

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA EKONOMI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

***FACTORS AFFECTING THE USE OF GO-PAY ON THE STUDENTS AT
THE DEPARTMENT OF ISLAMIC ECONOMICS
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

Murdi Winarto

14423223

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Murdi Winarto
NIM : 14423223
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan
Go-Pay Pada Mahasiswa Ekonomi Islam
Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 13 Januari 2020



Murdi Winarto



PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqsyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 November 2020
Nama : MURDI WINARTO
Nomor Mahasiswa : 14423223
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Go-Pay pada Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:

Ketua

Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

(.....)

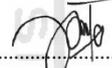
Penguji I

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....)

Penguji II

Rakhmawati, S.Stat, MA

(.....)

Pembimbing

Tulasmi, SEI, MEI

(.....)

Yogyakarta, 3 November 2020

Dekan,



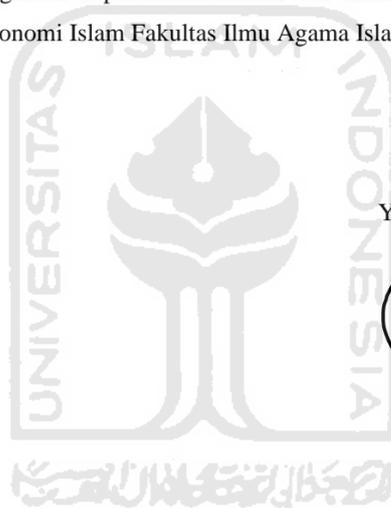

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Murdi Winarto
NIM : 14423223
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan go-pay pada pelanggan di kalangan mahasiswa ekonomi islam universitas islam Indonesia.

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.



Yogyakarta, 18 Juni 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tulasmi', written over a circular stamp or mark.

Tulasmi, SE, MEI.

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Yogyakarta $\frac{26 \text{ Syawal, 1441 H}}{18 \text{ juni 2020 M}}$

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 2875/Dk/60DAS/FIAI/VII/2018 tanggal : 1 Agustus 2018 Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Murdi Winarto

Nomor Pokok / NIM : 14423223

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2014

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami anggap skripsinya memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga)/4 (empat) *) eksemplar skripsi dimaksud.

*) Coret yang tidak perlu

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing,



(Nulasma SE, MEI)

MOTTO

**“Janganlah Bersenang-senang
di atas penderitaan orang lain”**

By: Murdi Winarto



ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

MURDI WINARTO
14423223

Go-Pay merupakan suatu sarana prasarana dalam menyimpan sejumlah uang yang berbasis elektronik sebagai media untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran untuk para pelanggan aplikasi Go-Jek. Go-pay sendiri memiliki keunggulan yang dapat membantu aktivitas penggunanya, dengan melakukan transaksi menggunakan Go-Pay memberikan banyak manfaat serta kemudahan bagi pengguna. Pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia yang menggunakan layanan Go-Pay. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan random sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 730 mahasiswa. Sampel yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang dari seluruh total mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data dihasilkan nilai R square sebesar 0,932, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap penggunaan produk sebesar 93,2%. Diketahui nilai sig untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan produk adalah sebesar 0,930 > 0,05 dan nilai t hitung 0,089 < t tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk. Sedangkan nilai sig untuk pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan produk adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 8,493 > t tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk. Saran pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : Go-Pay, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Penggunaan produk

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING THE USE OF GO-PAY ON THE STUDENTS AT THE DEPARTMENT OF ISLAMIC ECONOMICS, UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**MURDI WINARTO
14423223**

Go-Pay is one of facilities and infrastructures in electronic based saving of the amount of money as a media to do a payment transaction for the customers of Go-Jek application. Go-pay itself has some advantages that can help the activities of its users. By doing the transaction using Go-pay, it can bring many benefits and facilities for the users. This research aims to observe to what extent the effects of the factors of the perception towards benefits and perception towards facilities for the students at Department of Islamic Economics, Universitas Indonesia using the Go-Pay service. This research used the random sampling method in which the population used was all students (730 people) at Department of Islamic Economics, Universitas Islam Indonesia. The sample becoming the respondents in this research was 100 people of total number of students at the Department of Islamic Economics Universitas Islam Indonesia. The results of the data processing showed the value of R square was 0,932, indicating that the effect of the perception towards benefits and perception towards facilities simultaneously on the product use was at 93,2%. Meanwhile, it was found that the sig value for the effect of the beneficial perception on the product use was 0,930 > 0,05 and value of t count of 0,089 < t table 1,984. Thus, it can be concluded that the perception towards benefits had no effect on the product use. While, the sig value for the effect of perception towards facilities on the product use was 0,000 < 0,05 and value of t count was 8,493 > t table 1,984. Thus, it can be concluded that the perception towards facilities had an effect on the product use. In this research, it is then suggested that it can be a reference for further research.

Keywords: *Go-Pay, Perception towards Benefits, Perception towards Facilities, Product Use.*

November 10, 2020

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

DAFTAR ISI

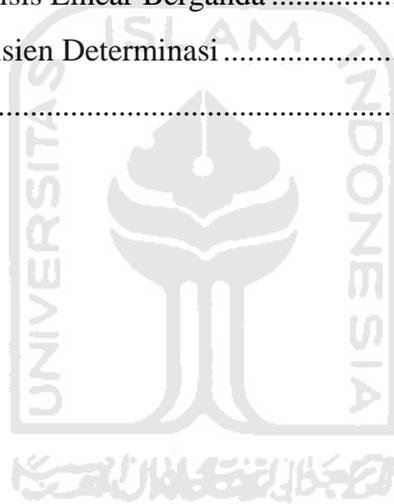
JUDUL.....	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS.	iv
MOTTO.	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
KATA PENGANTAR	xiii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan.....	7
D. Manfaat.....	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	15
1. Persepsi Manfaat(<i>Perseved Usefulness</i>).....	15
2. Persepsi kemudahan(<i>Perceived Ease Of Use</i>)	16
3. Penggunaan Produk.....	17
4. <i>Mobile Payment</i>	18
5. Go-Pay	21
C. Perumusan Hipotesis.	25

	1. Persepsi manfaat.	25
	2. Persepsi kemudahan.	26
	D. Kerangka Berfikir.	27
BAB III	METODE PENELITIAN	24
	A. Desain Penelitian	28
	B. Lokasi Penelitian	28
	C. Waktu Pelaksanaan.....	28
	D. Objek Penelitian	28
	E. Populasi dan Sampel.....	29
	F. Sumber Data	32
	G. Teknik Pengumpulan Data	32
	H. Variabel Penelitian.	34
	I. Teknik Analisis Data	36
	1. Statistik Deskriptif.	36
	2. Uji Validitas.	37
	3. Uji Reliabilitas	39
	4. Uji Asumsi Klasik.	40
	a. Uji Normalitas.	40
	b. Uji Multikolinieritas.	41
	c. Uji Heterokedastisitas.	41
	d. Uji Autokorelasi.	42
	5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
	b. Koefisien Determinasi.....	43
	b. Uji Hipotesis.....	44
	1. Uji T.	44
	2. Uji F.....	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
	A. Hasil Pengumpulan Data.	46

B. Deskripsi Responden.	46
C. Statistik Deskriptif.	49
F. Uji Asumsi Klasik.....	50
1. Uji Normalitas.	50
2. Uji Multikolinieritas.	51
3. Uji Heterokedastisitas.....	52
4. Uji Autokorelasi.....	54
G. Analisis Regresi Linear Berganda..	55
1. Koefisien Determinasi.....	56
2. Uji Hipotesis.....	56
a. Uji T.....	56
b. Uji F.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65
RIWAYAT HIDUP	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Data	38
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	39
Tabel 4.1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Angkatan.....	48
Tabel 4.4	Hasil Statistik Deskriptif Pelanggan	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas Data.....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Heterokedastisitas Data.....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi Data.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.11	Hasil Uji F.....	59



DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Bagan Alur Kerangka Berfikir.....	27
--	----



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَسْتَهْدِيهِ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ

يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ.

