis ingin meneliti “**Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Kenyamanan, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

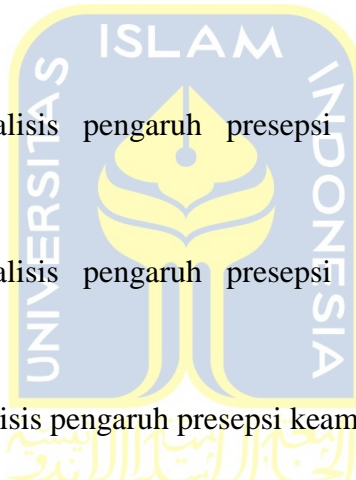
Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Persepsi Kemudahan menggunakan Go-Pay?
2. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Persepsi Kenyamanan menggunakan Go-Pay?
3. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Persepsi Risiko menggunakan Go-Pay?
4. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Persepsi Kemudahan menggunakan Go-Pay?
5. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Persepsi Kenyamanan menggunakan Go-Pay?
6. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Persepsi Risiko menggunakan Go-Pay?
7. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan Go-Pay ?
8. Apakah Persepsi Kenyamanan berpengaruh terhadap penggunaan Go-Pay?
9. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh terhadap penggunaan Go-Pay ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap persepsi kenyamanan
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap persepsi resiko.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi kemudahan
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi kenyamanan
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi resiko.
7. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap penggunaan Go-Pay oleh mahasiswa di Sleman Kabupaten Yogyakarta
8. Untuk menganalisis pengaruh kenyamanan terhadap penggunaan Go-Pay oleh mahasiswa di Sleman Kabupaten Yogyakarta
9. Untuk menganalisis pengaruh resiko terhadap penggunaan Go-Pay oleh mahasiswa di Sleman Kabupaten Yogyakarta



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, adalah:

1. Memberi masukan kepada Bank Indonesia sebagai bahan pertimbangan dalam pengaturan Teknologi Finansial serta Regulatory Sandbox
2. Memberi masukan kepada penerbit Go Pay mengenai perspektif apa saja yang dikeluhkan oleh para pengguna *go-pay*
3. Memberikan informasi kepada para pemilik bisnis mengenai analisa perilaku konsumen sebagai masukan dalam menyusun strategi pemasaran bisnis
4. Memberi informasi kepada pemilik bisnis mengenai kemudahan dalam sebuah teknologi yang dapat menarik minat menggunakan *go-pay* di kalangan mahasiswa
5. Menambah referensi penelitian mengenai e-money, khususnya faktor faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Go Pay sebagai bahan referensi penelitian-penelitian berikutnya.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Dalam menyajikan hasil penelitian, penulis akan memaparkan dalam lima bab penulisan dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang kerangka konseptual, teori yang melandasi dan tinjauan penelitian terdahulu.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, metode dan desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sumber data penelitian.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi analisis terhadap variabel yang diteliti dengan cara menyebar kuisioner dan menginterpretasikan hasil penelitian serta membahas tentang implikasi penelitian.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berbagai keterbatasan penelitian dan saran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2. 1. Landasan Teori

##### 2.1.1. *Theory Acceptance Model (TAM)*

Menurut Kumar (2012) *Teori Acceptance Model (TAM)* adalah :

“Teori yang dapat digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna sistem informasi.”

Konsep TAM ini diharapkan dapat membantu untuk mengetahui sikap dan penerimaan seorang individu dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem teknologi informasi. Tujuan teori ini adalah untuk memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi seorang individu untuk menerima dan menggunakan suatu sistem informasi atau teknologi.

Menurut Fitriana & Wingdes (2017) *Teori Acceptance Model (TAM)* adalah:

“Suatu teori dari suatu sistem informasi yang telah dirancang serta dikembangkan dimana berguna untuk mendefinisikan maupun menjelaskan para pengguna (user) tersebut agar dapat memahami serta dapat menggunakan teknologi tersebut.”

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan oleh para ahli, maka kesimpulan dari TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Model ini

dirancang untuk memprediksi penggunaan teknologi oleh pengguna dan manfaat dalam pekerjaan.

Keputusan seorang individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi dalam model TAM ini ditentukan oleh dua faktor kunci, Faktor pertama adalah persepsi kegunaan (*usefulness*). Sedangkan faktor kedua adalah persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi (*ease of use*). *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu yakin bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi suatu pekerjaan akan lebih mudah diselesaikan. Kedua, *perceived usefulness* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu yakin bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi akan meningkatkan kinerja mereka (Juhri Kurniatul & Dewi Citra Kusuma, 2017).

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) mempengaruhi minat (*intention*) individu terhadap penggunaan teknologi informasi. Niat untuk menggunakan teknologi informasi akan menentukan apakah individu akan menggunakan teknologi informasi (*behavior*). Minat termasuk ke dalam *behavior*, yaitu pada saat individu menggunakan teknologi informasi tersebut dan memutuskan untuk terus menggunakan setiap memerlukan, maka itulah yang dikatakan minat menggunakan teknologi informasi.

Dalam teori TAM juga dijelaskan bahwa terdapat dampak dari variabel-variabel eksternal (misalnya karakteristik sistem, proses pengembangan dan pelatihan) terhadap *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan). *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) secara bersamaan mempengaruhi

*attitude toward using* individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi informasi. *Attitude toward using* merupakan suatu sikap individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi yang bisa berupa penerimaan atau penolakan. *Behavioral intention to use* merupakan suatu kecenderungan individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Sedangkan *actual system usage* merupakan suatu kondisi nyata terhadap durasi waktu penggunaan suatu sistem teknologi

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), konsep mengukur kemudahan penggunaan dapat dirasakan sebagai kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi baru. Keyakinan individu ditunjukkan pada sikap mereka terhadap penggunaan yang mengarah pada niat untuk menggunakan teknologi baru (Arif, 2006). Kegunaan yang dirasakan dapat diukur dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Penelitian ini didukung oleh suatu konsep model yaitu model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan untuk membantu dalam menganalisis beberapa faktor yang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap kemunculan teknologi baru, yaitu teknologi *Go-Pay* di lingkungan mahasiswa Sleman Yogyakarta

### **2.1.2. *Theory Planned of Behavior* (TPB)**

Menurut Krismiaji (2015) *Theory Planned of Behavior* (TPB) adalah :

“Faktor-faktor yang menentukan perilaku aktual individu.”



Dalam model *Theory Planned of Behavior* (TPB) terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku.

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Dalam penelitian kali ini penulis akan menjadikan *Theory Planned of Behavior* (TPB) sebagai dasar untuk mengukur minat seseorang dalam melakukan sesuatu.

(Ajzen, 2005) dalam (Neila, 2011) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*). Keyakinan berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya, pemahaman individu mengenai diri dan lingkungannya, dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila individu melakukan atau tidak melakukannya. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku itu apabila berdasarkan evaluasi yang dilakukan individu, diperoleh data bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan baginya.

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Persepsi ini sifatnya subjektif

sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Sebagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Bedanya adalah apabila sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (behavioral belief) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan individu yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (normative belief).

### **2.1.3. Definisi *Electronic Money (E-Money)***

Pengertian E-Money berdasarkan Bank for Internasional Settlement (BI,2019) yaitu :

“Uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.”

Transaksi menggunakan e-money sering dilakukan menggunakan jaringan internet. E-Money juga sering disebut dengan Electronic Cash, Electronic Currency, Digital Money, Digital Cash, atau dalam Bahasa Indonesia sering juga disebut dengan uang elektronik.

Uang elektronik atau e-money ini dapat langsung digunakan oleh pemiliknya untuk membayar transaksi keuangan pada perusahaan penyelenggara e-money maupun pihak-pihak lainnya yang sudah bekerjasama. E-money dapat digunakan sebagai alat pembayaran setelah pemiliknya melakukan pengisian saldo terlebih dahulu. Tidak seperti kartu debit dan kartu kredit, penggunaan e-money ini tidak menyebabkan pembayaran yang akan dilakukan dibebankan pada rekening bank.

Penerbit e-money saat ini tidak hanya sebatas perbankan saja, namun juga terdapat lembaga atau institusi tertentu yang sudah memiliki izin dari BankIndonesia. E-money dibedakan menjadi dua jenis, yaitu open loop dan closed loop, berdasarkan media penyimpanan nilai e-money dibedakan menjadi server based dan chip based, dan berdasarkan pencatatan data identitas pengguna e-money dibedakan menjadi unregistered dan registered (Adiyanti, 2015).

Sekarang ini hampir semua uang elektronik bersifat multi purpose dimana uang tersebut dapat digunakan serta diterima sebagai alat untuk bertransaksi di berbagai merchants yang berbeda. Dibawah ini adalah beberapa kelebihan yang telah ditawarkan oleh pihak e-money yang jika dibandingkan dengan uang tunai ataupun alat pembayaran dari non tunai lainnya (Bank Indonesia, 2006) :

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (micro payment), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan e-money.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-money dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi off-line, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.

3. Electronic value dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.

#### 2.1.4. Pengertian Go-Pay

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 *Electronic Wallet* (Dompet Elektronik) adalah :

“Sebuah layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain yaitu alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang dapat menampung dana, untuk melakukan pembayaran.”

*Go-Pay* merupakan dompet elektronik yang telah dikembangkan oleh perusahaan Go-Jek yang berfungsi sebagai alat pembayaran selama menggunakan aplikasi Go-Jek. Menurut pendapat (Priyono, 2017) awal perkembangan perusahaan Go-Jek tersebut dimulai dari menawarkan jasa transportasi sepeda motor, yang kemudian memperluas kembali jaringannya dengan menawarkan beberapa jenis layanan. *Go-Pay* merupakan salah satu bentuk inovasi dari Fintech. Layanan lain yang tersedia dalam aplikasi Go-Jek yaitu *Go-car*, *Go-Ride*, *Go-Food*, *Go-Send*, *Go-Point*, *Go-pulsa*, *Go-Tix*, *Go-Shop*, *Go-Med*, *Go-Mart*, *Go-Box*, *Go-Bills*, *Go-Salon*, *Go-Massage*, *Go-Pay*.

*Go-Ride* dan *Go-Car* merupakan layanan transportasi online. *Go-food* merupakan layanan pesan antar makanan. *Go-Mart* merupakan layanan belanja instan. *Go-Send* merupakan layanan kurir instan. *Go-Box* merupakan layanan untuk memesan mobil pick-up, truk engkel dan truk engkel boks untuk berbagai keperluan seperti pindahan atau mengirim barang dengan kapasitas besar. *Go-Tix*

merupakan layanan pesan tiket acara hiburan dan nonton film. *Go-Med* merupakan layanan membeli dan menebus obat. *Go-Bills* merupakan layanan untuk membayar berbagai tagihan seperti tagihan listrik dengan menggunakan saldo *Go-Pay*. Kemudian terdapat *Go-Point* merupakan point yang didapatkan ketika menggunakan saldo *Go-Pay* yang bisa ditukarkan dengan berbagai hadiah menarik. Layanan *Go-Pulsa* merupakan layanan untuk membeli saldo pulsa ([www.gojekindonesia.com](http://www.gojekindonesia.com)). Pengguna *Go-Jek* dapat memilih 2 cara pembayaran untuk semua layanan yang ada pada aplikasi *Go-Jek* yaitu menggunakan uang tunai dan *Go-Pay*.

#### 2.1.5. Kepercayaan

Menurut Kepercayaan merupakan rasa percaya diri seseorang atas dasar hasrat atau keinginan dari orang lain di bandingkan kekuatan dirinya sendiri. Dalam suatu kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, maka secara otomatis akan mengandung sebuah resiko. Pada kondisi yang beresiko, diperlukan adanya sikap percaya yang dapat mengakibatkan beberapa pihak yang terlibat dapat mengambil suatu tindakan. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan lain (Sherly Rakhmawati, 2013). Kepercayaan dapat membantu para pengguna dalam mengatasi sikap kekhawatiran dihadapi dan dapat mendorong pengguna dalam mengadopsi suatu produk.

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004), kepercayaan dapat dibentuk melalui tiga tahap dimensi, yaitu :

1. Kemampuan (*Ability*)

Mengacu terhadap kompetensi dan karakteristik.

## 2. Kebaikan Hati (*Benevolence*) .

Merupakan sikap kemauan atau keinginan dalam memberikan tingkat kepuasan yang dapat saling menguntungkan terhadap kedua belah pihak.

## 3. Sifat Integritas (*Integrity*)

Sikap ini berkaitan dengan perilaku seseorang dalam menjalankan usahanya, apakah informasi yang diberikan kepada pihak nasabah sudah benar dan sesuai dengan faktanya ataupun tidak.

### 2.1.6. Keamanan

Menurut (Afghani & Yulianti, 2017) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi. Keamanan merupakan hal yang cukup penting dalam penggunaan teknologi apalagi untuk yang berbasis internet seperti penggunaan *e-money*. Keamanan konsumen tentunya menjadi permasalahan yang tidak boleh dibiarkan begitu saja, seperti untuk penggunaan *e-money* konsumen harus merasa aman apabila misalnya berhubungan dengan informasi konsumen.

Sedangkan menurut (Drastiana, 2018), keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak. Dapat diambil kesimpulan dari uraian tersebut bahwa tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *Go-Pay*. Keamanan konsumen tentunya menjadi permasalahan yang tidak boleh

dibiarkan begitu saja, seperti untuk penggunaan *Go-Pay* konsumen harus merasa aman apabila misalnya berhubungan dengan informasi konsumen.

(Waspada, 2012) menuturkan bahwa keamanan dapat lebih mudah untuk diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Tidak timbul rasa kekhawatiran dalam memberikan informasi ;
2. Memiliki sikap percaya yang akan menimbulkan suatu pendapat dalam perlindungan dari informasi yang telah diberikan ;
3. Mempercayai bahwa uang yang sudah tersimpan pada alat elektronik akan terjamin pada saat terjadinya transaksi

### **2.1.7 Kemudahan**

Menurut (Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, 2015) kemudahan merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sedangkan menurut (Phonthanakitithaworn, Sellitto, & Fong, 2016) kemudahan adalah sebuah konstruk yang telah diteliti oleh para peneliti dan menjadi salah satu faktor yang berdampak paling dominan diantara yang lain terhadap perilaku seseorang di dalam menggunakan layanan pembayaran secara mobile .

Menurut pendapat (Pratiwi, Indriani, & Sugiarto, 2018) dibawah ini adalah beberapa macam indikator dari faktor kemudahan antara lain yaitu :

1. Dalam penggunaannya lebih mudah untuk dipelajari ;
2. Berbagai macam interaksi yang jelas serta lebih mudah untuk dipelajari dan difahami ;
3. Dalam berinteraksi tidak membutuhkan usaha yang lebih besar ;

#### 4. Lebih mudah untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan

Pada persepsi kemudahan seorang individu akan menilai apakah dengan menggunakan suatu sistem teknologi informasi dapat membuat pekerjaan mereka lebih mudah diselesaikan. Semakin mudah suatu sistem teknologi informasi untuk digunakan dan dipahami, maka akan semakin banyak juga yang akan menggunakan dan hal tersebut berlaku sebaliknya.

#### **2.1.8 Kenyamanan**

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004), kenyamanan adalah gambaran individu yang dapat dipercaya bahwa kegiatan dalam menggunakan sistem dianggap menyenangkan serta dalam penggunaan system termasuk konsekuensi dari kinerja yang disebabkan oleh pengguna sistem tersebut. Apabila dalam menggunakan sistem dirasa cukup menyenangkan bagi para pemakai, maka dapat memunculkan motivasi untuk menggunakan sistem tersebut dan memunculkan asumsi bahwa kenyamanan akan memberikan pengaruh positif pada penggunaan.

Manfaat yang dirasakan telah berpacu pada persepsi dari konsumen terhadap kesenangan, dimana kesenangan itu muncul berasal dari seseorang yang menggunakan sistem tersebut menurut (Nina Monica, 2017). Sedangkan menurut (Kim, Mirusmonov, & Lee, 2010) bahwa kenyamanan yang telah dirasakan menjadi sumber motivasi intristik serta mengacu pada suatu kinerja dalam kegiatan dimana tidak terdapat alasan yang jelas selain dari proses kerja itu sendiri.



### **2.1.9 Risiko**

Menurut (Pavlou, 2003) dalam (Priambodo & Prabawani, 2016) “persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan”. Risiko merupakan suatu ketidakpastian dan akan berbeda-beda untuk setiap individu. Persepsi risiko juga dapat diartikan sebagai perkiraan seorang individu terhadap konsekuensi negatif yang harus diterima akibat dari suatu ketidakpastian dalam mengambil keputusan.

### **2.1.10 Minat**

Menurut Hartono (2007:116) Minat adalah :

“Suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya.”

(Priambodo & Prabawani, 2016) menyebutkan bahwa minat merupakan suatu perilaku maupun tindakan yang nantinya akan muncul setelah menemukan suatu dasar pemikiran yang kuat akan hal tersebut. Minat merupakan suatu rasa keinginan akibat ketertarikan terhadap suatu hal. Biasanya minat dalam diri seorang individu akan muncul akibat beberapa faktor-faktor tertentu yang mendasarinya. Menurut (Fred D. Davis, 1989) dalam (Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, 2015) dijelaskan bahwa “minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu”.

Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan memiliki manfaat, maka akan menjadi berminat, lalu hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ini

berarti minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya. Minat menggunakan Go-Pay didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat individu untuk menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut minat dapat diartikan sebagai suatu rasa keinginan yang muncul dalam diri seorang individu terhadap suatu hal tertentu. Minat juga nantinya belum tentu akan dilaksanakan karena masih berupa asumsi atau prediksi, dan akan dilaksanakan setelah seorang individu menemukan alasan tepat yang mendasarinya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

(Sherly Rakhmawati, 2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking pada nasabah Bank Muamalat cabang pembantu Madiun”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 289 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking, sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem

internet banking. Disamping itu, seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

(Saripah & Putri, 2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi resiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan e-filling bagi wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan tahun 2015”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel. kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*.

(Hsueh-Ying Wu, Alethieia University on Matou Campus, Chun-Chun Lin, Far East University, Cheng-Lung Li, Kun Shan University, Hsing-Hui Lin, 2010) dalam penelitiannya yang memiliki judul “*A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking*” dengan menggunakan beberapa variabel yaitu *relative advantage, trust and perceived ease of use*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 310 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *relative advantage, trust and perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap niat pelanggan untuk menggunakan sistem online banking.

(Afghani & Yulianti, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi resiko serta kesadaran nasabah terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 82 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kesadaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *e-banking*. Namun, kewanamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking*.

(Fachrizi Alwafi, 2016) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Sedangkan hasil sebaliknya diperoleh dari variabel pengalaman yang tidak berpengaruh pada minat penggunaan Tokopedia.com.

(Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, 2015) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)” . variabel yang digunakan oleh peneliti selama penelitian ialah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 200 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel

tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

(Tjini dan Baridwan,2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*” menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan internet banking dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model*. Peneliti memperoleh responden pengguna layanan internet banking sebanyak 125 orang mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Brawijaya Malang. Hasil yang diperoleh dari analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan internet banking, serta konstruk kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan layanan internet banking. Sebaliknya, konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap digungkannya layanan internet banking.

(Priambodo & Prabawani, 2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota semarang)” di dalamnya menguji faktor-faktor yang menggunakan uang elektronik (*electronic money*) dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model*. Peneliti telah memperoleh responden pada pengguna layanan *electronic money* sebanyak 100 masyarakat di kota Semarang. Hasil yang telah diperoleh dari analisis model tersebut dimana telah menunjukkan

bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan

(Adiyanti, 2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan *e-money* (studi kasus : mahasiswa universitas brawijaya)” di dalamnya menguji faktor-faktor yang menggunakan uang elektronik (*electronic money*) dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model*. Peneliti telah memperoleh responden pada pengguna layanan *electronic money* sebanyak 140 masyarakat di kota Yogyakarta dan kabupaten Sleman. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

(Silva Cita Cania, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor - faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *go-pay* pada pelanggan maupun pengemudi *Go-Jek*” di dalamnya menguji faktor-faktor pengguna pada layanan *Go-Pay* dimana yang berperan ialah para pelanggan serta pengemudi *Go-Jek* yang berada di wilayah Yogyakarta dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model*. Peneliti telah memperoleh responden sebanyak 140 masyarakat di kota Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, kelemahan, dan reputasi sesuai dengan hipotesis peneliti, signifikan terhadap

variabel penggunaan nyata *e-money*. Hanya variabel persepsi kredibilitas yang berbeda dengan hipotesis menghasilkan nilai positif dan berpengaruh terhadap penggunaan *e-money* .

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Kemudahan**

Kepercayaan merupakan rasa percaya diri seseorang atas dasar hasrat atau keinginan dari orang lain di bandingkan kekuatan dirinya sendiri. Kepercayaan membantu seseorang mengatasi sikap kekhawatiran dihadapi dan mendorongnya mengadopsi suatu produk.

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kemudahan dalam penggunaan digunakan sebagai bentuk seseorang dapat percaya bahwa teknologi informasi tersebut dapat mudah untuk dipahami.

Pada teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan, serta menjelaskan mengenai perilaku yang berhubungan dengan keberterimaan pemanfaatan teknologi informasi. Ketika seseorang merasa percaya terhadap *go pay*, maka memunculkan persepsi kemudahan untuk memahami dan melakukan aktivitas menggunakan *go pay*. Menurut (Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, 2015) persepsikemudahan dalam penggunaan sistem informasi meliputi beberapa aspek yaitu : lebih mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, lebih mudah digunakan dalam bidang pekerjaan yang sesuai dengan apa yang telah diinginkan oleh para pengguna, serta dapat menambah ketrampilan pada klien

maupun pelanggan. Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

**H1 : Presepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Presepsi Kemudahan**

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Kenyamanan**

Kepercayaan merupakan rasa percaya diri seseorang atas dasar hasrat atau keinginan dari orang lain di bandingkan kekuatan dirinya sendiri. Kepercayaan membantu seseorang mengatasi sikap kekhawatiran dihadapi dan mendorongnya mengadopsi suatu produk. Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kenyamanan merupakan gambaran dimana individu tersebut percaya bahwa suatu kegiatan yang digunakan dapat dianggap menyenangkan baginya serta dapat meningkatkan kinerjanya.

Ketika seseorang merasa percaya terhadap go pay, maka ia yakin bahwa menggunakan go pay akan menyenangkan baginya dan meningkatkan kinerjanya sehingga memunculkan persepsi kenyamanan dalam penggunaannya. Teori *e-money* menjelaskan bahwa menggunakan uang elektronik lebih cepat dan nyaman jika dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi dengan jumlah nominal yang kecil sehingga tidak perlu menyediakan uang yang pas atau tidak perlu menyimpan uang kembalian. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :



## **H2 : Presepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Presepsi Kenyamanan**

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Persepsi Risiko**

Kepercayaan merupakan rasa percaya diri seseorang atas dasar hasrat atau keinginan dari orang lain di bandingkan kekuatan dirinya sendiri. Kepercayaan membantu seseorang mengatasi sikap kekhawatiran dihadapi dan mendorongnya mengadopsi suatu produk.

Teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan, serta menjelaskan mengenai perilaku yang berhubungan dengan keberterimaan pemanfaatan teknologi informasi, maka ketika terdapat resiko yang besar dalam menggunakan suatu sistem hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan seseorang dalam menggunakan go-pay.

Persepsi kepercayaan dapat membantu para pengguna untuk mengatasi sikap kekhawatiran yang telah dihadapinya dan dapat mendorong para pengguna untuk menggunakan secara berturut-turut suatu produk. Kepercayaan yang dimiliki mampu untuk mengatasi kemunculan presepsi yang lainnya. Meskipun para pengguna telah percaya dan menyadari akan timbulnya sebuah resiko, akan tetapi dengan munculnya sikap kepercayaan akan tetap dapat mendorong para pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian semakin besar persepsi kepercayaan yang dimiliki terhadap gopay akan menurunkan persepsi resiko dan mendorong seseorang untuk menggunakan gopay.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Priyono, 2017), (Pavlou, 2003), dan (Firdayanti, 2013) bahwasanya persepsi kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko. Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

### **H3 : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Negatif Terhadap Persepsi Risiko**

#### **2.3.4 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Kemudahan**

Menurut (Afghani & Yulianti, 2017) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan aplikasi *Go-Pay* menyimpan data dari pengguna. Teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamanan saat proses penggunaan teknologi.

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) kemudahan dalam penggunaan dapat menjadi suatu bentuk dimana seorang penggunanya akan merasakan aman ketika mereka menggunakan teknologi informasi tersebut. Kemudahan dalam penggunaan pada sebuah sistem informasi yang meliputi beberapa aspek : lebih mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dioperasikan, lebih mudah digunakan untuk bekerja sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, serta dapat menambah ketrampilan para klien maupun para pelanggan.

Ketika seseorang merasa aman dalam menggunakan *Go-pay*, maka pada saat mengaplikasikannya sudah tidak khawatir lagi dan memunculkan persepsi kemudahan untuk memahami dan melakukan aktivitas menggunakan *Go-*

pay. Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

**H4 : Presepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Presepsi Kemudahan**

### **2.3.5 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Kenyamanan**

Menurut (Afghani & Yulianti, 2017) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan aplikasi *Go-Pay* menyimpan data dari pengguna. Teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamanan saat proses penggunaan teknologi.

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kenyamanan merupakan gambaran dimana individu tersebut percaya bahwa suatu kegiatan yang digunakan dapat dianggap menyenangkan baginya serta dapat meningkatkan kinerjanya. Ketika pengguna merasa terjamin keamanan informasi personal dan transaksi dalam penggunaan *Go-pay*, mereka merasa menggunakan *go pay* akan menyenangkan baginya dan meningkatkan kinerjanya sehingga memunculkan persepsi kenyamanan dalam penggunaannya. Berdasarkan beberapa uraian diatas , maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

**H5 : Presepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Presepsi Kenyamanan**

### **2.3.6 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Persepsi Resiko**

Resiko merupakan keadaan ketidakpastian yang disebut juga *uncertainty* yang dipertimbangkan oleh seseorang untuk melakukan suatu aktivitas. Seseorang yang melakukan transaksi online harus benar-benar mempertimbangkan jarak serta suasana yang impersonal dalam bertransaksi secara online serta melalui berbagai infrastruktur global yang banyak mengandung segala macam aspek maupun unsur resiko (Pavlou, 2003).

Teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan. Teori ini menjelaskan mengenai perilaku yang berhubungan dengan keberterimaan pemanfaatan teknologi informasi. Ketika pengguna merasa terjamin keamanan informasi personal dan transaksi dalam penggunaan Go-pay, akan mengurangi kekhawatiran menggunakan Go-pay. Dengan demikian semakin besar persepsi keamanan atas transaksi Go-pay akan menurunkan persepsi resiko dan mendorong seseorang untuk menggunakan gopay. Penelitian (Afghani & Yulianti, 2017) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap resiko di dalam menggunakan *e-money*. Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

**H6 : Presepsi Keamanan Berpengaruh Negatif Terhadap Presepsi Resiko**

### **2.3.7 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kemudahan dalam penggunaan digunakan sebagai bentuk seseorang dapat percaya bahwa

teknologi informasi tersebut dapat mudah untuk dipahami. Menurut Hartono (2007:116) Minat adalah : “Suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya.”

Dalam model *Theory Planned of Behavior* (TPB) terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Ketika seseorang merasa dan meyakini bahwa sistem pembayaran menggunakan *go-pay* ternyata mudah untuk digunakan maka akan memunculkan minat lebih untuk menggunakan aplikasi tersebut, namun sebaliknya ketika *go-pay* tersebut tidak mudah digunakan oleh para pengguna maka para pengguna tidak berminat dalam menggunakan sistem tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan beberapa analisis yang telah dilakukan oleh (Adiyanti, 2015) serta (Priambodo & Prabawani, 2016) untuk menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan termasuk salah satu faktor yang telah dipertimbangkan oleh pelanggan untuk menggunakan *e-money* dan *Go-Pay*. Sedangkan menurut penelitian (Kim, Mirusmonov, & Lee, 2010), (Priyono, 2017), (Komang & Satya Diptha, 2017), serta (Aritonang & Arisman, 2017), menyatakan bahwa persepsi kemudahan dapat menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap para pengguna teknologi pembayaran tersebut (*Go-Pay*).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H7 : Presepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dalam transaksi menggunakan Go-pay**

### **2.3.8 Pengaruh Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) kenyamanan adalah gambaran dari dimana individu dapat percaya bahwa kegiatan dalam penggunaan sistem dianggap menyenangkan baginya serta penggunaan system termasuk dalam konsekuensi dari kinerja yang disebabkan oleh pengguna sistem tersebut. Sedangkan menurut Hartono, 2007:116 dalam Shomad dan Purnomosidhi (2012) Minat adalah : “Minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya.

Dalam model *Theory Planned of Behavior* (TPB) terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Apabila penggunaan sebuah sistem dirasa menyenangkan dan nyaman bagi para pemakai, hal ini akan memunculkan minat menggunakannya serta muncul asumsi dimana persepsi kenyamanan akan memberikan pengaruh positif pada penggunaan dalam sistem.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H8 : persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan Go-Pay**

### **2.3.9 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Sedangkan minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Kotler & Keller, 2012). Pavlou (2013) menjelaskan bahwa terdapat dua bentuk ketidakpastian dalam bertransaksi online, yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian lingkungan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko sebagai berikut: 1) Berupa adanya risiko tertentu, 2) Mengalami kerugian, 3) Pemikiran bahwa berisiko (Priambodo and Prabawani, 2016).