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ اهْتَدَى بِهَدَاهُ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ. أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah *alhamdulillah*, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan hidayah, kesempatan, serta kemudahan terhadap kita semua untuk menjalankan amanah yang telah menjadi tanggung jawab pada kita. Shalawat disertai salam kepada junjungan alam, pimpinan umat muslimin, kekasih Allah yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan para pengikut beliau yang telah setia hingga akhir zaman yang telah memberikan pencerahan terhadap kehidupan ini. Maka penyusun dapat menyelesaikan tugas skripsi yang merupakan suatu tugas dalam rangka untuk mengakhiri studi program strata satu (S1) fakultas ilmu agama islam Universitas islam indonesia (UII) Yogyakarta.

Sebagai tugas akhir dan suatu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Islam maka penyusun menyusun skripsi dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**. Penyusun berharap penelitian ini dapat menjadi manfaat dan menyumbangkan sedikit kontribusi terhadap ilmu pengetahuan. Tetapi, penyusun juga sadar bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar merupakan sesuatu yang tidak terbatas

Penyusun sadar jika penelitian ini banyak terdapat kesalahan dan jauh dari kesempurnaan yang diakibatkan karena batasannya kemampuan, pengalaman serta pengetahuan dari diri penyusun. Pada kesempatan kali ini penyusun ingin menyampaikan banyak terima kasih terhadap seluruh pihak yang sudah memberi bantuan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan

skripsi penelitian ini. Penyusun sadar semua hal yang terdapat pada penelitian ini merupakan usaha dari penyusun yang tidak akan bisa berhasil dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, hingga sudah sepantasnya penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr.H.Tamyiz Mukharrom, MA Selaku dekan fakultas ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Soya Sobaya, SEI, MM. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Tulasmi, SE, MEI. yang tidak pernah lelah untuk membimbing kami dalam menyelesaikan skripsi sehingga skripsi dapat ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen FIAI yang telah mendidik dan membimbing penulis hingga akhir masa kuliah ini.
6. Segenap Dosen serta karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang sudah memberikan ilmu kepada penyusun serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan.
8. Ayah Jiman dan Ibu Sutini yang tiada lelahnya mendoakan serta memberikan dukungan kepada anaknya sehingga anaknya bisa menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Islam Indonesia.
11. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat penyusun sebutkan satu demi satu.Terima kasih banyak untuk semuanya.

Semoga saja segala bentuk paya yang diberikan kepada penyusun tersebut dapat menjadi amalan baik yang dapat diterima disisi Allah SWT, Amin Ya Rabbal Alamin, segala kekurangan serta ketidak sempurnaan tentu akan terdapat

dalam penelitian ini, oleh karena hal tersebut segala saran dan kritiki selalu terbuka untuk penyusun selama hal yang mengarah menuju kebaikan dan kesempurnaan..Akhir kata pengantar ini,semoga penelitian ini dapat bermanfaat adanya, baik bagi penyusun ataupun bagi seluruh masyarakat umumnya

Yogyakarta, 13 januari 2020

Penyusun



Murdi Winarto



KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI
AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1) Pendahuluan

Penyusunan Transliterasi Arab Latin menjadi sesuatu program penyusunan Puslitbang Lektur Agama, Badan litbang agama, yang dilaksanakan dan diawali pada tahun 1983/ 1984. Guna mendapatkan hasil perumusan lebih baik lagi, hasil penyusunan ini dimusyawarahkan didalam rapat terbatas untuk menampung pemikiran dari para ahli agar bisa digunakan referensi yang berguna untuk forum seminar yang lebih luas serta nasional.

Transliterasi Arab Latin memang ditujukan kepada negara Indonesia dikarenakan huruf Arab dipergunakan dalam menulis kitab agama Islam serta pengertiannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara itu negara Indonesia menggunakan huruf latin guna menulis bahasanya. dikarenakan kurangnya panduan yang baku, yang bisa digunakan terhadap umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas negara Indonesia, transliterasi Arab Latin yang dipakai pada masyarakat banyak ragamnya. Dalam mengarah kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penyusunan serta berusaha menulis pedoman yang diharapkan bisa berlaku secara nasional.

Pada seminar yang diselenggarakan tahun 1985/1986 telah dibahas beberapa pembahsan yang dibuat dari segenap ahli, yang semua membuat dampak yang besar terhadap usaha ke arah itu. Seminar itu juga membuat tim yang ditugaskan untuk merumuskan hasil seminar serta kemudian hasil akan dibahas di dalam seminar yang lebih menyeluruh, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Pada pidato tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menyampaikan jika pertemuan itu mempunyai arti yang sangat penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah tersebut berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, terutama yaitu ilmu pengetahuan keIslaman, sesuai dengan perkembangan pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan tersebut adalah tanggapan langsung untuk keputusan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, mengenai adanya peningkatan pemahaman, penghayatan, serta pengamalan agama untuk seluruh umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Panduan transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama dinantikan karena sangat membantu untuk memahami dalam pengajaran serta perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di negara Indonesia belum banyak mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh sebab itu, pertemuan ilmiah yang diselenggarakan pada waktu ini pada hakikatnya juga merupakan upaya dalam membina serta meningkatkan kehidupan beragama, terutama bagi umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, menanggapi perihal tersebut Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang terdapat berhubungan pada kelecturan, sangat memerlukan panduan yang baku mengenai transliterasi Arab-Latin yang bisadijadikan rujukan untuk penyusunan serta pengalihan huruf, dari Arab ke Latin serta sebaliknya.

Dari hasil penyusunan serta menyajikan argument dari para ahli diketahui bahwasannya selama ini masyarakat banyak yang belum mempergunakan transliterasi yang tidak sama. Usaha penyelarasan sering kali, baik dari instansi ataupun individu, akan tetapi hasilnya belum ada yang mempunyai sifat menyeluruh, digunakan bagi semua umat Islam Indonesia. Akan hal itu, untuk mencapai usaha yang selaras, seminar menyetujui akan adanya Panduan Transliterasi Arab-Latin baku yang diperkuat dengan adanya Surat Keputusan

Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan agar digunakan secara nasional.

b) Pengertian Transliterasi

Transliterasi ditujukan untuk pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lainnya. Transliterasi Arab Latin adalah menyalin Huruf-Huruf Arab terhadap huruf-huruf Latin yang disertai perangkatnya.

c) Prinsip Pembakuan

Pembakuan panduan transliterasi Arab Latin tersebut dirangkum dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan sesuai pada Ejaan Yang sudah Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum terdapat padanannya dalam huruf Latin diberikan padanan dengan memakai tambahan tanda diakritik, dengan mengacu pada dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini ditujukan untuk masyarakat umum.

d). Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang di bahas secara kongkrit didalam panduan transliterasi Arab Latin yaitu:

1. Konsonaan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Takmarbutah
5. Syaaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah serta qamariah)
7. Hamzaah
8. Penyusunan kata
9. Huruf capital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab yang terdapat sistem bertuliskan Arab dilambangkan menggunakan huruf, pada transliterasi tersebut sebagian dilambangkan menggunakan huruf serta sebagian berlambangkan dengan tanda, serta sebagian lagi menggunakan huruf serta diberi tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	-Alif-	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	-Ba-	B	Be
ت	-Ta-	T	Te
ث	-Ša-	š	es
ج	-Jim-	J	Je
ح	-Ha-	ḥ	ha
خ	-Kha-	Kh	ka dan ha
د	-Dal-	D	De
ذ	-Žal-	Ž	zet
ر	-Ra-	R	Er
ز	-Zai--	Z	Zet
س	-Sin-	S	Es
ش	-Syin-	Sy	es dan ye
ص	-Šad-	š	es

ض	-Ḍad-	ḍ	De
ط	-Ṭa-	ṭ	te
ظ	-Ẓa-	ẓ	zet
ع	-‘ain-	‘	koma terbalik
غ	-gain-	G	Ge
ف	-Fa-	F	Ef
ق	-Qaf-	Q	Ki
ك	-Kaf-	K	Ka
ل	-Lam-	L	El
م	-Mim-	M	Em
ن	-Nun-	N	En
و	-Wau-	W	We
هـ	-Ha-	H	Ha
ء	-Hamzah-	'	Apostrof
ي	-Ya-	Y	Ye

2. Vokal

Vokal yang terdapat dibahasa Arab, sama dengan halnya vokal yang terdapat dibahasa Indonesia, yaitu yang terdiri dari vokal tunggal serta vokal rangkap

Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap di dalam bahasa Arab yang berlambang gabungan antara harakhat serta huruf, transliterasinya yang merupakan gabungan huruf, yaitu

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ ◌ِ ...	fatkhah dan ya	Ai	a dan i
◌َ ◌ُ ...	fatkhah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ ◦ Ka'taba

فَاعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah ataupun vokal yang panjang yang berlambang harakat serta huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	nama	Huruf serta Tanda	nama
ا...ى َ...َ	fatkhah dan alif atau ya'	A	a dan garis di atas
ى...ى	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
 رَمَى - ramā يَقُولُ - ya'qūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi bagita' marbutah terdapat dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti dengan kata yang memakai kata sandang *al* beserta bacaan kedua kata itu terpisah jadi ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةٌ	raudah al-atfāl
الأَطْفَاءُ	raudatul atfāl
المَدِينَةُ	al-Madīnah
المُنَوَّرَةُ	al-Munawwarah
	al-Madīnatul-
	Munawarah
طَلْحَةَ	- tallhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang terdapat pada tulisan Arab berlamnbangkan menggunakan sebuah tanda, tanda syaddah maupun tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sesuai dengan huruf yang diberkani tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā	الْحَجَّ	- al-hajj
نَزَّلَ	- nazzala	نُومًا	- nu''ima
		الْبِرَّ	- al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang yang terdapat dalam sistem tulisan Arab berlamnbangkan dengan memakai huruf, yaitu -ال-, akan tetapi pada transliterasi tersebut kata sandang tersebut tidak disamakan atas kata sandang yang dikuti oleh huruf syamsiah serta kata sandang yang dikuti huruf qomariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sama dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti menggunakan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang kemudian diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan serta sesuai dengan bunyinya. Baik dikuti huruf syamsiah ataupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti serta dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu- الْقَلَمُ Al qalamu-

السَّيِّدُ - as-sayyidu- الْبَدِيعُ - al badī'u-

الشَّمْسُ - as-syamsu- الْجَلَالُ - al jalālu-

7. Hamzah

Dinkatakan di depan bahwasannya hamzah ditransliterasikan menggunakan apostrof. Tetapi, itu hanya bisa dilakukan untuk hamzah yang terletak ditengah serta di bagian akhir kata. jika hamzah itu terletak padaawal kata maka akan dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuḏūna إِنْ - inna

النَّوْءُ - an-nau' أُمِرْتُ - umirtu

شَيْئٌ - syai'un أَكَلَ - akaala

8. Penyusunan Kata

Pada hakikatnya pada setiap kata, baik faail, isiim serta harf ditulis secara dipisahkan. Hanya kata-kata tertentu yang penyusunannya memakai huruf Arab yang sudah lazim disambungkan terhadap kata lain karena terdapat huruf

atau harkat yang sudah dihilangkan maka transliterasi, penyusunan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innaallāha lahuwa khair arrāziiqīn

Wa innaallāha lahuwa khairrāziiqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaiila wa-almīzāan

Wa auf al-kaiila wal mīzāan

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhiīm al-Khalīl

Ibrāhiimul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhii majrehā wa mursaahā

وَاللَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiiti

manistatā’a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Dalam sistem tulisan Arab huruf kapital yang tidak dikenal, dalam transliterasi tersebut huruf tersebut dipergunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang dilakukan dalam EYD, antara lain yaitu : Huruf kapital diperuntukkan guna menuliskan kata awal nama diri serta permulaan kalimat. Jika nama diri itu diawali oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap kata awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhamaddun iillā rasl

إِنَّ أَوْلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي

Inna awala baitin wudi’a linnāsii lallażī

بَبَّكَ مَبَارَكًا

bibakkata mubāraakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān allaẓi unziila fih al- Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Syahru Ramadān alaẓi unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Wa' laqad ra'āhu bilufuq al-mubīn Wa' laqad ra'āhu bilufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Aklhamdu liillāhi rabbil al-'ālamīn Alkhamdu liillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penyusunan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرًا مِنَ اللَّهِ	Nasrun miinallāhi wa fathun qarīb
وَفَتْحًا قَرِيبًا	
الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi alamru jamī'an Lillāhiamru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ	Wallāhaa bikulli syai'in 'alīm
عَلِيمٌ	

10. Tajwid

Untuk mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Membahas mengenai layanan keuangan digital tentu tidak akan bisa dilepaskan dari adanya *Financial Technology (FinTech)* dalam industri layanan keuangan di dunia pada saat ini. *Financial Technology (Fintech)* yaitu salah satu bentuk penerapan suatu teknologi informasi dalam bidang keuangan. (Dikdik Herdiana, 2014)

Menurut Stein dan Dhar, definisi dari *financial technology* adalah sebuah inovasi dari sektor finansial yang melibatkan model bisnis yang telah terintegrasi terhadap teknologi yang dapat memfasilitasi peniadaan perantara; dapat merubah cara perusahaan yang telah ada dalam membuat serta menyediakan produk dan layanan; dapat mengatasi masalah privasi, regulasi serta tantangan hidup memberikan peluang bagi pertumbuhan yang inklusif. (Abyan, 2015)

Menurut (World Bank, 2016) *FinTech* adalah sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memakai teknologi agar sistem keuangan serta penyampaian layanan keuangan lebih efisien. *FinTech* juga dapat didefinisikan sebagai inovasi teknologi pada layanan keuangan yang bisa menghasilkan model-model bisnis aplikasi, proses maupun produk-produk dengan efek material yang telah bersangkutan terhadap penyediaan layanan keuangan (Fintech & Nizar, 2017).

Menurut aturan yang diberlakukan oleh bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 dikatakan bahwasannya perkembangan teknologi serta sistem informasi terus mengembangkan berbagai macam inovasi terutama terhadap *financial technology (fintech)* guna untuk memenuhi kebutuhan yang masyarakat inginkan, salah satunya pada bidang jasa sistem pembayaran, (bank indonesia, 2016). *financial*

technology (fintech) menjadi bagian dari metode layanan pada jasa keuangan yang menjadi banyak perbincangan pada zaman digital saat ini. Sistem transaksi yang berbasis teknologi menjadi suatu sektor pada industri *FinTech* yang telah banyak di perbincangkan di Indonesia. Sektor tersebutlah yang paling diharapkan oleh pemerintah serta masyarakat guna memajukan meningkatnya jumlah masyarakat yang harus memiliki jangkauan terhadap layanan keuangan.