Dalam model *Theory Planned of Behavior* (TPB) terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Dengan demikian, jika seseorang memiliki persepsi risiko yang semakin tinggi dalam menggunakan Go-Pay maka semakin besar ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang

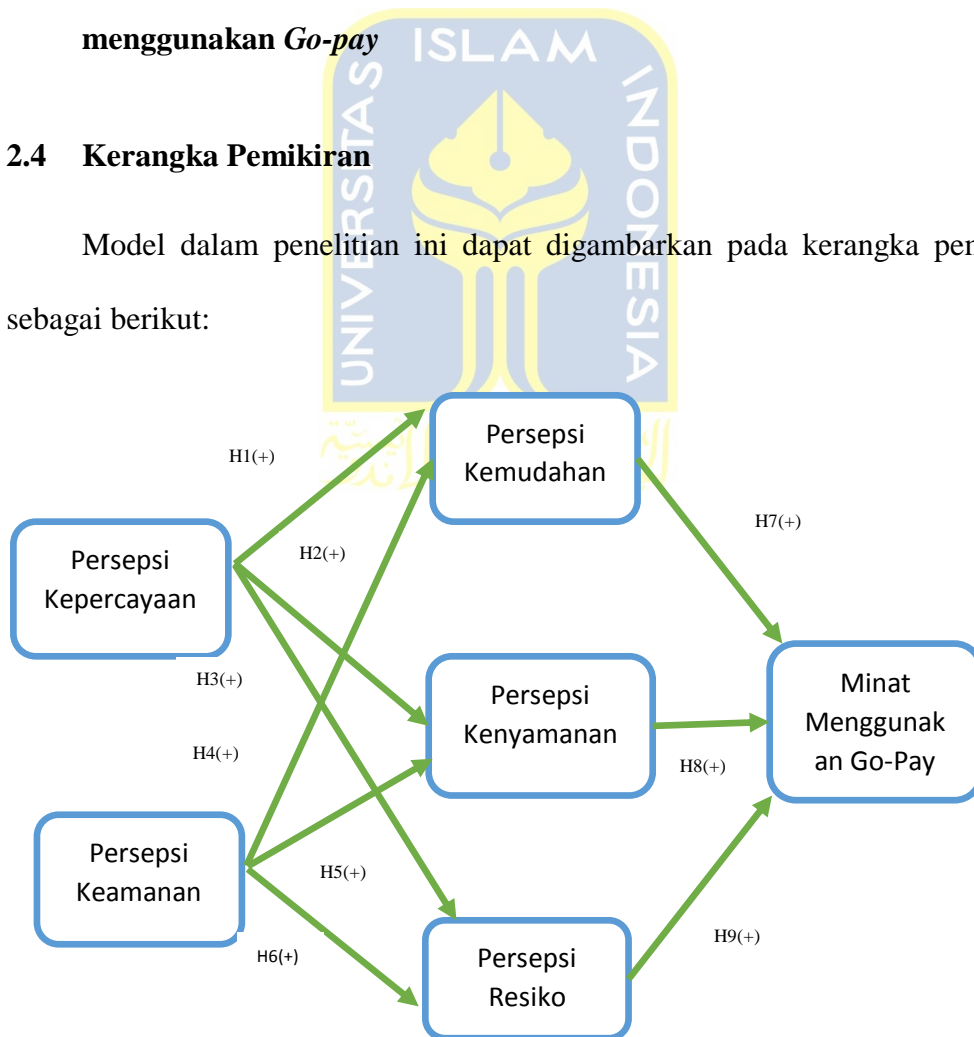
dirasakan dari menggunakan Go-pay sehingga akan mengurangi minat seseorang dalam menggunakan *go-pay*.

Miliani, Purwanegara, dan Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan *e-money*, sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan *e-money*.

**H9: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *Go-pay***

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Model dalam penelitian ini dapat digambarkan pada kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.4.1 Kerangka Pemikiran



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metoda analisa. Pada penelitian menggunakan *path analysis* untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel intervening maupun menguji pengaruh variabel intervening terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan teknik kuisisioner. Kuisisioner akan dibagikan kepada khusus pengguna layanan Go-Pay secara *online* melalui *Google Form*.

#### **3. 1. Populasi dan Sampel**

Menurut Sekaran, Uma dan Roger Boigie (2016) populasi adalah :

“Merupakan keseluruhan nilai dari hasil perhitungan maupun hasil pengukuran yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif, pada karakteristik tertentu menyangkut sekelompok objek yang lengkap serta jelas.”

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang telah menggunakan aplikasi Go-Jek. Pemilihan populasi yang telah dipilih pada penelitian ini karena pihak peneliti melihat banyaknya jumlah mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang telah menggunakan aplikasi Go-Jek tersebut dikarenakan di kabupten sleman paling banyak berdirinya Universitas. Dari penjabaran yang dilakukan oleh Aline soal pemetaan persaingan berdasarkan data *Fintech Report 2018* yang dilakukan oleh Dailysosial disebutkan

bahwa jumlah pengguna *Go-Pay* telah mencapai 79% dari total responden, kemudian diikuti oleh OVO 58%, T-Cash 55%, dan Dana 34%. Hal ini membuat peneliti tertarik ingin mengetahui berapa banyak mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta pengguna Gojek yang telah menggunakan transaksi pembayaran secara elektronik (dompet elektronik) yang tersedia didalam aplikasi Go-Jek disebut dengan Go-Pay.

Menurut Sekaran, Uma dan Roger Boigie (2016) Sampel adalah :

“Suatu bagian dari populasi yang diteliti dan dianggap dapat menggambarkan suatu karakteristik pada bagian populasinya, yang dapat dijadikan sebagai sebuah objek penelitian.” Suatu sampel dapat digunakan apabila ukuran pada populasinya relatif besar. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan *Go-Pay* yang terdapat pada aplikasi *Go-Jek*. Adapun teknik yang dapat digunakan dalam menentukan sebuah sampel, peneliti menggunakan teknik *convenience random sampling*. Metode ini dipilih berdasarkan kemudahan peneliti untuk menjangkau subyek yang dipilih untuk diikutkan dalam penelitian.

Karakteristik pada penelitian ini membatasi 3 Universitas Non Politeknik Negeri yang berada di Kabupaten Sleman Yogyakarta yaitu Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Universitas Negri Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada, dan 2 Universitas Swasta yang berada di Kabupaten Sleman Yogyakarta yaitu Universitas Islam Indonesia dan Universitas Sanata Dharma menurut (ristekdikti, 2018).

### 3. 2. Pengembangan Instrumen

Dalam mengembangkan instrumen penelitian ini, peneliti menganalisis beberapa penelitian yang *relevan* pada bidang ini. Beberapa dari kata kunci dimasukkan kedalam science direct, basis data proquest, JSTOR serta *google scholar*, seperti TAM, Go-Jek, serta dompet elektronik. Selanjutnya, untuk melakukan pengukuran atas item item yang digunakan, diadopsi dari skala yang tersedia dan kemudian dimodifikasi sehingga sesuai dengan konteksnya. Keseluruhan konstruk pada model ini dapat dioperasionalkan sehingga dapat merefleksikan konstruk yang dituju dalam mengukur menggunakan skala likert.

Menurut penjelasan (Sekaran, 2006) skala likert atau dapat disebut dengan (likert scale) merupakan suatu skala yang didesain untuk dapat menelaah seberapa tingkat kekuatan subjek untuk setuju maupun tidak setuju dengan semua pertanyaan yang ada pada skala 4 titik dengan susunan sebagai berikut :

Angka 1 dapat mewakili keterangan : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 dapat mewakili keterangan: Tidak Setuju

Angka 3 dapat mewakili keterangan: Setuju

Angka 4 dapat mewakili keterangan: Sangat Setuju

### 3. 3. Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 3 jenis variabel yang akan digunakan yaitu *variabel independen*, *variabel intervening* serta *variabel dependen*. Adapun dari masing-masing variabel tersebut memiliki definisi operasional. *Variabel independen* dalam penelitian ini adalah Persepsi kepercayaan serta persepsi

keamanan. Kemudian terdapat 3 *variabel intervening* dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, serta persepsi resiko. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat menggunakan *Go-Pay*.

Menurut Supardi (2005) Variabel Penelitian adalah :

“Konsep yang mempunyai variasi dalam nilai (variabel laten), oleh karena itu variabel-variabel akan diukur melalui dimensi dan indikator-indikator yang *relevan*”

Untuk mendapatkan data yang bernilai interval, responden diminta mengisi tanda ceklist pada kolom berisi pilihan 1-4. Tanda *ceklist* yang diberikan merupakan respon yang paling sesuai dengan persepsi yang responden rasakan untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Nilai 1-4 merupakan tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan. Nilai 1 berkorelasi dengan pernyataan “sangat tidak setuju”. Nilai yang paling mendekati nilai ini menunjukkan tingkat tidak setuju atas responden terhadap pernyataan kuisisioner yang rendah. Nilai 4 berkorelasi dengan “sangat setuju”. Nilai yang semakin mendekati nilai ini menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan kuisisioner tinggi.

Variabel variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **3.3.1. Variabel Independen (*Independen Variable*)**

Menurut pendapat Sugiyono (2015), variabel independen merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh dan dapat menjadi suatu penyebab

dalam suatu perubahan (timbul variabel independen). Pada penelitian ini variabel independennya adalah kepercayaan (*trust*) dan keamanan (*security*).

### 3.3.3.1. Persepsi Kepercayaan

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kepercayaan merupakan rasa percaya diri dari seseorang yang akan di temukan atas dasar hasrat atau keinginan dari orang lainnya di bandingkan atas kekuatan dirinya sendiri. Di dalam suatu kondisi yang ternyata terdapat suatu unsur ketidakpastian, maka secara otomatis akan mengandung sebuah resiko. Pada kondisi yang telah beresiko, maka diperlukan adanya suatu sikap persepsi kepercayaan dimana dapat mengakibatkan pihak-pihak yang telah terlibat dapat bersedia untuk mengambil suatu tindakan. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (F. David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004). Kepercayaan membantu para pengguna untuk mengatasi sikap kekhawatiran yang akan dihadapinya dan dapat mendorong para pengguna dalam mengadopsi suatu produk.

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai variabel kepercayaan (*trust*) yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Nurmalasari, 2017). Ketiga dari indikator tersebut adalah :

1. Menjaga kerahasiaan dari data pengguna

2. Menjaga kepercayaan dari pengguna
3. Menjaga keamanan dari proses transaksi

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Nurmalasari, 2017) yang sudah dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah menjaga kerahasiaan data, memberikan jasa dengan baik, memiliki jaminan keamanan, dan reputasi baik.

Untuk mengetahui tingkat kepercayaan dalam penggunaan sistem layanan Go Pay, maka diajukan empat indikator pernyataan yang dikembangkan dari penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

**Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Persepsi Kepercayaan**

NO	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Kepercayaan	Saya percaya pihak penerbit Go-Pay menjaga kerahasiaan data saya	Nurmalasari (2017) Modifikasi
2		Saya percaya Go-Pay memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan	
3		Saya percaya bahwa Go-Pay memiliki jaminan keamanan transaksi yang baik	
4		Saya percaya setiap partisipan Go-Pay seperti penjual dan pembeli yang terlibat di dalamnya memiliki reputasi baik.	

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

### 3.3.3.2. Persepsi Keamanan

Menurut (Afghani & Yulianti, 2017) bahwa Keamanan merupakan suatu bentuk upaya dalam mengamankan aset informasi terhadap segala ancaman yang

kemungkinan akan muncul. Suatu teknologi dapat dikatakan baik jika teknologi tersebut dapat membuat jaminan keamanan kepada seluruh informasi data yang telah tersimpan serta tingkat keamanan dalam proses penggunaan teknologi tersebut.

Dibawah ini merupakan beberapa pernyataan penelitian tentang persepsi keamanan :

1. Dalam menggunakan *Go-Pay* sebagai alat yang digunakan untuk pembayaran non tunai aman bagi saya
2. Pembayaran menggunakan *Go-Pay* dapat memberikan jaminan terhadap pengguna
3. Tidak muncul rasa kekhawatiran dalam menggunakan *Go-Pay*
4. Permasalahan dalam tingkat keamanan yang ada pada *Go-Pay* tidak dapat mempengaruhi saya dalam menggunakan

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai variabel keamanan (*security*) yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Oney, Guven, & Rizvi, 2017). Ketiga dari indikator tersebut adalah :

1. Menjaga keamanan dari data pengguna
2. Menjaga keamanan dari para hacker invasion
3. Menjaga keamanan dari proses transaksi

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Oney et al., 2017) yang sudah

dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah menjaga keamanan, semua informasi terjamin keamanannya, hacker invaton.

Untuk mengetahui tingkat keamanan dalam penggunaan sistem layanan Go Pay, maka diajukan empat indikator pernyataan yang dikembangkan dari penelitian dapat dilihat pad tabel 3.2 berikut ini :

**Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Persepsi Keamanan**

NO	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Keamanan	Menurut saya bertransaksi menggunakan Go-Pay, aman	Oney, Guven, & Rizvi (2017) Modifikasi
2		Saya percaya semua informasi terkait user dan transaksi Go-Pay dijamin keamanannya	
3		Menurut saya semua informasi yang saya berikan untuk transaksi pembayaran menggunakan Go-Pay terjamin keamanannya	
4		Saya tidak takut terjadi kecurangan bertransaksi (hacker invation) dalam Go-Pay	

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### 3.3.2. Variabel Intervening

Variabel penyela (*intervening variable*) adalah variabel yang terletak di antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel dependen (*dependet variable*) (Sugiyono, 2012). Tujuan dari variabel penyela adalah untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Melalui variabel penyela dapat diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar



variabel, kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan apakah variabel penyalah dalam penelitian ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel penyalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah budaya organisasi. (Sugiyono,2012) menyatakan bahwa suatu variabel dapat berfungsi sebagai variabel intervening apabila memenuhi kondisi sebagai berikut:

- a. *Full mediation* , merupakan suatu variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel-variabel dependen tanpa melalui sebuah variabel mediator .
- b. *Part mediation*, merupakan suatu variabel independen yang mampu mempengaruhi secara langsung pada variabel dependen tanpa melibatkan sebuah variabel mediator.
- c. *No mediation*, merupakan suatu variabel independen yang dapat mempengaruhi suatu variabel dependen yang hasilnya signifikan tanpa harus melibatkan variabel intervening maupun variabel mediator.

Di dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel intervening adalah :

#### **3.3.3.1. Persepsi Kemudahan**

Menurut (Phonthanukitithaworn et al., 2016) persepsi kemudahan adalah suatu konstruk yang sudah banyak diteliti oleh para peneliti dan menjadi salah satu faktor yang berdampak paling dominan diantara yang lain terhadap perilaku seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran secara mobile. Dengan adanya kemunculan Go-Pay, terdapat kemudahan dalam sistem bertransaksi atau sistem pembayaran yang saat ini telah dirasakan oleh

banyak masyarakat maupun para mahasiswa. Masyarakat dan para mahasiswa dapat merasakan kemudahan dalam dari penggunaan Go-pay, dikarenakan dengan penggunaan Go-Pay yang digunakan sebagai alat pembayaran atau yang membantu dalam sistem bertransaksi akan memunculkan kemudahan dan menghemat waktu bagi penggunanya. Dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh (Fachrizi Alwafi, 2016) tingkat kemudahan dapat didefinisikan menjadi suatu alat yang dapat meyakinkan para pengguna bahwa dalam menggunakan teknologi merupakan suatu hal yang lebih mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam melakukannya, sehingga dalam menggunakan teknologi serta tingkat kemudahan dalam sistemnya haruslah sesuai dengan permintaan para pengguna.

Dibawah ini merupakan beberapa pernyataan penelitian tentang persepsi kemudahan :

1. *Go-Pay* merupakan suatu terobosan teknologi yang mudah untuk digunakan dan dipejari saya
2. Teknologi *Go-Pay* mudah melaksanakan atau mengerjakan apa yang telah diinginkan oleh penggunanya
3. Saya serta para pengguna akan sangat mudah untuk beradaptasi dengan teknologi *Go-Pay*
4. Teknologi *Go-Pay* lebih mudah untuk meningkatkan keterampilan penggunanya
5. Secara keseluruhan teknologi *Go-Pay* ternyata sangat mudah dan praktis untuk dioperasikan

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai persepsi kemudahan (*perception of ease*) yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Priambodo & Prabawani, 2016). Ketiga dari indikator tersebut adalah :

1. Mudah untuk dipelajari dan digunakan
2. Mudah bertransaksi dimanapun dan kapanpun
3. Mudah memahami fitur yang tersedia

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Priambodo & Prabawani, 2016) yang sudah dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah menjaga kemudahan penggunaan, flexibel, sudah bekerja sama dengan berbagai merchant.

Daftar pertanyaan variabel Persepsi Kepercayaan yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.3.3 berikut ini :

**Tabel 3.3 daftar Pertanyaan Persepsi Kemudahan**

NO	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Kemudahan	Menurut saya Go-Pay mudah untuk digunakan	Priambodo & Prabawani (2016) Modifikasi
2		Saya dapat dengan mudah melakukan proses transaksi dimana saja dengan menggunakan Go-Pay	
3		Saya dapat melakukan proses transaksi online dengan mudah menggunakan Go-Pay ( karena sudah bekerjasama dengan berbagai merchant besar maupun kecil)	
4		Saya dapat melakukan proses transaksi yang beragam dengan sangat mudah menggunakan Go-	

		pay	
--	--	-----	--

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

### 3.3.3.2. Persepsi Kenyamanan

Menurut (David Schoorman, Roger C. Mayer, 2004) persepsi kenyamanan adalah gambaran dari dimana individu dapat percaya bahwa kegiatan dalam penggunaan sistem dianggap menyenangkan baginya serta penggunaan system termasuk dalam konsekuensi dari kinerja yang disebabkan oleh pengguna sistem tersebut. Apabila kenyamanan dikaitkan dengan layanan Go-Pay , maka kesenangan merupakan suatu pengalaman yang menyenangkan ketika menggunakan layanan *Go-Pay* , tingkat kenyamanan lebih cenderung kepada perasaan yang nyaman dan merasa tidak menyita waktu dalam menggunakan *Go-Pay*, dan sikap menyukai atau suka yang lebih terarah pada sifat ketertarikan dalam menggunakan *Go-pay*.

Dibawah ini merupakan beberapa pernyataan penelitian tentang persepsi kenyamanan :

1. Dalam menggunakan *Go-Pay*, para pengguna dapat merasa nyaman karena lebih mudah dan efektif
2. *Go-pay* juga memberikan manfaat dalam penghematan waktu
3. Dalam menggunakan *Go-Pay* banyak feedback yang telah diperoleh *Go-Pay* memberikan rasa nyaman saat bertransaksi

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai persepsi kenyamanan (*perception of comfort*) yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Oney, Guven, & Rizvi, 2017). Ketiga dari indikator tersebut adalah :

1. Nyaman untuk dipelajari dan digunakan
2. Nyaman dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun
3. Nyaman dalam memahami fitur yang tersedia

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Oney et al., 2017) yang sudah dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah kenyamanan dalam menggunakan, tidak terdapat biaya transaksi tambahan, banyak fitur, data selalu tepat.

Daftar pertanyaan variabel Persepsi Kepercayaan yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.3.4 berikut ini :

**Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Persepsi Kenyamanan**

NO	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Kenyamanan	Saya merasa nyaman menggunakan Go-Pay sebagai alat bayar	Oney, Guven, & Rizvi (2017) Modifikasi
2		Saya merasa nyaman menggunakan Go-pay sebagai alat bayar karena tidak ada biaya transaksi (bahkan banyak mendapatkan cashback transaski )	
3		Saya merasa nyaman karena Go-pay menyediakan banyak fitur pembayaran seperti transfer saldo, membayar tagihan (tagihan	

		listrik,tv,internet), serta history transaksi	
4		Saya merasa nyaman menggunakan Go-Pay karena data transaksi atau jumlah pembayaran yang terdisplay selalu tepat	

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### 3.3.3.3.Persepsi Risiko

Menurut (Pavlou, 2003) persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Sedangkan minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Berdasarkan penelitian yang sudah tersedia saat ini, terdapat dua hal dalam bentuk ketidakpastian yang dapat muncul pada suatu adopsi teknologi yang baru: dimana adanya ketidakpastian di lingkungan (*Behavioural Uncertainty*) (Pavlou, 2003). Sikap ketidakpastian pada suatu lingkungan berasal dari berbagai jaringan komunikasi pada suatu teknologi yang telah berada pada luar kendali dari pengguna. Bahkan dari pihak operator teknologi informasi juga sulit dalam mengendalikannya (Priyono, 2017).

Sikap konsisten dalam prespektif ini, dalam penelitian ini telah mendefinisikan presepsi resiko sebagai sikap kepercayaan yang subyektif dari para pengguna , dimana telah terdapat kemungkinan muncul terjadinya suatu resiko yang digunakan untuk membantu dalam kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi dompet elektronik tersebut (Pavlou, 2003).

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai persepsi risiko (*percieved risk*) yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Oney, Guven, & Rizvi, 2017). Ketiga indikator tersebut adalah :

1. Tingginya risiko yang terjadi
2. Keamanan dalam data pribadi dan bertransaksi
3. Keamanan dalam sistem

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelian (Oney, Guven, & Rizvi, 2017) yang sudah dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah informasi data pribadi tersebar, saldo berkurang, pembatalan pemesanan, koneksi internet tidak stabil. Daftar pertanyaan variabel Persepsi Kepercayaan yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.3.5 beerikut ini :

**Tabel 3.5 daftar Pertanyaan Persepsi Resiko**

NO	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Resiko	Saya merasa khawatir apabila informasi pribadi saya akan dibagikan dengan pihak lain tanpa sepengetahuan saya.	Oney, Guven, & Rizvi (2017) Modifikasi
2		Saya merasa khawatir saldo Go-Pay saya berkurang tanpa sebab	
3		Saya merasa khawatir apabila sering ada pembatalan dalam pesanan dan transaksi kepada pengemudi Go-Jek yang akan mengakibatkan terjadinya suspend pada akun Go-Pay saya	

4		Saya khawatir jika koneksi internet yang tidak stabil membuat proses pengiriman top up saldo/uang elektronik (isi saldo) pada Go-Pay menjadi terhambat	
---	--	--	--

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### 3.3.3. Variabel Dependen (*Dependen Variable*)

Variabel Dependen (*Dependen Variabel*) atau variabel terikat merupakan variabel yang dapat terpengaruh oleh variabel lainnya yaitu Variabel Independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel dependennya adalah Minat Menggunakan Go-pay pada kalangan Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang menjadi tolak ukur dalam keberhasilan dari pihak Go-Pay yang membantu pihak Bank Indonesia dalam menciptakan suatu komunitas atau masyarakat dapat menjadi lebih tertarik dalam menggunakan fitur teknologi pembayaran secara non tunai (*less society*) di Indonesia.

#### 3.3.3.1. Minat Menggunakan Go-Pay

Menurut (Tjini dan Baridwan, 2012) minat merupakan salah satu aspek berasal dari psikis manusia yang dapat memunculkan sikap untuk mendorong dalam mencapai tujuannya. Maka, dapat memunculkan sikap seorang individu yang mendapat rangsangan yang menguntungkan dan bermanfaat bagi dirinya, serta dapat meningkatkan individu untuk melakukan hal tertentu.

Dibawah ini merupakan beberapa pernyataan mengenai minat dari seseorang dalam menggunakan Go-Pay :



1. Saya akan menggunakan Go-Pay yang digunakan sebagai alat pembayaran saat sedang bertransaksi
2. Dengan adanya Go-Pay saya tidak merasa keberatan untuk menggunakannya
3. Dalam jangka waktu yang panjang saya akan mencoba untuk menggunakan Go-Pay

Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang mengenai minat menggunakan Go-Pay yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut terdapat pada sumber dari penelitian milik (Nurmalasari, 2017). Ketiga dari indikator tersebut adalah :

1. Menggunakan jasa tertentu
2. Intensitas menggunakan
3. Menggunakan *Go-pay* karena mudah dalam bertransaksi tanpa uang tunai

Pengukuran variabel ini dilakukan atas 4 item pertanyaan dalam kuesioner, pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Nurmalasari, 2017) yang sudah dimodifikasi. Indikator pertanyaan dalam variabel ini adalah dapat bertransaksi secara non tunai, lebih mudah digunakan, lebih cepat, praktis . Daftar pertanyaan variabel Persepsi Kepercayaan yang terdapat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel **3.3.6** berikut ini :

**Tabel 3.6 Daftar Pertanyaanl Minat Menggunakan Go-Pay**

No	Variabel	Pernyataan	Sumber
1		Saya minat menggunakan Go-Pay karena dapat melakukan transaksi secara langsung tanpa menggunakan uang tunai	

2	Minat Menggunakan Go-Pay	Saya minat menggunakan Go-Pay karena dalam bertransaksi lebih mudah digunakan	Nurmalasari (2017) Modifikasi
3		Saya minat menggunakan Go-Pay karena dapat bertransaksi lebih cepat sesuai dengan kebutuhan	
4		Saya minat menggunakan Go-Pay karena lebih praktis dalam proses bertransaksi	

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

### 3. 4. Metode Pengumpulan Data .

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik penelitian yang menggunakan metode penyebaran angket. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk pertanyaan pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian dengan skala likert dari 1 hingga 4 dari jawaban yang setuju maupun tidak setuju sesuai persepsi responden. Metode yang digunakan untuk data adalah metode survei menggunakan instrumen pada kuesioner, responden diminta mengisi daftar pertanyaan yang kemudian dikembalikan kepada peneliti. Survey dilakukan dengan menggunakan sarana komputer dan aplikasi pada *google form*.

### 3. 5. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menguji adalah *path analysis* dengan program SmartPLS 3.0. Alasan penggunaan alat *path analysis* karena pada penelitian ini data diolah dan diproses menjadi kelompok-kelompok,

diklasifikasikan, dan dikategorikan. Beberapa langkah yang dilakukan dalam *path analysis* adalah sebagai berikut:

Menurut Ghozali & Latan (2015) teknik analisis data adalah :

Tahapan analisis yang menggunakan PLS 3.0 disarankan untuk melalui lima proses tahapan , yang kemudian pada tiap tahapan tersebut akan berpengaruh terhadap tahapan berikutnya:

1. Konseptualisasi model

Menurut Ghozali & Latan (2015) konseptualisasi model adalah

“Sebuah langkah awal dalam menganalisis menggunakan PLS 3.0, diwajibkan untuk melakukan pengembangan serta pengukuran terhadap konstruk.”

2. Menentukan metode pada analisis algorithm

Menurut Ghozali & Latan, (2015) Metode analisis pada algorithm adalah

“Menentukan jenis yang digunakan untuk mengestimasi model, pada metode *analisis algorithm* tersebut menyediakan algorithm PLS 3.0 dengan tiga pilihan skema yaitu *centroid*, *factorial*, serta *path* maupun *struktural weighting*.”

3. Menentukan metode *Resampling*

Menurut Ghozali & Latan, (2015) Metode *Resampling* adalah

“Dua jenis metode dalam bidang SEM untuk melakukan proses penyempelan kembali (*resampling*), yaitu *bootstrapping* dan *jackknifing*.”

Namun penelitian ini menggunakan metode *bootstrapping*. *Bootstrapping* merupakan metode yang menggunakan seluruh sampel dalam melakukan uji *resampling*.

#### 4. Menggambar diagram jalur

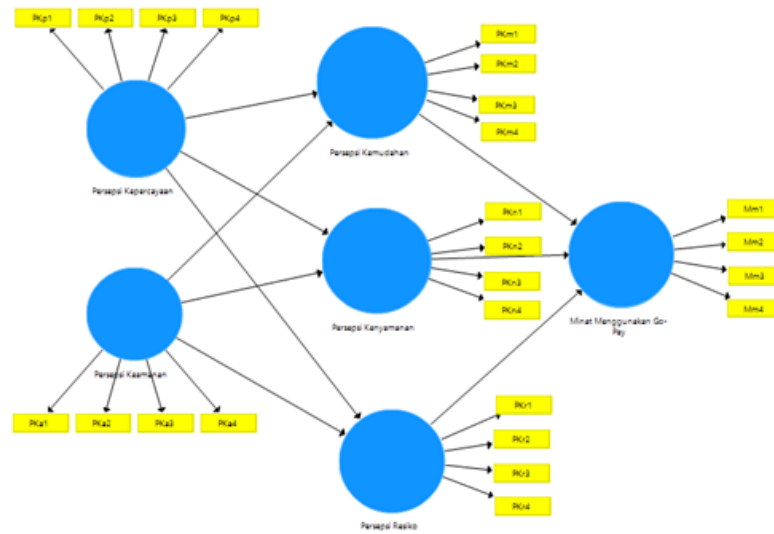
Menurut (Falk & Miller, 2014) menggambar diagram jalur (*path diagram*) adalah Merekomendasikan untuk dapat menggunakan prosedur pada nomogram *Reticular Action Modeling* (RAM).

#### 5. Evaluasi model

Evaluasi model berfungsi menilai dari hasil pengukuran suatu model (*measurement model*). Measurement model menganalisis faktor yang *Conformatory Actor Analysis* (CFA) yang berfungsi sebagai uji validitas maupun reliabilitas pada suatu konstruk yang laten. Tahap selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural dan pengujian signifikan antar variabel .

Menurut Ghozali & Latan (2015) “metode pengujian PLS terdiri dari 2 macam tipe pengujian, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan struktural model (*inner model*).”

### 3. 6. Model Penelitian



Gambar 6.1 Model Penelitian

### 3. 7. Model Pengukuran (*Outer Model*)

(*Outer Model*) model pengukuran merupakan indikator yang berhubungan dengan variabel latennya. *Outer Model* menggunakan indikator pada refleksif dan dievaluasi menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan yang berasal dari indikator dalam membentuk sebuah konstruk laten dan *cronbach alpha*, *composite reliability* yang digunakan sebagai blok indikatornya.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali & Latan (2012) Validitas adalah:

“Pengukuran yang dilihat berdasarkan tingkat sejauh mana ketepatan serta kecermatan alat tersebut dalam melakukan pengukurannya.”

Suatu tes atau instrumen pengukur dikatakan dapat mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Untuk menaksir

validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS 3.0). Varian yang didasarkan pada pendekatan PLS 3.0 lebih sering digunakan karena PLS 3.0 tidak mengharuskan pembebanan sampel dan termasuk dalam distribusi bebas.

Skala validasi diproses dalam dua tahap, yaitu analisis *convergent validity* dan *analisis discriminant validity*. Menurut Ghazali (2006) nilai *convergent validity* adalah

“Nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator - indikatornya, hal ini untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mampu dipahami dengan baik oleh responden sehingga tidak mengalami kesalahpahaman terhadap indikator yang digunakan.”

Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. *Convergent validity* diuji dengan kriteria, yaitu:

1. Semua item *loading factor*  $> 0,70$
2. *Average Variance Extracted* (AVE)  $> 0,50$

*Discriminant validity* dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki *discriminant* yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai akar AVE dengan nilai korelasi antar variabel laten. Nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel laten.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji ini diperlukan untuk mengetahui tingkat kehandalan kuisisioner yang ada dalam penelitian ini. Kuisisioner yang handal adalah yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Pengujian dilakukan dengan membandingkan koefisien reliabilitas dengan koefisien reliabilitas table. Jika koefisien reabilitas lebih besar daripada koefisien reliabilitas table, maka kumpulan item pertanyaan yang diuji dinyatakan reliable atau handal. Pengukuran reliabilitas konstruk dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *composite reliability* yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,70.

### 3.8 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali (2006) pengujian inner model atau model struktural adalah :

“Model yang digunakan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan dan R-square dari model penelitian.”

#### 3.8.1 Uji R-square ( $R^2$ )

Dalam menilai model dengan partial least square dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten. Interpretasinya sama dengan interprestasi pada regresi.

Menurut Ghozali (2006) R-square adalah :

“Perubahan pada nilai yang dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantive.”