Pada tahun 2016, jumlah perusahaan startup yang bergerak di sektor keuangan digital melonjak pesat hingga 50%. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik atau e-money. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang familiar disebut dengan Go-Jek adalah salah satu dari perusahaan anak bangsa yang menggunakan e-money ini yang sebelumnya disebut dengan Go-Wallet dan sekarang dikenal dengan Go-Pay (Indra, Rofikoh, Indra, Rofiqoh, & Syariah, 2010).

Dalam Pasal 1 ayat 7 Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 mendefinisikan elektronik wallet yang selanjutnya disebut dompet elektronik ialah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Go-Pay merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan Go-Jek untuk menyimpan Go-Jek kredit yang dapat digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Go-Jek. Adanya uang elektronik ini dapat mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai.

Go-Jek merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan suatu jasa di bidang pemesanan ojek yang memakai teknologi aplikasi smartphone. Aplikasi Go-Jek bisa diunduh dengan menggunakan smartphone yang berbasis android maupun ios (Go-Jek, 2015). Langkah pertama sebelum memakai layanan Go- Jek

yaitu mengisi registrasi mengisi nama serta alamat email dan juga nomor telephone, serta kode. Kemudian registrasi bisa menghasilkan pemakai bisa memilih layanan yang telah disediakan pada aplikasi Go-Jek. Dan kemudian, sesudah memilih layanan Go-Jek pemakai mengisi tempat sekarang dan alamat yang akan dituju. yang seterusnya aplikasi Go-Jek dapat memaparkan data mengenai keberadaan pengendara, identitas pengendara serta prediksi waktu pengendara, serta harga, kemudian pelayanan selesai, Aplikasi Go-Jek memberikan hak pada pengguna agar dapat mengasih masukan terhadap layanan yang telah diberi dari pihak Go-Jek. Selain jasa transportasi, Go-Jek juga mengembangkan dengan memberikan jasa-jasa yang dapat digunakan oleh para pengguna. Jasa yang diberikan Go-Jek yaitu : Go-send, Go-ride, Go-food, Go-mart (CNN Indonesia, 2015). (Amajida, 2014).

Go-Jek tidak puas dengan hanya sebagai perusahaan transportasi yang berbasis dalam jaringan, akan tetapi berkembang sebagai sebuah perusahaan di bidang *financial technology (fintech)* yaitu dengan melalui Go-Pay. yang akhir tahun 2016 Go-Jek mengakuisisi Ponsel-pay, yaitu sebagai perusahaan di bidang ekonomi yang pegang oleh *MV-Comerce* yang sudah memiliki lisensi resmi uang elektronik (*emoney*) dari Bank Indonesia. Go-Jek juga harus mendapatkan lisensi terkait agar dapat memajukan Go-Jek yang sudah dikembangkan agar menjadi *e-money*. Pada tanggal 15 Desember tahun 2017, Go-Jek menjalankan akuisisinya kepada tiga perusahaan *financial technology* antara lain yaitu Kartuku, Midtrans, serta mapan guna menciptakan ekspansi Go-Pay yang berada di luar jangkauan Go-Jek. Kartu ku yaitu sebuah perusaha yang menyediakan Proses Pihak Ketiga dan Penyedia Layanan Pembayaran (PSP). Kartuku yang sudah mengaplikasikan lebih dari 150 ribu alat pembayaran di gerai luring (*offline*) serta telah melakukan kerja sama kepada sembilan bank *acquirer*, dan kemudian akan ditargetkan agar pengembangan penggunaan Go-Jek secara luring.

Dompot elektronik merupakan teknologi yang masih belum terlalu banyak dipergunakan walaupun penggunanya sudah banyak yang cukup mengenal berbagai banyak cara pembayaran yang berbasis elektronik. Tetapi perkembangan transaksi Go-Jek lebih tinggi pada saat awal peluncurannya. Tetapi tidak terlalu banyak peneliti yang telah meriset tentang penerima Go-Jek oleh pengguna di Indonesia (Priyono, 2017)

Go-Pay merupakan dompet virtual yang berguna menyimpan Go-Jek kredit yang dipergunakan dalam melakukan pembayaran di berbagai transaksi yang ada di aplikasi Go-Jek. Selain top up saldo Go-Jek yang sangat mudah dengan melalui 17 Bank serta pengemudi Go-Jek, potongan harga serta free delivery, terdapat juga adanya suatu pelayanan transfer bebas biaya yang dioeruntukkan kesesama pengguna Go-Jek serta pelayanan penarikan cash yang terdapat di dalam transaksi Go-Jek guna lebih mempermudah untuk pelanggan Go-Jek. Aplikasi Go-Jek juga membuat pelayanan Go-Point yang menjadi strategi loyalti yang berupa token yang bisa didapat pengguna untuk setiap transaksi dengan menggunakan Go-Pay. Dengan “swipe” koin ini, pelanggan Go-Jek mendapatkan voucher yang bisa di tukar terhadap hadiah yang sudah disediakan di aplikasi Go-Jek. ada sekitar 50% pengguna Go-Jek yang telah menggunakan Go-Pay sebagai alat untuk transaksi pembayaran (Mutia Putri Inayah, 2010).

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya tentang layanan-layanan yang dapat digunakan oleh pengguna layanan Go-Pay, pemilik akun Go-Pay dapat memilih layanan dari salah satu dari fitur tersebut dengan catatan telah memiliki saldo Go-Pay di aplikasi Go-Jek. Caranya ialah, pemilik akun Go-Pay memilih salah satu layanan Go-Jek yang di inginkan pada beranda aplikasi Go-Jek. Pilih Go-Ride (contohnya) untuk memesan transportasi motor. Masukkan lokasi tujuan dan tempat penjemputan yang diinginkan, kemudian pilih metode

pembayaran menggunakan Go-Pay. Kemudian, pemilik akun Go-Pay akan melihat biaya perjalanan pada aplikasi dan tekan tombol Pesan.

Agar dapat meningkatkan minat pengguna Go-Pay banyak cara yang dilakukan perusahaan Go-Jek untuk tetap profesional dalam menjaga kualitasnya termasuk memahami faktor-faktor yang memungkinkan dapat mempengaruhi dalam menggunakan layanan Go-Pay.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu tersebut dijelaskan bahwa masih adanya pengaruh negatif pada variabel persepsi manfaat, sehingga menarik minat peneliti dalam meneliti variabel serupa. Dikutip dari Ayu Prasandi (2017) dalam artikel medan.tribunnews.com. Berdasarkan hal tersebut penulis Akan menggunakan persepsi manfaat sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan Go-Pay.

Kehadiran aplikasi Go-Jek memiliki keunggulan yang dapat membantu aktivitas penggunanya, dengan melakukan transaksi menggunakan Go-Pay memberikan banyak manfaat serta kemudahan bagi pengguna.