Menurut Sugiyono (2015) Interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0.00-0.199 = sangat rendah

0.20-0.399 = rendah

0.40-0.599 = sedang

0.60-0.799 = kuat

0.80-1.00 = sangat kuat

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, keterdukungan hipotesis dapat dilihat dengan membandingkan nilai dari alpha dan p-value. Dalam proses penelitian, nilai alpha ditentukan sebelum nilai p-value.

Menurut Ghazali (2006) Alpha atau  $\alpha$  adalah

“Batas kesalahan maksimal yang dijadikan patokan oleh penulis, nilai alpha yang kecil menunjukkan semakin ketatnya suatu data (data ideal).”

Pada penelitian ini menggunakan alpha sebesar 0.05 atau 5%, nilai ini menunjukkan tingkat keyakinan dari penulis bahwa tingkatan akurasi data yang dapat diterima adalah 95%. Sedangkan p-value menunjukkan seberapa ekstrim



data yang kita temui di lapangan yang didapat peneliti dari hasil statistik (data aktual).

Apabila diperoleh nilai p-value  $\leq 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka dapat disimpulkan didukung, dan sebaliknya apabila lebih dari 0.05 maka disimpulkan tidak didukung. Jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah didukung, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel laten terhadap variabel laten lainnya dan sebaliknya jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah tidak didukung, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel laten terhadap variabel lainnya.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian pengaruh persepsi kepercayaan, keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan resiko terhadap minat menggunakan go-pay di kalangan mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang diperoleh berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Data yang akan dianalisis, sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya. Hasil pengolahan data berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dibuat diterima atau sebaliknya.

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, dengan menggunakan kuisisioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *random sampling*, yaitu individu yang menggunakan aplikasi Go-Jek khususnya layanan Go-Pay. Dalam hal ini sebagai subyek responden adalah pengguna aplikasi Go-Jek, khususnya layanan Go-Pay. Penyebaran kuisisioner dilakukan selama 4 hari. Proses penyebaran kuisisioner dilakukan dengan melalui media *online*, yaitu *Google Form*. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut:

Berikut merupakan hasil dari kuesioner tersebut yang dapat dilihat pada **Tabel**

##### 4.1.1

**Tabel 4.1.1 Hasil Pengumpulan Data**

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Presentase
Jumlah kuesioner yang terisi responden	200	100 %
Kuesioner yang memenuhi persyaratan	200	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan jika jumlah kuesioner yang sudah disebar dan kemudian mendapatkan responden sebanyak 200 responden yang terisi. Selanjutnya seluruh hasil dari responden dapat kembali kepada peneliti yang sudah terisi secara lengkap sehingga data tersebut dapat digunakan untuk selanjutnya diolah.

## **4.2 Deskripsi Responden**

Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, asal universitas, pengguna fitur go-jek, dan pernah bertransaksi menggunakan *go-pay*. Maka dapat diidentifikasi berdasarkan karakteristik dari responden sebagai berikut:

### **4.2.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Reponden**

Jenis kelamin termasuk dalam salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tiap individu dalam menyikapi sebuah produk serta jasa, dalam hal ini tentu saja berkaitan dengan tingkat dari kepentingan tiap individu berdasarkan jenis kelaminnya masing-masing. Menurut hasil kuesioner yang telah disebar, maka hasil tersebut dapat terlihat pada **Tabel 4.2.1**

**Tabel 4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	124	62%
Laki-laki	76	38%
Total	200	100%

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah laki- laki dari seluruh sampel sebesar 76 orang (38%) dari total keseluruhan sampel, kemudian untuk jumlah perempuan dari total seluruh sampel sebesar 124 orang (62%).

#### **4.2.2 Asal Universitas Responden**

Berdasarkan penggunaan kuota sampling, maka pihak peneliti memberi batasan responden pada tiap universitas. Menurut hasil kuesioner yang telah disebar, maka memperoleh hasil distribusi frekuensi yang dapat dilihat berdasarkan asal universitasnya seperti terlihat hasilnya pada **Tabel 4.2.2**

**Tabel 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Universitas**

Keterangan	Jumlah Kuesioner	
	Terisi	Presentase
Universitas Pembangunan Nasional	35	17,5%
Universitas Negeri Yogyakarta	28	14%
Universitas Gajah Mada	51	25,5%
Universitas Islam Indonesia	64	32%
Universitas Sanata Dharma	22	11%
Total	200	100%

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Dari Tabel 4.3 Dari kuesioner yang disebar tersebut, kuesioner yang dapat kembali kepada peneliti sebesar 200 Responden yang mengisi. Dari 200

kuesioner yang kembali, kuesioner yang memenuhi syarat penelitian, yaitu 200 (100%). Perolehan responden tertinggi berada pada Universitas Islam Indonesia sebesar 64 responden (32%), kemudian Universitas Gadjah Mada yang berjumlah sebesar 51 orang (25,5%), selanjutnya yang ketiga pada Universitas Pembangunan Negeri Nasional yang berjumlah sebesar 35 orang (17,5%), dan pada posisi keempat berada di Universitas Negeri Yogyakarta yang berjumlah sebesar 28 orang (14%), dan pada posisi terakhir diduduki oleh Universitas Sanatha Dharma yang berjumlah sebesar 22 orang (11%). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 200 orang responden yang memenuhi syarat serta terdiri atas lima universitas yang berbeda-beda.

#### 4.2.3 Responden Pengguna Aplikasi Go-Jek

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, maka memperoleh hasil distribusi frekuensi berdasarkan responden yang pernah menggunakan aplikasi go-jek seperti terlihat pada **Tabel 4.2.3** berikut

**Tabel 4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Aplikasi Go-Jek**

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Pernah	194	97 %
Tidak Pernah	6	3 %
Total	200	100%

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan dari hasil data diatas terdapat jumlah responden yang pernah menggunakan aplikasi *go-jek* pada keseluruhan sampel terdapat 194 orang atau

97% responden dari total seluruh sampel, kemudian untuk jumlah responden yang belum pernah menggunakan aplikasi *go-jek* pada keseluruhan sampel terdapat 6 orang atau 3% responden dari total keseluruhan pada sampel .

#### 4.2.4 Responden Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, maka memperoleh hasil distribusi frekuensi berdasarkan responden yang pernah bertransaksi menggunakan *go-pay* seperti terlihat pada **Tabel 4.2.4** berikut

**Tabel 4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Bertransaksi**

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Pernah	184	92 %
Tidak Pernah	16	8 %
Total	200	100%

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan dari hasil data diatas terdapat jumlah responden yang pernah bertransaksi menggunakan *Go-Pay* pada keseluruhan sampel terdapat 184 orang atau 92% responden dari total seluruh sampel, kemudian untuk jumlah responden yang belum pernah menggunakan *Go-Pay* pada keseluruhan sampel terdapat 16 orang atau 8% responden dari total keseluruhan pada sampel .

#### 4.3 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian pada *outer model* dapat diartikan sebagai media atau alat yang digunakan untuk meneliti hubungan antar indikator dengan variabel latennya. Karena dalam indikator-indikator tersebut memiliki sifat formatif dalam membentuk variabel dependen serta independen maka dapat diasumsikan dengan

tidak terdapat korelasi yang cocok antar indikator. Pengujian yang dilakukan pada outer model yaitu pengujian yang digunakan untuk melihat tingkat validitas serta reliabilitas pada tiap indikator.

#### **4.3.1 Convergent Validity**

Validitas konstruk dalam penelitian ini dinilai dengan *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* mengacu pada keberadaan korelasi antar instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama. Validitas konvergen dilihat dari nilai loading instrument dan *square root of average aertacted* (AVE). Nilai *loading* merupakan nilai antara konstruk dan instrument yang merupakan proporsi variansi dari sebuah item. Validitas dikatakan memiliki nilai yang baik jika nilai loading faktor lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50 Ghazali (2006). Untuk mengevaluasi validitas diskriminan digunakan *software SmartPLS 3.0*. Tabel berikut merupakan sebuah hasil berdasarkan sebuah perhitungan nilai yang aadaa pada AVE serta loading factor yang tertera pada tabel **Tabel 4.3**.

**Tabel 4.3.1 Result for outer loadings (convergent validity)**

Variabel	Kode	Outer Loading	AVE
Persepsi Kepercayaan	PKp1	0,778	0,787
	PKp2	0,795	
	PKp3	0,834	
	PKp4	0,741	
Persepsi Keamanan	PKa1	0,840	0,817
	PKa2	0,866	
	PKa3	0,883	
	PKa4	0,679	
Persepsi Kemudahan	PKm1	0,767	0,836
	PKm2	0,849	
	PKm3	0,840	
	PKm4	0,891	
Persepsi Kenyamanan	PKn1	0,837	0,865
	PKn2	0,842	
	PKn3	0,899	
	PKn4	0,884	
Persepsi Resiko	PKr1	0,914	0,792
	PKr2	0,781	
	PKr3	0,838	
	PKr4	0,634	
Minat Menggaunakan Go-Pay	Mm1	0,879	0,897
	Mm2	0,933	
	Mm3	0,880	
	Mm4	0,895	

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas yang tertera pada **Tabel 4.3.1** menunjukkan pada *outer loading* belum secara keseluruhan nilainya diatas 0,7. Beberapa item yang perlu dihapus dalam pengujian ini adalah PKa4 dengan nilai 0,647 serta PKr4 dengan nilai sebesar 0,634. Dari tabel tersebut belum bisa disimpulkan untuk validitas konvergenya dikarenakan belum terpenuhi. Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan anatar korelasi dengan instrumen belum



cukup valid. Hasil dari tabel yang dihapus pada bagian beberapa item dapat ditunjukkan pada **Tabel 4.3.2**

**Tabel 4.3.2 Initial Item Loadings dan AVE**

Variabel	Kode	Outer Loading	AVE
Persepsi Kepercayaan	PKp1	0,778	0,787
	PKp2	0,795	
	PKp3	0,834	
	PKp4	0,741	
Persepsi Keamanan	PKa1	0,840	0,863
	PKa2	0,866	
	PKa3	0,883	
Persepsi Kemudahan	PKm1	0,767	0,836
	PKm2	0,849	
	PKm3	0,840	
	PKm4	0,891	
Persepsi Kenyamanan	PKn1	0,837	0,865
	PKn2	0,842	
	PKn3	0,899	
	PKn4	0,884	
Persepsi Resiko	PKr1	0,914	0,843
	PKr2	0,781	
	PKr3	0,838	
Minat Menggaunakan Go-Pay	Mm1	0,879	0,897
	Mm2	0,933	
	Mm3	0,880	
	Mm4	0,895	

#### **4.3.2 Discriminant Validity**

Untuk melihat validitas berdasarkan konstraknya , dapat dilihat dengan membandingkan besarnya nilai AVE yang ada pada tiap konstruk dibandingkan dengan korelasi konstruk yang lain. Menurut pendapat Ghazali & Latan (2012) “Model dapat dikatakan nilai *discriminant validity* baik jika akar konstruk dalam AVE pada tiap konstruk nilainya lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar

tiap konstruk.” Pada tabel dibawah ini dapat menunjukkan hasil dari output pada korelasi antar tiap konstruk.

**Tabel 4.3.3 Latent Variable Correlations**

	Minat Menggunakan Go-Pay	Keamanan	Kemudahan	Kenyamanan	Kepercayaan	Resiko
Minat Menggunakan Go-Pay	0,897*					
Keamanan	0,586	0,821*				
Kemudahan	0,586	0,452	0,838*			
Kenyamanan	0,752	0,615	0,549	0,866*		
Kepercayaan	0,617	0,743	0,559	0,645	0,788*	
Resiko	-0,015	-0,311	0,007	-0,036	-0,206	0,799*

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

\*Akar AVE, perhitungan dijelaskan pada tabel 4.3.3

**Tabel 4.3.4 Average Variance Extracted (AVE)**

Keterangan Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	AKAR (AVE)
Minat Menggunakan Go-Pay	0,897	0,897
Persepsi Keamanan	0,863	0,821
Persepsi Kemudahan	0,836	0,838
Persepsi Kenyamanan	0,865	0,866
Persepsi Kepercayaan	0,787	0,788
Persepsi resiko	0,843	0,799

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa akar AVE yang terdapat pada konstruk nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar tiap variabel seperti dalam tabel 4.3.4 Contoh pada variabel kepercayaan memiliki nilai akar AVE sebesar 0,866 lebih besar dibandingkan nilai korelasinya antara kepercayaan dengan minat menggunakan go-pay sebesar 0,617, selanjutnya perbandingan antara kepercayaan dengan keamanan sebesar 0,743, kemudian kepercayaan dengan kemudahan sebesar 0,559, dan kepercayaan dengan kenyamanan sebesar 0,645. nilai akar AVE yang digunakan pada variabel lain secara keseluruhan lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi pada tiap variabel.

Maka konstruk pada variabel minat menggunakan Go-Pay, kepercayaan, keamanan, kemudahan, kenyamanan, serta resiko dapat disimpulkan jika variabel-variabel tersebut valid dikarenakan akar AVE > daripada koefisien korelasinya, yang artinya seluruh variabel tersebut telah memiliki nilai *discriminant validity* yang bernilai tinggi. Selain untuk membandingkan akar AVE terhadap korelasi konstruk, *discriminant validity* juga dapat dilihat dari nilai *cross loading* berdasarkan perbandingan antara indikator dengan konstruk, kemudian hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut yaitu **Tabel 4.3.5**

**Tabel 4.3.5 Cross Loading**

	Minat mengguna kan <i>go- pay</i>	Persepsi Keamanan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kenyam anan	Persepsi Kepercay aan	Persepsi Resiko
Mm1	0,879	0,534	0,443	0,665	0,508	-0,015
Mm2	0,933	0,528	0,540	0,686	0,568	-0,025
Mm3	0,880	0,540	0,545	0,696	0,602	-0,071
Mm4	0,895	0,499	0,505	0,648	0,531	0,063
PKa1	0,537	0,840	0,453	0,538	0,622	-0,274
PKa2	0,506	0,866	0,377	0,553	0,665	-0,186
PKa3	0,479	0,883	0,331	0,526	0,664	-0,263
PKa4	0,388	0,679	0,307	0,385	0,472	-0,307
PKm1	0,456	0,414	0,767	0,478	0,480	-0,101
PKm2	0,498	0,319	0,849	0,372	0,421	-0,008
PKm3	0,455	0,386	0,840	0,501	0,475	-0,126
PKm4	0,493	0,391	0,891	0,485	0,493	0,009
PKn1	0,669	0,647	0,515	0,837	0,600	-0,087
PKn2	0,603	0,465	0,436	0,842	0,519	0,009
PKn3	0,692	0,502	0,489	0,899	0,555	-0,000
PKn4	0,632	0,500	0,454	0,884	0,552	-0,040
PKp1	0,551	0,713	0,434	0,555	0,778	-0,243
PKp2	0,468	0,463	0,515	0,502	0,795	-0,045

	Minat mengguna kan <i>go- pay</i>	Persepsi Keamanan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kenyam anan	Persepsi Kepercay aan	Persepsi Resiko
PKp3	0,465	0,602	0,456	0,505	0,834	0,217
PKp4	0,455	0,555	0,342	0,464	0,741	-0,136
PKr1	-0,043	0,362	0,050	-0,056	-0,208	0,914
PKr2	-0,022	-0,206	-0,138	-0,041	-0,228	0,781
PKr3	-0,007	-0,199	-0,032	-0,020	-0,138	0,838
PKr4	0,148	-0,066	0,091	0,095	0,046	0,634

Tabel di atas menunjukkan pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran menggunakan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Di dalam tabel tersebut juga menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan, yaitu sebesar 0,5. Jadi, semua indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *discriminant validity*.

### 4.3.3 Reliability

Untuk menguji reliabilitas dari data konstruk dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. Menurut Ghozali & Latan (2012) “Apabila suatu konstruk yang mempunyai nilai *composite reliability* besarnya diatas 0,70, maka konstruk dinyatakan *reliable*.” Tabel berikut merupakan hasil dari penelitian yang didapat dari pengolahan data yang menggunakan alat ukur untuk mengolah data yaitu *partial least square* yang dapat dilihat pada sajian **Tabel 4.3.6**

**Tabel 4.3.6 Composite Reliability**

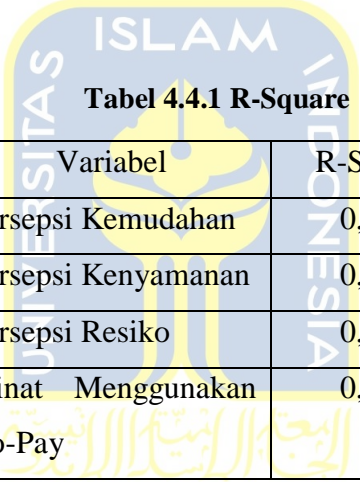
Variabel	Composite Reliability
Minat Menggunakan Go-Pay	0,943
Persepsi Keamanan	0,891
Persepsi Kemudahan	0,904
Persepsi Kenyamanan	0,923
Persepsi Kepercayaan	0,867
Persepsi Resiko	0,874

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan Tabel 4.3.6 dapat dilihat hasil dari output *composite reliability* bahwa dalam tabel tersebut menunjukkan nilai yang tinggi yaitu pada tiap variabel nilainya diatas 0,70. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen dapat terpenuhi .

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

Setelah semua model yang diterima memenuhi kriteria *discriminant validity*, maka selanjutnya dilakukan pengujian menggunakan model struktural (*inner model*). Menurut Ghozali & Latan (2012) adalah “pengujian yang ditujukan untuk model struktural dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai *R-square*.” Tabel berikut merupakan hasil dari penelitian yang didapat dari pengolahan data yang menggunakan alat ukur untuk mengolah data yaitu *partial least square* yang dapat dilihat pada sajian **Tabel 4.4.1**



**Tabel 4.4.1 R-Square**

Variabel	R-Square
Persepsi Kemudahan	0,315
Persepsi Kenyamanan	0,457
Persepsi Resiko	0,098
Minat Menggunakan Go-Pay	0,600

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Berdasarkan hasil koefisien determinasi *R-square* pada variabel minat menggunakan *Go-Pay* menunjukkan nilai sebesar 0,600 yang berarti terdapat suatu hubungan yang sedang antara kemudahan,kenyamanan, serta resiko terhadap minat menggunakan *Go-Pay*.

Hasil koefisien determinasi *R-square* pada variabel kemudahan menunjukkan nilai sebesar 0,315 yang artinya terdapat hubungan yang tingkatnya

rendah antara variabel persepsi kepercayaan dan keamanan terhadap variabel persepsi kemudahan.

Hasil koefisien determinasi *R-square* pada variabel kenyamanan telah menunjukkan nilai sebesar 0,457 yang artinya adalah terdapat sebuah hubungan yang tingkatnya rendah antara variabel persepsi kepercayaan dan keamanan terhadap variabel persepsi kenyamanan.

Hasil koefisien determinasi *R-square* pada variabel resiko telah menunjukkan nilai sebesar 0,098 yang artinya adalah terdapat sebuah hubungan yang tingkatnya sangat rendah antara variabel kepercayaan dan keamanan terhadap variabel resiko.

#### **4.5 Pengujian dan Pembahasan Hasil Hipotesis**

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka pada pengujian hipotesis dapat dilihat pada parameter path yang berada di dalam *path coefficient* serta pada tingkat signifikan T-statistik. Tabel 4.5.1 menunjukkan hubungan tiap variabel yang telah dihipotesiskan. Parameter path yang ada dalam *path coefficient* menggambarkan hubungan yang positif maupun negatif pada variabel yang telah dihipotesiskan. Jika nilai *p-value* hasilnya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesisnya tidak dapat didukung.



**Tabel 4.5.1 Path Coefficient**

Hipotesis	Path	Original Sample	P -Value	Kesimpulan
H1	PKp → PKm (Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Kemudahan)	0,498	0,000	Didukung
H2	PKp → PKn (Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Kenyamanan)	0,421	0,000	Didukung
H3	PKp → PKr (Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Risiko)	0,055	0,707	Tidak Didukung
H4	PKa → PKm (Persepsi Keamanan terhadap Persepsi Kemudahan)	0,082	0,466	Tidak Didukung
H5	PKa → PKn (Persepsi Keamanan terhadap Persepsi Kenyamanan)	0,302	0,004	Didukung
H6	PKa → PKr (Persepsi Keamanan terhadap Persepsi Risiko)	(-) 0,351	0,000	Didukung

Hipotesis	Path	Original Sample	P -Value	Kesimpulan
H7	PKm → Mm (Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan)	0,222	0,005	Didukung
H8	PKn → Mm (Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Menggunakan)	0,498	0,000	Didukung
H9	PKr → Mm (Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan)	0,006	0,894	Tidak Didukung

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Hasil dari pengujian hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

#### **4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemudahan**

Hipotesis pertama (H1) penelitian menyatakan bahwa Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan menggunakan Go-Pay. Hasil penelitian pada tabel 4.13 menunjukkan nilai *original sample* pada persepsi kepercayaan terhadap kemudahan sebesar 0,498; dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan

berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan Go-Pay **dapat didukung** dikarenakan nilai  $p\text{-value} < 0,05$ .

Pada teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan, maka ketika keinginan seseorang akan memunculkan sikap percaya dalam menggunakan go-pay, maka akan lebih terasa mudah dalam melakukan aktivitasnya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan para pengguna terhadap Go-Pay, maka hal tersebut tentu dapat meningkatkan persepsi kemudahan dalam menggunakan *Go-Pay*. Dengan meningkatnya kepercayaan para pengguna terhadap transaksi yang telah mereka lakukan melalui Go-Pay, maka pengguna akan lebih berupaya mempelajari cara menggunakan *Go-Pay*, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *Go-Pay*.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pavlou, 2003) yang telah membuktikan bahwa persepsi kepercayaan dapat berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan e-commerce.

#### **4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kenyamanan**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kedua (H2) yaitu Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kenyamanan terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi kepercayaan terhadap kenyamanan nilainya sebesar 0,421 serta pada nilai  $p\text{-value}$

jumlahnya sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi kepercayaan terhadap kenyamanan yang dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi kepercayaan dapat berpengaruh positif pada persepsi kenyamanan.

Pada teori e-money menjelaskan bahwa menggunakan uang elektronik Lebih cepat dan nyaman jika dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi dengan jumlah nominal yang kecil sehingga tidak perlu menyediakan uang yang pas atau tidak perlu menyimpan uang kembalian. Pada hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pada persepsi kepercayaan dapat berpengaruh positif terhadap persepsi kenyamanan pada saat menggunakan *Go-Pay*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan para pengguna terhadap *Go-Pay*, maka hal tersebut tentu dapat meningkatkan dari sisi pengguna terhadap kenyamanan dalam menggunakan *Go-Pay*.

Dengan meningkatnya sikap kepercayaan para pengguna terhadap transaksi yang telah mereka lakukan melalui *Go-Pay*, maka akan memberikan kenyamanan bagi para penggunanya dalam mempelajari cara menggunakan *Go-Pay*, memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dimana saja serta dapat melakukan top-up (isi ulang) pada saldo *Go-Pay* yang dapat dilakukan kapan saja dengan nyaman.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pavlou, 2003) yang telah membuktikan bahwa persepsi kepercayaan dapat berpengaruh positif terhadap kenyamanan dalam melakukan transaksi

menggunakan e-commerce. Sehingga , hipotesis kedua dalam penelitian ini telah **didukung**.

#### **4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) : Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Negatif Terhadap Persepsi Resiko**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis ketiga (H3) yaitu persepsi kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko tidak terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi kepercayaan terhadap persepsi resiko adalah sebesar 0,055 dan nilai *p-values* sebesar 0.707. Pada tingkat signifikansi 5% terdapat hubungan antara kepercayaan terhadap resiko yang tidak dapat didukung dikarenakan nilai *p-value* > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi kepercayaan tidak berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko.

Pada teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan. Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa pada persepsi kepercayaan dapat berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko pada saat menggunakan *Go-Pay*. Artinya semakin besar kepercayaan yang dimiliki pengguna belum tentu dapat menurunkan persepsi resiko yang dirasakan dalam menggunakan *Go-Pay*. Ketika pengguna *Go-Pay* percaya maupun tidak percaya terhadap penggunaan *Go-Pay*, maka persepsi pengguna terhadap resiko buruk yang mungkin akan muncul tidak dapat mempengaruhi para pengguna mau menggunakan ataupun tidak menggunakan *Go-Pay* sebagai alat bertransaksi secara non tunai.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Firdayanti, 2013) yang telah membuktikan bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh negatif terhadap risiko. Sehingga, hipotesis ketiga dalam penelitian ini **tidak didukung**.

#### **4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kemudahan**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis ketiga (H4) yaitu persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan tidak terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi keamanan terhadap persepsi kemudahan adalah sebesar 0,082 dan nilai *p-values* sebesar 0,466. Pada tingkat signifikansi 5% terdapat hubungan antara keamanan terhadap kemudahan yang tidak dapat didukung dikarenakan nilai *p-value* > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi keamanan tidak berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan.

Pada teori e-money, uang elektronik bersifat lebih cepat, aman dan nyaman apabila dibandingkan dengan uang tunai, terkhusus pada suatu transaksi dengan kecilnya jumlah nominal yang dibayarkan sehingga tidak perlu lagi untuk menyediakan uang dalam jumlah yang cukup maupun tidak perlu menyimpan uang yang menjadi kembalian pada saat transaksi. Pada hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa pada persepsi keamanan dapat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan pada saat menggunakan *Go-Pay*. Maka dalam hal tersebut, belum tentu dapat menurunkan tingkat keamanan pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan *Go-Pay*.

Ketika pengguna *Go-Pay* merasakan aman maupun tidak aman pada saat menggunakan *Go-Pay*, maka persepsi pengguna terhadap kemudahan tidak tinggi yang mungkin bisa ataupun tidak mempengaruhi para pengguna mau menggunakan ataupun tidak menggunakan *Go-Pay* sebagai alat bertransaksi secara non tunai.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Firdayanti, 2013) yang telah membuktikan bahwa persepsi keamanan tidak dapat berpengaruh positif terhadap kemudahan. Sehingga, hipotesis keempat dalam penelitian ini **tidak didukung**.

#### **4.5.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kenyamanan**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kelima (H5) yaitu Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kenyamanan terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi keamanan terhadap kenyamanan nilainya sebesar 0,302 serta pada nilai *p-value* jumlahnya sebesar 0,004. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi keamanan terhadap kenyamanan yang dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi keamanan dapat berpengaruh positif pada persepsi kenyamanan.

Pada teori e-money, uang elektronik bersifat lebih cepat, aman dan nyaman apabila dibandingkan dengan uang tunai, terkhusus pada suatu transaksi dengan kecilnya jumlah nominal yang dibayarkan, sehingga tidak perlu lagi untuk

menyediakan uang dalam jumlah yang cukup maupun tidak perlu menyimpan uang yang menjadi kembalian pada saat transaksi. Pada hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pada persepsi keamanan dapat berpengaruh positif terhadap persepsi kenyamanan pada saat menggunakan *Go-Pay*. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan dalam fitur *Go-Pay* terhadap para pengguna *Go-Pay*, maka hal tersebut tentu dapat meningkatkan dari sisi pengguna terhadap kenyamanan dalam menggunakan *Go-Pay*.

Dengan meningkatnya tingkat keamanan yang diberikan pada fitur *Go-Pay* dalam bertransaksi yang telah mereka lakukan menggunakan *Go-Pay*, maka akan memberikan rasa aman bagi para penggunanya dalam mempelajari cara menggunakan fitur *Go-Pay*, mencantumkan nama dan nomor hp pada saat membuat akun *Go-Pay*, meraskan aman pada saat bertransaksi dimana saja serta kapan saja, serta dapat melakukan top-up (isi ulang) pada saldo *Go-Pay* yang dapat dilakukan kapan saja.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pavlou, 2003) yang telah membuktikan bahwa persepsi keamanan dapat berpengaruh positif terhadap kenyamanan dalam melakukan transaksi menggunakan e-commerce. Sehingga, hipotesis kelima dalam penelitian ini telah **didukung**.

#### **4.5.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6) : Persepsi Keamanan Berpengaruh Negatif Terhadap Persepsi Resiko**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis keenam (H6) yaitu Persepsi Keamanan berpengaruh negatif terhadap Persepsi Resiko terbukti secara



signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi keamanan terhadap resiko nilainya sebesar (-) 0,351 serta pada nilai *p-value* jumlahnya sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi keamanan terhadap resiko yang dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi keamanan dapat berpengaruh positif pada persepsi resiko.

Pada teori TAM menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu kemudahan dalam menggunakan dan manfaat menggunakan. Pada hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa pada persepsi keamanan dapat berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko. Maka semakin besarnya resiko yang terjadi maka akan semakin menurunkan tingkat rasa aman yang dirasakan oleh para pengguna fitur *Go-Pay* tersebut.

Ketika para pengguna fitur *Go-Pay* sudah merasakan rendahnya tingkat keamanan, seperti tidak terjaganya kerahasiaan dalam data, ketidak sesuaian dengan jasa yang diberikan, serta jaminan keamanan yang buruk maka persepsi dari pengguna terhadap resiko yang buruk akan dapat terjadi jika tetap menggunakan *Go-Pay*, sehingga para pengguna merasa enggan untuk bertransaksi menggunakan fitur tersebut

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pavlou, 2003) yang telah membuktikan bahwa persepsi keamanan dapat berpengaruh negatif terhadap resiko dalam melakukan transaksi menggunakan e-commerce. Sehingga, hipotesis keenam dalam penelitian ini telah **didukung**.

#### **4.5.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7) : Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis ketujuh (H7) yaitu Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go-pay* terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *go-pay* nilainya sebesar 0,222 serta pada nilai *p-value* jumlahnya sebesar 0,005. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *go-pay* yang dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi kemudahan dapat berpengaruh positif pada minat menggunakan *go-pay*.

Dalam model *Theory Planned of Behavior (TPB)* terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Apabila pengguna merasa atau meyakini bahwa system Go-Pay mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila pengguna merasa sulit untuk menggunakan go pay maka ia tidak akan menggunakannya. Artinya, bahwa semakin tinggi tingkat Kemudahan maka akan semakin menambah minat seseorang dalam menggunakan Go-Pay.

Implikasi membuktikan bahwa semakin mudah pelanggan dalam menggunakan layanan Go-Pay maka pelanggan cenderung meningkatkan

penggunaan Go-Pay. Pelanggan tidak perlu menyiapkan uang tunai apabila menggunakan Go-Pay, sehingga transaksi pembayaran menjadi lebih praktis. kemudian, penggunaan yang hanya sekali klik pada aplikasi Go-Jek membuktikan bahwa transaksi pembayaran Go-Pay menjadi lebih mudah. Sistem Go-Pay yang sangat mudah dipelajari mendorong minat pelanggan untuk meningkatkan penggunaannya.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adiyanti, 2015) dan (Priambodo & Prabawani, 2016) yang telah membuktikan bahwa persepsi kemudahan dapat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go-pay* dalam melakukan transaksi menggunakan e-money. Sehingga, hipotesis ketujuh dalam penelitian ini telah **didukung**.