Go-Pay semakin mempermudah dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Pembayaran menggunakan Go-Pay dapat membantu penggunanya saat memesan berbagai layanan yang tersedia di aplikasi Go-Jek, salah satunya berguna dalam melakukan transaksi tanpa harus menyiapkan uang tunai yang pas sesuai tarif untuk membayar dan juga tidak perlu pusing memikirkan uang kembalian maupun pecahan yang pas untuk membayar sehingga waktu bertransaksi terasa lebih cepat dan singkat. Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kemudahan dapat mempengaruhi minat penggunaan produk, dalam hal ini maka penulis menyimpulkan bahwa kemudahan bisa menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan produk terhadap mahasiswa.

Davis.(1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Priambodo & Prabawani)

Persepsi Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi Akan bebas dari usaha (Jogiyanto. 2007:114). Davis et al. (1989:320) mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Berdasarkan hasil penelitian, adanya status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, dan life style berpengaruh terhadap perilaku konsumsi (Astuti, 2016). Perilaku konsumsi bisa dilihat dengan tindakan yang akan dilakukan oleh konsumen, seperti mahasiswa. Keinginan untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhan yang harus terpenuhi merupakan sesuatu yang bisa dilihat dari perilaku konsumsi mahasiswa (Risya Nurrohyani, 2020).

Penulis memilih Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia sebagai obyek penelitian karena penulis sendiri merupakan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia, dengan hal itu maka aka lebih memudahkan penulis dalam mendapatkan data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis mengambil judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia dalam menggunakan layanan pada Go-Pay?
2. Apakah persepsi kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia dalam menggunakan layanan pada Go-Pay?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia dalam menggunakan layanan Go-Pay.
2. Mengetahui tingkat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Indonesia dalam menggunakan layanan Go-Pay.

C. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu ekonomi Islam.

- a. Bagi perkembangan ilmu

Mampu mengatasi dan mengidentifikasi mengenai factor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan layanan Go-Pay.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan strata 1 yang ditempuh peneliti, serta bagaimana cara untuk menambah wawasan tentang teori-teori yang sudah diperoleh selama ini.

c. Bagi pembaca lain

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian lain yang sejenis.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dalam memperbaiki layanan Go-Pay

D. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini Membahas latar belakang mengenai Go-Jek serta membahas Rumusan masalah penelitian, Tujuan penelitaian, Manfaat penelitian serta Sistematika penulisan judul yaitu Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas islam Indonesia.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab II Menerangkan Telaah pustaka yang berkaitan dengan judul serta Landasan teori, Hipotesis, dan juga Kerangka berfikir jika diperlukan guna mendukung penelitian. Dengan melakukan penelitian serta mengutip referensi dari buku, Jurnal dan lainnya yang berkaitan dengan judul.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian dalam rangka menemukan jawaban permasalahan dari penelitian, yang mencakup 1) Desain penelitian 2) Lokasi penelitian 3) Waktu pelaksanaan penelitian 4) Obyek penelitian 5)

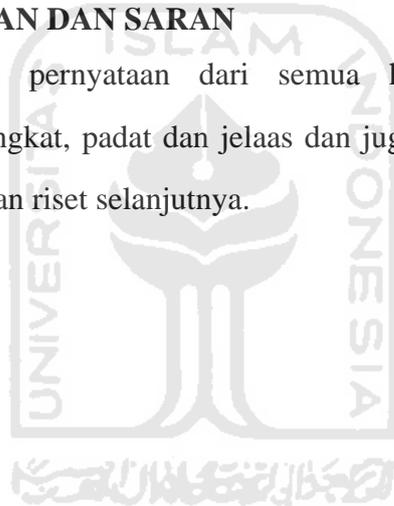
Populasi dan sampel 6) Definisi konseptual variabel dan definisi operasional variable 7) Sumber data 8) Teknik pengumpulan data 9) Teknik analisis

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Membahas mengenai Go-Pay dan menganalisis data yang diperoleh dari masalah yang telah diajukan, kemudian menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang sudah dibuat serta menganalisis proses dan hasil penyelesaian masalah tersebut.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan atau pernyataan dari semua hasil pembahsan yang dirangkum dengan singkat, padat dan jelaas dan juga berisi mengenai saran guna untuk kepentingan riset selanjutnya.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

1. Penelitian ini dilakukan oleh (Priyono, 2017). Penelitian ini ditujukan untuk mengamati penggunaan pembayaran elektronik yang memakai dompet elektronik (*e-wallet*) yang dilakukan oleh pihak Go-Jek dompet elektronik dikatakan sebuah fasilitas yang akan memberi kemudahan serta kemudahan untuk melakukan transaksi, tetapi masih banyak orang beranggapan bahwa teknologi tersebut juga memiliki kelemahan dalam bidang penggunaan, yaitu karena disebabkan yang berkaitan pada transaksi. Walaupun terdapat kelemahan, masih banyak yang memakai serta dapat percaya.. Banyak temuan mengatakan yaitu kemudahan dapat memberikan pengaruh terhadap penerimaan teknologi pembayaran elektronik
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* merupakan penelitian yang dilakukan (Aritonang, 2017). Pembahasan Penelitian ini mempunyai tujuan guna mengetahui persepsi kemudahan serta persepsi manfaat apakah akan berpengaruh kepada minat dalam penggunaan *E-money* Go-Jek. Data yang dipergunakan terhadap penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara serta kuesioner dari pengguna Go-Jek. Untuk menentukan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling. Sampel yang terdapat di penelitian memiliki jumlah sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini ditemukan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan aplikasi serta persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan aplikasi Go-Jek.

3. Penelitian ini dilakukan oleh (Mawarrini, Afidah, Pawestri, & Sidoarjo, 2017) yang membahas guna memahami adanya sistem transaksi yang terdapat di Indonesia. Pembayaran bergerak menjadi sektor pada bidang ekonomi yaitu menjadikan perubahan tata cara transaksi pada sektor perbankan elektronik. Kemajuan teknologi di bidang perbankan dapat menjadikan sebuah transaksi yang mudah menggunakan aplikasi. Pemakai ingin "bank di saku saya". Transaksi secara elektronik dapat memungkinkan mengalami gangguan di dalam bidang ekonomi keuangan serta teknologi. Dalam penelitian tersebut ditemukan jika transaksi elektronik memiliki kecenderungan memakai apa yang seperti pada bank, yang mempunyai gaya untuk meningkatkan sektor ekonomi. Pemakai sangat ingin keinginannya dapat sepenuhnya bisa berbasis elektronik atau digital, mudah dan tepat.
4. Penelitian yang dilakukan (Juniarti) yang membahas apa saja yang dapat berpengaruh terhadap Penggunaan Mobile payment. Pada penelitian ini digunakan guna mengetahui lebih lanjutnya faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pemakaian m-payment. Pada kasus ini dinyatakan jika persepsi yaitu variabel anteseden dan telah banyak dilakukan penelitian guna mempengaruhi M-payment. Penelitian berikutnya diharapkan bisa lebih berfokus terhadap variable-variable lain yang masih sedikit dilakukan penelitian.
5. Penelitian ini dilakukan oleh (Basyar, 2016) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi

manfaat terhadap niat pembelian kembali online yang memediasi variabel kepuasan. Sampel diambil sebanyak 210 orang. Alat ukur yang digunakan adalah analisis data kuesioner menggunakan analisis jalur.