#### **4.5.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8) : Persepsi Kenyamanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kedelapan (H8) yaitu persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go-pay* terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *go-pay* nilainya sebesar 0,498 serta pada nilai *p-value* jumlahnya sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan *go-pay* yang dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi kenyamanan dapat berpengaruh positif pada minat menggunakan *go-pay*.

Dalam model *Theory Planned of Behavior (TPB)* terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa benar adanya variabel kenyamanan berhubungan positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan go pay. Pengguna go pay mempertimbangkan keamanan dan kenyamanan sebagai salah satu alasan menggunakan go pay. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa memang benar variabel kenyamanan berhubungan positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan go pay.

Implikasi terhadap pengguna mengenai kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan dalam menggunakan layanan fitur Go-Pay yang dapat mengindikasikan bahwa sistem layanan Go-Pay kompeten dalam memberikan kenyamanan sebagai aplikasi teknologi keuangan bagi para pengguna, sehingga sistem layanan Go-Pay dapat dipercaya sebagai aplikasi teknologi keuangan yang dapat memberikan rasa nyaman bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat menyebabkan pengguna layanan Go-Pay percaya terhadap kenyamanan yang telah diberikan oleh sistem layanan Go-Pay.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nina Monica, 2017) yang telah membuktikan bahwa persepsi kenyamanan dapat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go-pay* dalam melakukan

transaksi menggunakan e-commerce. Sehingga , hipotesis kedelapan dalam penelitian ini telah **didukung**.

#### **4.5.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9) : Persepsi Resiko Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay**

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kedelapan (H9) yaitu persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *go-pay* tidak terbukti secara signifikan. Dari Tabel 4.13 telah menunjukkan *original sample* pada persepsi resiko terhadap minat menggunakan *go-pay* nilainya sebesar 0,006 serta pada nilai *p-value* jumlahnya sebesar 0,894. Pada tingkat signifikansi sebesar 5% tidak terdapat hubungan antara persepsi resiko terhadap minat menggunakan *go-pay* yang tidak dapat didukung dikarenakan pada nilai *p-value* > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada persepsi resiko tidak dapat berpengaruh negatif pada minat menggunakan *go-pay*.

Dalam model *Theory Planned of Behavior (TPB)* terdapat 3 (tiga) faktor yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa benar adanya variabel risiko berhubungan negatif namun tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan *go pay*. Implikasi terhadap pengguna mengenai resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Go-Pay dalam menggunakan layanan fitur *Go-Pay* yang dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau semakin rendah risiko maka tidak

akan mempengaruhi penggunaan *Go-Pay* pada pelanggan. Risiko timbul dari kekhawatiran pelanggan akan dampak negatif yang mungkin dapat terjadi selama menggunakan *Go-Pay*. Sehingga semakin tinggi risiko, maka akan semakin rendah tingkat penggunaan *Go-Pay*.

Hasil dari hipotesis ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016) dan (Priyono, 2017), yang telah membuktikan bahwa persepsi resiko tidak t berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go-pay* . Sehingga, hipotesis kesembilan dalam penelitian ini **tidak didukung**.

#### 4.6 Hasil Uji *Intervening*

Menurut (Baron & Kenny, 1986) Efek dari variabel *intervening* atau mediasi dapat dilakukan apabila efek utama variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Jika hal tersebut tidak terpenuhi, maka pengujian efek mediasi tidak perlu dilanjutkan karena biasanya hasilnya pasti tidak signifikan. Berdasarkan gambar 4.6 .1 dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keamanan terhadap minat menggunakan *go-pay* nilainya sebesar serta pada *p-value* nilainya sebesar 0,006 dan untuk hubungan antara variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan *go-pay* nilainya sebesar 0,376 serta pada *p-value* nilainya sebesar 0,000. Berdasarkan tingkat sinifikansi sebesar 5% terdapat hubungan antara persepsi kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan *go-pay* bernilai positif dikarenakan pada nilai *p-value* < 0,05. Dengan demikian, seluruh syarat yang digunakan untuk melakukan uji pada efek mediadsi sudah terpenuhi serta

sudah dapat untuk dikarenakan variabel kepercayaan dan keamanan dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan *go-pay*.

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
Persepsi Keamanan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.206	0.212	0.075	2.741	0.006
Persepsi Keamanan -> Persepsi Kemudahan					
Persepsi Keamanan -> Persepsi Kenyamanan					
Persepsi Keamanan -> Persepsi Resiko					
Persepsi Kemudahan -> Minat Menggunakan Go-pay					
Persepsi Kenyamanan -> Minat Menggunakan Go-pay					
Persepsi Kepercayaan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.376	0.376	0.067	5.589	0.000
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Kemudahan					
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Kenyamanan					
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Resiko					
Persepsi Resiko -> Minat Menggunakan Go-pay					

**Gambar 4.6.1 Hasil Uji Intervening total indirect effect**

Tabel dibawah menjelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan, kenyamanan, serta resiko dapat terbukti jika variabel tersebut merupakan variabel *intervening* yang dapat mempengaruhi semua variabel dependen, maka dapat dilihat tingkat signifikansinya pada tabel dibawah :

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
Persepsi Keamanan -> Persepsi Kemudahan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.018	0.025	0.032	0.572	0.567
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Kemudahan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.110	0.115	0.044	2.536	0.012
Persepsi Keamanan -> Persepsi Kenyamanan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.191	0.190	0.080	2.389	0.017
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Kenyamanan -> Minat Menggunakan Go-pay	0.265	0.259	0.053	5.045	0.000
Persepsi Keamanan -> Persepsi Resiko -> Minat Menggunakan Go-pay	-0.002	-0.003	0.018	0.124	0.902
Persepsi Kepercayaan -> Persepsi Resiko -> Minat Menggunakan Go-pay	0.000	0.003	0.009	0.039	0.969

**Gambar 4.6.2 Hasil Uji Intervening specific indirect effect**

**Tabel 4.6.1 Path Coefficients (Mean, T-Values)**

Path	Keterangan	Original Sample	P - Value	Kesimpulan	Efek Variabel Intervening
PKp→PKm	Persepsi Kepercayaan→Persepsi Kemudahan	0,498	0,000	Didukung	<i>Part Mediation</i>
PKp → PKn	Persepsi Kepercayaan→Persepsi Kenyamanan	0,421	0,000	Didukung	
PKp → PKr	Persepsi Kepercayaan→Persepsi Risiko	0,055	0,707	Tidak Didukung	<i>No Mediation</i>
PKa →PKm	Persepsi Keamanan→Persepsi Kemudahan	0,082	0,466	Tidak Didukung	
PKa → PKn	Persepsi Keamanan→Persepsi Kenyamanan	0,302	0,004	Didukung	<i>Part Mediation</i>
PKa → PKr	Persepsi Keamanan→Persepsi Risiko	(-) 0,351	0,000	Didukung	
PKm →Mm	Persepsi Kemudahan→Minat Menggunakan Go-Pay	0,222	0,005	Didukung	
PKn → Mm	Persepsi Kenyamanan→Minat Menggunakan Go-Pay	0,498	0,000	Didukung	<i>No Mediation</i>
PKr → Mm	Persepsi Risiko→Minat Menggunakan Go-Pay	0,006	0,894	Tidak Didukung	

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019*

Hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai P-Value sebesar 0,05 maupun 5% yang digunakan sebagai alat pengukur yang dapat signifikan ataupun tidaknya pada hubungan antar variabel, maka hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan maknanya sebagai berikut :



- a. Pada penelitian ini variabel kemudahan berperan sebagai variabel intervening *No Mediation* antara variabel independen keamanan dan variabel dependen minat menggunakan Go-Pay. Dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Go-Pay melalui variabel kemudahan. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara keamanan dengan minat menggunakan Go-Pay yang tidak signifikan ataupun ditolak. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan adanya tingkat keamanan yang diberikan oleh pihak *go pay* yang kemudian akan menimbulkan minat menggunakan *go pay*.
- b. Pada penelitian ini variabel kenyamanan berperan sebagai variabel intervening *part mediation* antara variabel independen persepsi keamanan dan variabel dependen minat menggunakan Go-Pay. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi keamanan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Go-Pay melalui variabel persepsi kenyamanan. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi keamanan dengan minat menggunakan Go-Pay yang signifikan ataupun diterima. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan ada maupun tidaknya rasa keamanan yang diberikan oleh pihak *go pay*, maka hal tersebut mempengaruhi minat menggunakan *go pay*.
- c. Pada penelitian ini variabel resiko berperan sebagai variabel intervening *part mediation* antara variabel independen persepsi keamanan dan variabel

dependen minat menggunakan Go-Pay . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi keamanan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Go-Pay melalui variabel persepsi resiko. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi keamanan dengan minat menggunakan Go-Pay yang signifikan ataupun diterima. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan ada maupun tidaknya resiko yang muncul yang ditimbulkan dari penggunaan go-pay, maka hal tersebut menunjukkan bahwa ketika aplikasi tersebut meningkatkan persepsi keamanan dalam fitur nya, hal tersebut juga akan mempengaruhi resiko menjadi menurun atau sedikit dan kemudian mempengaruhi minat menggunakan go pay.

d. Pada penelitian ini variabel kemudahan berperan sebagai variabel intervening part *mediation* antara variabel independen persepsi kepercayaan dan variabel dependen minat menggunakan Go-Pay . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi keamanan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Go-Pay melalui variabel persepsi kemudahan. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi kepercayaan dengan minat menggunakan Go-Pay yang signifikan ataupun diterima. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan ada maupun tidaknya kemudahan yang muncul yang ditimbulkan dari penggunaan go-pay, maka hal tersebut menunjukkan bahwa ketika pada aplikasi tersebut meningkatkan persepsi

kemudahan dalam fiturnya, hal tersebut juga akan mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam minat menggunakan fitur tersebut.

- e. Pada penelitian ini variabel kenyamanan berperan sebagai variabel intervening *part mediation* antara variabel independen persepsi kepercayaan dan variabel dependen minat menggunakan Go-Pay . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi kepercayaan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Go-Pay melalui variabel persepsi kenyamanan. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi kepercayaan dengan minat menggunakan Go-Pay yang signifikan ataupun diterima. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan ada maupun tidaknya rasa percaya pada saat menggunakan fitur tersebut, maka hal tersebut akan mempengaruhi seseorang untuk menimbulkan rasa minat menggunakan *go pay*.
- f. Pada penelitian ini variabel resiko berperan sebagai variabel intervening *no mediation* antara variabel independen persepsi kepercayaan dan variabel dependen minat menggunakan go pay. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi kepercayaan tidak mampu berpengaruh secara signifikan baik terhadap variabel resiko maupun variabel minat menggunakan go pay. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi kepercayaan dengan variabel resiko dan minat menggunakan go pay yang tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kepercayaan tidak dapat mempengaruhi seseorang untuk minat menggunakan go pay.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini meneliti persepsi kepercayaan, keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan resiko yang mempengaruhi seseorang dalam minat menggunakan go-pay dengan sampel sebanyak 200 responden di kalangan Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta
2. Persepsi kepercayaan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemudahan menggunakan *Go-Pay*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan fitur *Go-Pay* maka akan memudahkan para pengguna go-pay tersebut.
3. Persepsi kepercayaan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kenyamanan menggunakan *Go-Pay*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan fitur *Go-Pay* maka akan meningkatkan kenyamanan para pengguna go-pay tersebut.
4. Persepsi kepercayaan tidak terbukti berpengaruh negatif terhadap persepsi resiko menggunakan *Go-Pay*. Maka tingkat resiko yang tinggi belum tentu berpengaruh terhadap menurunnya minat menggunakan go-pay tersebut.
5. Persepsi keamanan tidak terbukti berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan *Go-Pay*. Maka tingkat keamanan yang tinggi

belum tentu berpengaruh terhadap kemudaha menggunakan serta meningkatkan minat menggunakan go-pay tersebut.

6. Persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kenyamanan menggunakan *Go-Pay*. Maka semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan dalam fitur *Go-Pay* terhadap para pengguna *Go-Pay*, hal tersebut dapat meningkatkan kenyamanan dalam minat menggunakan *Go-Pay*
7. Persepsi keamanan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi resiko menggunakan *Go-Pay*. Maka tingkat keamanan yang rendah berpengaruh terhadap besarnya resiko yang muncul serta rendahnya minat menggunakan go-pay tersebut.
8. Persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Go-Pay*. Maka Semakin tinggi tingkat kemudahan yang diberikan pihak *go-pay* akan semakin meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *Go-Pay* tersebut.
9. Persepsi kenyamanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Go-Pay*. Maka Semakin tinggi tingkat kenyamanan yang diberikan pihak *go-pay* akan semakin meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *Go-Pay* tersebut.
10. Persepsi resiko tidak terbukti berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *Go-Pay*. Maka Semakin tinggi tingkat resiko yang muncul dari penggunaan *go-pay* belum tentu dapat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *go-pay*.

11. Persepsi kemudahan berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel kepercayaan yang bersifat *part mediation*, dikarenakan variabel kepercayaan dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*
12. Persepsi kemudahan berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel keamanan yang bersifat *no mediation*, dikarenakan variabel keamanan tidak berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*
13. Persepsi kenyamanan berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel kepercayaan yang bersifat *part mediation*, dikarenakan variabel kenyamanan dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*
14. Persepsi kenyamanan berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel keamanan yang bersifat *part mediation*, dikarenakan variabel kenyamanan dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*
15. Persepsi kenyamanan berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel kepercayaan yang bersifat *part mediation*, dikarenakan variabel kenyamanan dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*
16. Persepsi resiko berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel kepercayaan yang bersifat *no mediation*, dikarenakan variabel kepercayaan

tidak berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*

17. Persepsi resiko berperan sebagai variabel *intervening* pada variabel keamanan yang bersifat part mediation , dikarenakan variabel resiko dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel *intervening*

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mendapatkan sampel berjumlah 200 yang dirasa masih sedikit dan kurang, sehingga belum dapat terlihat perbedaan dari para mahasiswa di Sleman yang menggunakan *go-pay*.
2. Penelitian ini hanya membahas 5 macam variabel, sehingga belum dapat mencakup dan mengetahui apa saja variabel yang dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *go-pay* .

## 5.3 Saran

Terdapat beberapa saran yang diajukan oleh peneliti yang bisa menjadi rekomendasi terhadap penelitian yang selanjutnya, yaitu :

1. Pada penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah sampel agar bisa mencakup para pengguna fitur *go-pay* serta dapat memilih tempat lain yang digunakan sebagai lokasi penelitiannya, sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat digeneralisir .
2. Menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan fitur *go-pay* ; seperti

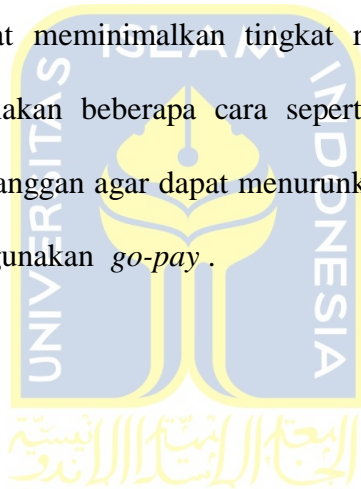
menambahkan variabel daya tarik promosi serta inovasi teknologi dan lain sebagainya.