6. Analisa Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan serta Manfaat pada keputusan transaksi secara online, penelitian ini dilakukan oleh (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2015). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji risiko yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat pada keputusan pembelian online. Menggunakan internet untuk berbelanja online akan memberi lebih banyak manfaat bagi pelanggan.
7. Penelitian ini dilakukan oleh (Rahmaddeni & Unang Rio, 2014) dengan judul Rancang Bangun pada Aplikasi Mobile Electronic Commerce (*E-commerce*) Berbasis smarphone. Salah satu outlet yang menjadi objek pada penelitian ini yaitu Outlet Ananta by Ziksan yang berada di Jl. Sultan No.11 Kota Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Namun kendala yang ada outlet tersebut masih menggunakan metode penjualan yang masih manual. Yang mana konsumen datang langsung ke outlet guna melihat serta memilih produk yang disediakan Ananta yang akan dibeli.
8. Analisis faktor mempunyai peran penting dalam menggunakan Go-Pay merupakan jurnal yang disusun oleh (Haidari & Tileng, 2018) yang digunakan untuk mendefinisikan faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh yang signifikan terhadap Go-Pay melalui cara menggunakan metode kuantitatif. Pada kasus tersebut variabel yang dipergunakan yaitu *variabel Trust*, *Perceived Usefulness* serta *Perceived Risk* untuk variabel bebas serta variabel

Intension to Use untuk variable dependen dengan cara memakai metod regresi linear berganda. Sample yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebanyak 200 dengan memakai teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan cara skala Likert. Dari hasil analisa dta dapat dikatakan jika *variabel Trust* serta *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh yang baik pada *Intention to Use Go-Pay*, dan juga diperoleh jika variable *Perceived Risk* tidak mempunyai pengaruh yang baik pada *Intention to Use* pada Go-Pay.

9. Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Risya Nurrohyani, 2020). Formasi yang dideskripsikan pada penelitian ini meliputi penggunaan OVO dan Go-Pay oleh mahasiswa yang berpengaruh terhadap pengeluaran dan besaran cashback yang ditetapkan oleh OVO dan Go-Pay. Penelitian ini bertujuan untuk mengalisis pengaruh cashback OVO dan Go-Pay terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. Variabel independen yang digunakan adalah variabel pendapatan total penggunaan OVO dan Go- Pay, serta cashback. Penelitian ini menggunakan data sampel sebanyak 83 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. Hasil penelitian ini menunjukkan pendapatan serta penggunaan OVO dan Go-Pay berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran mahasiswa, sedangkan cashback berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pengeluaran mahasiswa.

10. Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Indra et al.). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif-deskriptif. James A. Black dan Dean J. Champion⁶ mendefinisikan penelitian jenis ini sebagai suatu penelitian yang memberikan gambaran tentang fenomena sosial dan kebudayaan yang intinya adalah untuk mengerti cara hidup orang lain berdasarkan pandangan orang yang diteliti. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah library research, yaitu teknik pengumpulan data melalui pustakaan, baik berupa buku-buku, majalah, putusan pengadilan, media internet serta hasil penelitian yang mendukung penulis dalam menulis tulisan ini. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam tulisan ini adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, maka dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan transaksi e-money terhadap layanan Go-pay pada aplikasi Go-jek perspektif ekonomi syariah, baik dari artikel jurnal, buku, proceeding, disertasi, tesis, skripsi, arsip koran, majalah, website (situs), dan sebagainya. penelitian ini berkesimpulan bahwa pembayaran menggunakan saldo Go-Pay pada aplikasi Go-Jek dapat digunakan oleh masyarakat yang beragama Islam dengan catatan bahwa Go-Pay harus sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah yang terhindar dari ribawi, gharar, maysir, tadhlis, risywah, israf, dan transaksi atas objek yang haram atau maksiat. Selain itu, adanya Go-Pay ini termasuk dalam perlindungan terhadap harta (hifdz al mâl) dan berdampak positif bagi pergerakan perekonomian Indonesia.

B. Landasan Teori

1. Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness yaitu merupakan persepsi manfaat mengenai suatu aplikasi yang bisa dinyatakan sebagai suatu probabilitas subjektif terhadap calon para pemakai sistem dalam memakai sistem aplikasi tertentu yang dapat memajukan tingkat suatu kinerja dari aplikasi, variabel tersebut bisa diukur dengan melalui suatu indikator penggunaan seperti membantu dalam hal memenuhi suatu kebutuhan dalam melakukan transaksi secara online atau seluler dan srtta bisa guna dapat memenuhi suatu kebutuhan keseharian (Mayangky et al., 2019).

Davis (1998) mengatakan bahwa “*the degree to which a person believes that using a particular sistem would enhance his or her job performance.*” hal tersebut bermaksud jika para pemakai percaya dengan memakai suatu sistem informasi tersebut dapat mengembangkan pada kinerja hidupnya. Hal tersebut mendedikasikan suatu manfaat dari penggunaannya yang saling terkait di dalam berbagai aspek, dalam persepsi manfaat tersebut membentuk nilai kepercayaan guna mengambil suatu keputusan apakah jadi dalam menggunakan sistem tersebut atau tidanya. Asumsi jika pemakai bisa percaya bahwa sistem tersebut dapat berguna jadi tentu saja dapat digunakannya, akan tetapi jika tidak mempercayai bahwa hal tersebut bisa berguna jadi hal tersebut bisa membuat seseorang tidak akan memakainya (Endang Fatmawati, 2015).

Dikutip dari Venkatesh dan Davis, 2000 beliau mengatakan bahwa *perceived usefulness* (PU) yaitu sejauh mana para pengguna bisa mempercayai terhadap suatu sistem yang akan dapat mengembangkan kinerja. Definisi PU tersebut juga sangat berkaitan terhadap pengertian PU menurut Phontanukitthawom 2016 yaitu sejauh mana pemakain dapat mempercayai jika menggunakan layanan mobile payment dapat meningkatkan suatu kinerjanya serta dalam produktifitasnya dalam melakukan suatu transaksi, sedangkan Bailly et al 2017 mengatakan bahwa

perceived usefulness mengacu terhadap sejauh mana para pengguna bisa mempercayai jika mereka dapat mendapatkan suatu keuntungan (Panggabean, 2018).

2. Persepsi Kemudahan (*perceived Ease of use*)

Perceived Ease of use atau persepsi kemudahan adalah mengacu terhadap bagaimana para calon dari pengguna menantikan sesuatu sistem yang bisa lebih membantu dalam terbebas dari usaha. Pada variabel ini guna memahami struktur penentu utama terhadap penerimaan sesuatu sistem teknologi serta pemakaian dari para pemakai yang merupakan hal yang bias dinyatakan begitu penting dikarenakan dapat memberi dampak terhadap daya tarik guna menciptakan persepsi yang akan lebih dapat memberikan keuntungan dan persepsi keternudahan tersebut dapat menjadi sesuatu tolak ukur dimana para pengguna bisa mempercayai jika technology yang telah dipakai jelas serta mudah dimngerti serta mudah dalam penggunaannya, selain hal tersebut juga technology yang dipakai jelas serta bisa dimengerti sehingga tidak diperlukannya suatu usaha secara berlebihan dalam memakainya. Variabel ini bisa diukur dengan cara menggunakan suatu indikator yaitu dengan kejelasan dan serta tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu aplikasi, tidak begitu banyak menyita waktu yang ada dan serta dapat sangat memberikan bantuan dalam hal memnuhi kebutuhan para pamakainya (Mayangky et al., 2019)

Davis (1998) mengatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use perceived*) yaitu “*ease*” yang berarti “*freedom from difficulty or great effort* kemudian “*ease to use perceived*” yang mempunyai definisi “*the degree to which a person believes that using a particular sistem would be free of effort*”. Bila digunakan pada suatu sistem informasi dapat dimaksud pemakai berkeyakinan bahwa sistem informasi lebih dapat untuk dipahami dalam penggunaannya sehingga tidak perlu

melakukan usaha yang keras dan serta bisa terbebas dari kesusahan. Hal tersebut meliputi kemudahan penggunaan sistem informasi sejalan dengan apa yang diinginkan oleh penggunanya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan bisa menjawab alasan pengguna dapat menggunakan sistem serta bisa menjelaskan kalau sistem yang baru bisa dipergunakan dengan mudah oleh pengguna (Endang Fatmawati, 2015).