#### 5.4 Implikasi Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat maupun keinginan untuk menggunakan *go-pay* secara langsung dipengaruhi oleh adanya persepsi kepercayaan, keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan resiko. Yang artinya adalah apabila para masyarakat telah menyadari adanya tingkat kepercayaan di dalam menggunakan *go-pay*, maka akan berakibat pada meningkatnya minat seseorang dalam menggunakan fitur *go-pay* yang dapat difungsikan sebagai media alat untuk membayar dengan sangat mudah dan cepat tanpa menggunakan uang tunai.
2. Pada persepsi keamanan, apabila masyarakat telah merasa aman saat menggunakan *go-pay*, maka akan meningkatkan minat dalam menggunakan *go-pay*.
3. Ketika perusahaan dapat berinovasi pada *go-pay*, maka akan memberikan kemudahan serta kenyamanan pada saat melakukan transaksi untuk membeli, contohnya beli minuman Cha Time, makanan Burger King, Mc Donalds, dan lain sebagainya hanya dengan scan menggunakan kode QR, tentu hal tersebut bersifat praktis yang dapat memudahkan serta memberikan kenyamanan pada pengguna fitur *go-pay* yang tidak memerlukan pembayarannya dengan menggunakan uang tunai.



4. Ketika resiko yang muncul pada saat menggunakan *go-pay* sedikit, maka dapat mempengaruhi minat lebih pada seseorang untuk terus bertransaksi menggunakan fitur *go-pay* dalam jangka waktu yang lama.
5. Pihak PT Gojek Indonesia dapat melihat persepsi apa saja yang diminati oleh masyarakat mengenai penggunaan nyata dari *go-pay*.
6. Pihak PT gojek Indonesia dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan dalam pengembangan bisnisnya.
7. PT Gojek dapat meminimalkan tingkat risikonya serendah mungkin, dengan menggunakan beberapa cara seperti dapat memberikan edukasi kepada para pelanggan agar dapat menurunkan resiko-resiko yang muncul pada saat menggunakan *go-pay*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah*, 2(1), 4–6.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>.
- Ajzen, I. (2005). Attitude, Personality and Behavior. *Medical Teacher*. <https://doi.org/10.3109/01421599109089905>
- Arif, W. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model(TAM), (April 2008), 1–8. Retrieved from <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Bank Indonesia. (2006). Kajian Operasional E-Money. *Laporan Kajian Bank Indonesia*, 1–5.
- David Schoorman, Roger C. Mayer, James H. D. (2004). An Integrative Model Organizational Trust: Past, Present, And Future. *Journal of Radioanalytical and Nuclear Chemistry*, 262(1), 287–293. <https://doi.org/10.1023/B:JRNC.0000040887.00868.02>
- Drastiana, D. O. (2018). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Based Online Shopping Di Surakarta, 2–30.
- Fachrizi Alwafi, R. H. M. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–15.
- Firdayanti, R. (2013). persepsi resiko Melakukan E-Commerce dengan kepercayaan konsumen dalam Membeli produk Fashion online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 1–7.
- Fred D. Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, andser Acceptance of Information Technology. *Tumori*, 82(6), 576–578. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hsueh-Ying Wu, Alethieia University on Matou Campus, Chun-Chun Lin, Far East University , Cheng-Lung Li, Kun Shan University, Hsing-Hui Lin, T. T.

- U. (2010). A Study of Bank Customers' Perceived Usefulness of Adopting Online Banking. *Global Journal of Business Research*, 4(3), 101–109. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1871268](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1871268)
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Langelo, A. S. E. (2013). Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Perceived Risk Impact to Lecturers ' Internet Banking Adoption. *Emba*, 1(4), 1571–1580.
- Neila, R. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 4(1), 55–69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>
- Nina Monica, A. I. T. (2017). Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan, Presepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce, 8(1), 27–41. Retrieved from <http://www.albayan.ae>
- Nurmalasari, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Akuntansi*.
- Oney, E., Guven, G. O., & Rizvi, W. H. (2017). The Determinants Of Electronic Payment Systems Usage From Consumers' Perspective. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 30(1), 394–415. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305791>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce □: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model, 7(3), 69–103.
- Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). A Comparative Study of Current and Potential Users of Mobile Payment Services. *SAGE Open*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2158244016675397>
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2018). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 26(1), 76–88.
- 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 Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(2), 1–9.

- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Saripah, A. A., & Putri, R. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Kebermanfaatan , Persepsi Risiko dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan e-filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2015 Effect of trust , perception of usefulness , perception of ri. *Akuntansi & Ekonomika*, 6, 2–16.
- Sherly Rakhmawati, I. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun, 2(2011), 71–80.
- Silva Cita Cania. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-jek.
- Waspada, I. (2012). Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan, 16(1).
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, U. S. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card ( Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta ). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>



LAMPIRAN 1

Surat Izin Kuesioner

---

**KUESIONER PENGARUH PERSEPSI  
KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN, DAN  
RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY  
(Studi Kasus :Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya,

Nama : Adila Litan Juana

Nim : 15312440

Jurusan : Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Memohon kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner yang saya ajukan ini secara jujur dan apa adanya. Daftar pertanyaan ini disusun semata – mata untuk penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1) jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Kuesioner ini berisi faktor faktor yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran *Go-Pay* pada *Go-Jek* dari segi persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi resiko.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan kuesioner ini saya ucapkan terimakasih. Semoga Saudara/i dimudahkan dalam menjalani segala urusan.

Mahasiswa,

Pembimbing,

Adila Litan Juana

Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si.

LAMPIRAN 2

Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENGARUH PERSEPSI  
KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN, KENYAMANAN, DAN  
RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY  
(Studi Kasus : Mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta)**

Identitas responden

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Jenis Kelamin Respon
  - a. Perempuan
  - b. Laki- laki
3. Nama Universitas Asal
  - a. Universitas Gadjah Mada
  - b. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
  - c. Universitas Negeri Yogyakarta
  - d. Universitas Islam Indonesia
  - e. Universitas Sanata Dharma
4. Apakah Anda Pernah Menggunakan Aplikasi Go-Jek ?
  - a. Iya
  - b. Tidak
5. Apakah Anda Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah

## Daftar Pertanyaan Penelitian

Dalam studi ini, Go-Pay didefinisikan sebagai penyediaan fasilitas Go-Jek yang dapat digunakan oleh konsumen untuk pembayaran transaksi secara online via Internet. Tujuan utama dari kuesioner ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay oleh para konsumen pada Go-Jek. Kuesioner ini terdiri dari 6 (enam) bagian. Lima bagian pertama berisi aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan Go-Pay, sedangkan bagian keenam yang berisi tentang minat menggunakan Go-Pay.

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (  ) pada tempat yang tersedia (  ) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda. Untuk menjawab bagian 1-8 silakan menggunakan skala sebagai berikut:

- |                           |                 |        |                  |
|---------------------------|-----------------|--------|------------------|
| 1.                        | 2.              | 3.     | 4.               |
| Sangat<br>Tidak<br>Setuju | Tidak<br>Setuju | Setuju | Sangat<br>Setuju |

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Bagian 1		Kode : PKp			
		1	2	3	4
1	Saya percaya pihak penerbit Go-Pay menjaga kerahasiaan data saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya percaya Go-Pay memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya percaya bahwa Go-Pay memiliki jaminan keamanan transaksi yang baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya percaya seetiap partisipan Go-Pay seperti penjual dan pembeli yang terlibat di dalamnya memiliki reputasi baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (  $\surd$  ) pada tempat yang tersedia (  ) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda. Untuk menjawab bagian 1-8 silakan menggunakan skala sebagai berikut:

- |        |        |        |        |
|--------|--------|--------|--------|
| 1.     | 2.     | 3.     | 4.     |
| Sangat | Tidak  | Setuju | Sangat |
| Tidak  | Setuju |        | Setuju |
| Setuju |        |        |        |

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Bagian 2		Kode : PKa		1	2	3	4
1	Menurut saya bertransaksi menggunakan Go-Pay, aman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya percaya semua informasi terkait user dan transaksi Go-Pay dijamin keamanannya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Menurut saya semua informasi yang saya berikan untuk transaksi pembayaran menggunakan Go-Pay terjamin keamanannya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya tidak takut terjadi kecurangan bertransaksi (hacker invasion) dalam Go-Pay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bagian 3		Kode : PKm		1	2	3	4
1	Menurut saya Go-Pay mudah untuk digunakan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya dapat dengan mudah melakukan proses transaksi dimana saja dengan menggunakan Go-Pay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya dapat melakukan proses transaksi online dengan mudah menggunakan Go-Pay ( karena sudah bekerjasama dengan berbagai merchant besar maupun kecil )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya dapat melakukan proses transaksi yang beragam dengan sangat mudah menggunakan Go-pay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (  $\surd$  ) pada tempat yang tersedia (  ) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda. Untuk menjawab bagian 1-8 silakan menggunakan skala sebagai berikut:

1.	2.	3.	4.
Sangat	Tidak	Setuju	Sangat
Tidak	Setuju		Setuju
Setuju			

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Bagian 4		Kode : PKn		1	2	3	4
1	Saya merasa nyaman menggunakan Go-Pay sebagai alat bayar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya merasa nyaman menggunakan Go-pay sebagai alat bayar karena tidak ada biaya trransaksi (bahkan banyak mendapatkan cashback transaski )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya merasa nyaman karena Go-pay menyediakan banyak fitur pembayaran seperti transfer saldo,membayar tagihan (tagihan listrik,tv,internet), serta history transaksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya merasa nyaman menggunakan Go-Pay karena data transaksi atau jumlah pembayaran yang terdisplay selalu tepat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bagian 5		Kode : PKr		1	2	3	4
1	Saya merasa khawatir apabila informasi pribadi saya akan dibagikan dengan pihak lain tanpa sepengetahuan saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya merasa khawatir saldo Go-Pay saya berkurang tanpa sebab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (√) pada tempat yang tersedia (□) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda. Untuk menjawab bagian 1-8 silakan menggunakan skala sebagai berikut:

- |        |        |        |        |
|--------|--------|--------|--------|
| 1.     | 2.     | 3.     | 4.     |
| Sangat | Tidak  | Setuju | Sangat |
| Tidak  | Setuju |        | Setuju |
| Setuju |        |        |        |

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Bagian 5		Kode : PKr			
		1	2	3	4
3	Saya merasa khawatir apabila sering ada pembatalan dalam pesanan dan transaksi kepada pengemudi Go-Jek yang akan mengakibatkan terjadinya suspend pada akun Go-Pay saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	.Saya khawatir jika koneksi internet yang tidak stabil membuat proses pengiriman top up saldo/uang elektronik (isi saldo) pada Go-Pay menjadi terhambat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bagian 6		Kode : Mm			
		1	2	3	4
1	Saya minat menggunakan Go-Pay karena dapat melakukan transaksi secara langsung tanpa menggunakan uang tunai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya minat menggunakan Go-Pay karena dalam bertransaksi lebih mudah digunakan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya minat menggunakan Go-Pay karena dapat bertransaksi lebih cepat sesuai dengan kebutuhan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya minat menggunakan Go-Pay karena lebih praktis dalam proses bertransaksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LAMPIRAN 3  
Data Responden

Jenis Kelamin	Universitas Asal	Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional	YA	Pernah

	Veteran Yogyakarta		
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah

Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah

Jenis Kelamin	Universitas Asal	Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Belum Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah

Jenis Kelamin	Universitas Asal	Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	TIDAK	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Belum Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	YA	Pernah

	Yogyakarta		
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah



Jenis Kelamin	Universitas Asal	Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Belum Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah

Jenis Kelamin	Universitas Asal	Apakah Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Apakah Pernah Bertransaksi Menggunakan Go+ay
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Belum Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
		Apakah	Apakah

Jenis Kelamin	Universitas Asal	Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Pernah Bertransaksi Menggunakan Go-Pay
Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Perempuan	Universitas Negeri Yogyakarta	YA	Pernah
Laki-Laki	Universitas Sanata Dharma	YA	Belum Pernah
Perempuan	Universitas Sanata Dharma	YA	Pernah

LAMPIRAN 4

Data Kuesioner

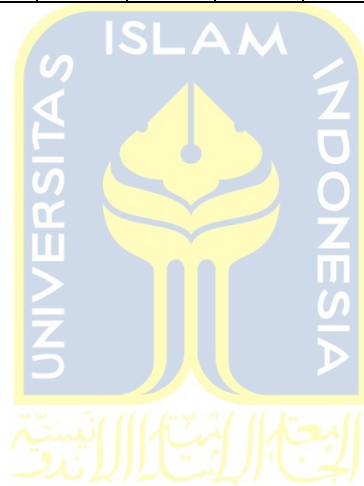
PKp1	PKp2	PKp3	PKp4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2
4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
4	3	3	2	4	3	3	2	4	2	1	3
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
2	4	1	4	1	1	1	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	2	3	3	3	1	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

PKp1	PKp2	PKp3	PKp4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4
3	2	3	3	3	2	2	1	4	4	3	3
4	2	4	2	3	3	3	2	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
3	4	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4
2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
3	4	3	2	3	3	2	1	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3
2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4
2	3	3	3	2	2	3	1	4	3	4	3
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3

PKp1	PKp2	PKp3	PKp4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
4	3	3	2	3	3	3	1	4	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3
3	3	3	2	3	3	3	1	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4
3	3	3	1	2	3	3	1	4	2	3	3
3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4
2	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3
4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	2
3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	4	2	3	3	2	4	4	3	4
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3

PKp1	PKp2	PKp3	PKp4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3
3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3
3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	2	2
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3
3	3	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	3	4	3	3	3	1	4	3	3	3

PKp1	PKp2	PKp3	PKp4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4	PKa1	PKa2	PKa3	PKa4
3	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4
3	2	2	3	3	2	2	2	4	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4





PKn1	PKn2	PKn3	PKn4	PKr1	PKr2	PKr3	PKr4	Mm1	Mm2	Mm3	Mm4
2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	3	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2
4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3
4	3	3	3	1	3	2	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4

PKn1	PKn2	PKn3	PKn4	PKr1	PKr2	PKr3	PKr4	Mm1	Mm2	Mm3	Mm4
3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	1	2	2	4	4	4	4
3	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	4	2	4	4	3	2	2	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3
4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
4	3	4	4	1	2	2	2	4	3	3	3
2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4
2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	4	4	3	1	1	2	1	4	3	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	1	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3
2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
3	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3
2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3
2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	2	3

PKn1	PKn2	PKn3	PKn4	PKr1	PKr2	PKr3	PKr4	Mm1	Mm2	Mm3	Mm4
2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
1	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	1	1	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	1	1	4	2	4	4	4	4
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4
4	3	3	4	3	2	1	2	4	4	4	4
4	4	4	4	2	1	2	3	4	4	4	4
4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	2	1	1	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3
4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4

PKn1	PKn2	PKn3	PKn4	PKr1	PKr2	PKr3	PKr4	Mm1	Mm2	Mm3	Mm4
2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
1	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	1	1	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	1	1	4	2	4	4	4	4
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4
4	3	3	4	3	2	1	2	4	4	4	4
4	4	4	4	2	1	2	3	4	4	4	4
4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	2	1	1	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3
4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4

PKn1	PKn2	PKn3	PKn4	PKr1	PKr2	PKr3	PKr4	Mm1	Mm2	Mm3	Mm4
4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	4
2	2	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2
4	4	4	4	3	1	1	2	4	4	4	4
3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4
2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	2	1	2	3	4	4	4	4
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	2	1	2	4	4	4	4
3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	4
4	3	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4
4	3	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	4	2	3	1	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
3	3	3	4	4	2	3	1	1	1	3	1