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) merupakan keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru (Mulyana 2005). Ketika teknologi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem itu. Berbeda ketika teknologi itu susah untuk digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem itu (Ermawati, 2016).

3. Penggunaan Produk

Pada dasarnya produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh produsen pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (need and wants). Produk bisa berbentuk barang (sesuatu yang berwujud atau tangible), yaitu sesuatu yang berbentuk fisik yang dihasilkan dari proses produksi pada suatu organisasi atau perusahaan. Disamping itu, produk juga bisa berupa jasa (sitanya non-fisik atau intangible). Perlu ditekankan juga bahwa konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (need), akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (wants) (Heryanto, 2015).

Supranto & Limakrisna (2011) mengemukakan suatu produk ialah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen, untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikan. Sedangkan menurut Adisaputro (2014) Produk adalah segala

sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan. Oleh karena produk dapat memenuhi kebutuhan tertentu maka produk dapat juga diartikan sebagai sekelompok nilai yang memberikan kepuasan pada pemakainya (Santri Zulaicha, 2016)

4. Pembayaran mobile (*Mobile Payment*)

Industri pembayaran mobile (*mobile payment/ m-payment*) melakukan perkembangan yang begitu signifikan (Nielsen2016). Berkembang secara progresif pada teknologi dibidang pembayaran seluler sudah menuju terhadap perkembangan pelayanan *M-payment* yang bisa digunakan dalam memenuhi suatu kebutuhan baik dari perorangan ataupun dari suatu organisasi. *M-payment* sendiri sudah di dukung dari pengabdian seluler diantara para pengguna dimana pengguna dapat memakai smartphone mereka guna melakukan sebuah transaksi jual beli maupun jasa.pada layanan M-payment mempunyai daya Tarik sendiri khususnya terhadap para pengguna yang dapat memungkinkan pengguna dapat melakukan transaksi jual beli yang dapat melalui perangkat smartphone mereka, transaksi keuangan yang melalui perangkat smartphone menawarkan sebuah fitur yang sangat fleksibel. (Zhang & Dodgson 2007).

Mobile Payment bisa diartikan transaksi bergerak didefinisikan sebagai transaksi yang dapat diperlakukan menggunakan cara menggunakan suatu smartphone. Transaksi secara bergerak dapat juga bisa dikatakan merupakan sebuah transaksi pemindahan dana guna imbalan atas produk dan jasa yang dimana smartphone diiiipergunakan untuk media utama dalam melakukan transaksi sehingga terkonfirmasi telah melakukan transaksi (boer dan de boer) 2010. Transaksi bergerak dalam melakukan transaksi yang menggunakan smartphone (Dewan & Chen, 2005).

Transaksi bergerak adalah salah satu sector di bidang perbisnisan fintech (*Financial Technology*) yang ada di Indonesia (Bank Indonesia, 2016) pada awal mulanya istilah fintech di pergunakan terhadap teknologi pada lembaga keuangan yang bersifat formal serta yang sudah mapan, tetapi hanya saja pada saat mengalami krisis keuangan yang terjadi pada tahun 2008 membuat beberapa bank tidak mempunyai dana guna untuk mengembangkan inovasi baru. (Hanantasena, 2016). Secara umum *fintech* sangat mendukung serta memberikan suatu kontribusi pada peningkatan di sektor ekonomi di Indonesia dari beberapa sisi, antara lain yaitu memperluas suatu akses untuk para nasabah yang belum dapat dilayani oleh para industri yang bergerak pada sector jasa keuangan, dan sementara pada sisi kedua nasabah mendambakan suatu hadirnya produk di bidang keuangan yang lebih baik lagi di bandingkan yang terdapat di pasar (otoritas jasa keuangan & McKinsey & Company, 2016) (Mawarrini et al., 2017).

Ada bermacam-macam jenis suatu transaksi seluler, akan tetapi teknologi yang dipergunakan dalam pengirimannya bisa dikatakan menjadi beberapa jenis utama, yang pertama adalah transaksi jarak jauh dan jarak dekat (agarwall et al. 2007). Transaksi jarak jauh di haruskan pengguna harus terlebih dulu mendaftar pada pelayanan yang sudah disediakan yang biasanya memerlukan untuk melakukan pengunduhan suatu aplikasi terlebih dahulu yang kemudian memakainya di dalam smartphone guna membayarkan suatu produk. Pengguna bisa saja mempunyai suatu pembayaran yang disimpan pada akun pra bayar ataupun menarik dana secara langsung dari rekening bank. Penyedia pelayanan pembayaran seperti halnya google, paypal, serta gopago dengan memakai suatu pendekatan jarak jauh yang berbasis cloud guna melakukan transaksi pembayaran smartphone di suatu tool tertentu, dan sebaliknya, M-payment dengan jarak dekat diharuskan

para pengguna agar menggunakan suatu kartu kredit, ponsel ataupun perangkat online pada saat melakukan sebuah pembayaran.

Morgan (2013) mengatakan bahwa *mobile payment* memiliki tiga kategori, antara lain yakni *mobile commerce*, *mobile acceptance*, dan *mobile wallet*. *M-commerce* yaitu menjadi salah satu model *E-commerce* (Coursaris & Hassanein 2002). *M-commerce* dilakukan menggunakan *smartphone* yang dapat memungkinkan memiliki suatu kemampuan dalam pengiriman barang elektronik secara langsung kepada para penggunanya. Dimana bisa melalui teknologi jaringan nirkabel *M-payment acceptance* atau penerimaan transaksi melalui *smartphone* berpedoman kepada konfresi sebuah perangkat *smartphone* yaitu misal tablet ataupun sejenisnya yang dapat digunakan dalam transaksi secara online ke dalam suatu sistem dengan cara menyesuaikan para hardware sementaraa maupun pada perangkat yang permanen yang dapat mempunyai kemungkinan penjual guna menerima transaksi yang berbasis kartu yaitu misalnya pembaca strip, barcode yang bisa diperhubungkan ke dalam suatu *smartphone* pengguna .

M-wallet ataupun dompet seluler bisa diartikan sebagai sebuah aplikasi yang telah dihotsting oleh suatu perangkat seluler yang dapat mempunyai kemungkinan para pengguna memakainya guna melakukan sebuah transaksi tanpa menggunakan sebuah kartu kredit ataupun kartu debit. Terdapat banyak para penyedia layanan dompet seluler yang berbeda, ada beberapa yang menggunakan suatu teknologi pendekatan semacam komunikasi medan jarak dekat baik yang tertanam di dalam sebuah perangkat ataupun stiker maupun yang berbasis cloud. (Taylor 2016) (Juniarti).

5. *Go-Pay*

Go-Pay merupakan suatu dompet virtual guna untuk menyimpan transaksi Go-Pay kredit untuk dipergunakan dalam melakukan suatu transaksi yang berada pada aplikasi Go-Jek, kemudahan dalam melakukan top up saldo pada Go-Pay dengan melalui 17 bank serta dai pengemudi Go-Jek itu sendiri, potongan harga serta free dilevery, juga terdapat pelayanan bebas biaya dalam melakukan transfer dana ke sesama pengguna Go-Pay itu sendiri guna mempermudah para penggunanya, perusahaan Go-Jek juga telah merilis suatu pelayanan go point yang merupakan suatu model loyalty yang berupa token yang kemudian bisa didapatkan pengguna Go-Pay dalam mendapatkan sebuah voucher yang bisa nantinya ditukar dengan hadiah yang telah di sediakan di dalam apliikasi gi jek tersebut. Pada saat sekarang ini lebih dari 50 persen para pelanggan Go-Jek sudah menggunakan Go-Pay guna sebagai alat untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran. (Mutia Putri Inayah, 2010).

Go ride serta Go-car merupakan transportasi online. Go-food yakni pelayanan pesan antar makanan. Go-mart yakni pelayanan belanja instan, go send yakni pelayanan kurir instan, Go-box yakni pelayanan guna memesan sebuah mobil pick up, truk enkel serta engkel boks guna sebagai keperluan memindahkan ataupun mengirim barang dengan berkapasitas yang besar, Go-tix yakni pelayanan untuk membeli serta menebus sebuah obat-obatan, go bills merupakan layanan guna membayar di berbagai tagihan seperti contohnya tagihan listrik maupun tagihan yang lain dengan menggunakan saldo dari Go-Pay.

Go-Pay merupakan suatu sarana prasarana dalam menyimpan sejumlah uang yang berbasis elektroniik sebagai media untuk melaukan sebuah transaksi pembayaran untuk para pelanggan aplikasi Go-Jek seperti Go-food, Go-ride, Go-box , Go-send, dan lain sebagainya yang terdapat pada sebuah aplikasi tersebut, sehingga para pelanggan tersebut tidak perlu untuk memakai uang secara tuna

ketika melakukan sebuah transaksi pada saat menggunakan aplikasi Go-Jek , dwiantika (2017) mengatakan bahwa mengutip dari bank Indonesia , nilai sebuah transaksi emoney pada tahun 2016 mengalami pertumbuhan sebesar 33,69 persen menjadi Rp 7,6 triliun dari tahun yang sebelumnya yakni Rp 5,28 triliun, pada suatu perusahaan jasa, tingkat sebuah kepuasan penggunanya bergantung terhadap bagaimana tingkat suatu pelayanan yang telah diberikan dari sebuah perusahaan bisa mendapat nilai kepuasan pada jasa yang telah diberikan kepada pelanggan.maka pelanggan akan mempunyai timbul rasa percaya pada perusahaan tersebut.colquiiit, scoot dan lepine (20017) mengatakan bahwa suatu tingkat percaya adalah ketersediaan pelanggan guna bertumpu terhadap sesuatu serta memiliki perasaan yakin pada sesuatu situasi yang tertentu. (Haidari & Tileng, 2018).

Dalam Pasal 1 ayat 7 Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 mendefinisikan electronic wallet yang selanjutnya disebut dompet elektronik ialah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Go-Pay merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan Go-Jek untuk menyimpan Go-Jek credit yang dapat digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Go-Jek. Adanya uang elektronik ini dapat mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai.

Sebelum mendaftarkan akun Go-Jek, terlebih dahulu pengguna layanan Go-Pay menginstal aplikasi Go-Jek di smartphone. Caranya bisa melalui Play Store dengan menuliskan Go-Jek.Saat pertama kali membuka aplikasi ini, seseorang akan diminta untuk memasukkan nama, nomor telepon dan emailnya. Setelah menuliskan nama, telepon dan email, kemudian diakhiri dengan menekan

Register. Setelah melakukan langkah di atas, seseorang yang hendak menggunakan layanan Go-Jek akan mendapatkan SMS berupa kode verifikasi yang dikirimkan ke nomor handphone yang didaftarkan. Tunggu sampai kiriman SMS verifikasi dari Go-Jek masuk ke HP dan kemudian memasukkan empat digit kode verifikasi yang telah kita terima melalui SMS dari aplikasi Go-Jek. Kode tersebut bersifat rahasia, diharapkan bagi seseorang yang hendak menggunakan layanan Go-Jek untuk tidak menginformasikan kode tersebut kepada siapapun. Selanjutnya akhiri dengan menekan Submit dan pendaftaranpun berhasil.

Setelah menginstal aplikasi Go-Jek, pengguna layanan Go-Pay dapat melakukan top-up secara langsung sebelum menggunakan layanan Go-Pay. Ada tiga cara yang disediakan oleh Go-Pay untuk mengisi saldo Go-Pay.¹⁶ Pertama, transfer saldo via driver. Para pengguna akun Go-Jek dapat melakukan transfer saldo Go-Pay melalui driver Go-Jek tanpa biaya administrasi atau jasa. Transfer ini hanya dapat dilakukan melalui driver Go-Ride, driver Go-Car, driver Go-Food, driver Go-Mart, driver Go-Shop dengan catatan bahwa ketika melakukan top-up, para driver Go-Jek sedang dalam status order. Caranya ialah cek saldo Go-Pay terlebih dahulu sebelum proses transfer. Kemudian berikan uang tunai sejumlah nilai isi saldo yang diinginkan kepada driver tersebut, dan driver akan segera transfer saldo ke Go-Pay pengguna layanan. Kedua, top-up lewat Alfamart, Alfamidi. Caranya ialah pengguna layanan Go-Pay melakukan proses top-up Go-Pay pada kasir Alfamart (misalnya). Sebutkan jumlah nominal top-up Go-Pay pengguna layanan inginkan dengan pilihan nominal mulai dari Rp.20.000,00- Rp.500.000,00. Pengguna layanan Go-Pay membayar sejumlah nominal top-up kepada petugas kasir. Kemudian petugas kasir akan melakukan proses top-up ke akun Go-Pay pengguna layanan. Nilai minimum top-up saldo Go-Pay ialah sebesar Rp.10.000,00 dan dikenakan biaya Rp.2.000,00 per transaksi yang dilakukan. Ketiga, isi saldo via bank. Para pengguna layanan Go-Pay dapat

melakukan isi saldo melalui bank pilihan dengan menggunakan ATM, mobile banking, internet banking, atau sms banking. Apabila menggunakan ATM, maka caranya ialah login ke Klik BCA (Contohnya dalam hal ini ialah Bank BCA). Pilih menu Fund Transfer, kemudian pilih Transfer to BCA Virtual Account. Masukkan kode perusahaan untuk Go-Jek: 70001 (Kode perusahaan untuk Go-Jek berbeda-beda setiap bank) dan nomor telepon yang terdaftar pada aplikasi pengguna akun Go-Pay. Selanjutnya, pengguna layanan Go-Pay masukkan jumlah top-up yang diinginkan dan mengikuti instruksi sampai transaksi selesai. Nilai minimum top-up saldo Go-Pay dengan cara ini mulai dari Rp.10.000,00-Rp.25.000,00. Sedangkan kisaran biaya per transaksinya mulai dari Rp.1.000,00-Rp.2.500,00. Apabila menggunakan mobile banking, internet banking, sms banking, atau transfer menggunakan ATM Bank lain, maka dapat menyesuaikan dengan fitur yang telah disediakan oleh masing-masing Bank. Biaya transaksi transfer menggunakan ATM Bank lain mengikuti kebijakan dari Bank Penerbit Kartu (IDR 5.000-7.500) dan Nilai top-up minimum Rp.20.000,00. Untuk top-up via Pegadaian, nilai top-up minimum ialah mulai dari Rp.10.000,00 (Indra et al.).

C. Perumusan Hipotesis

1. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat diyakini menjadi faktor penentu penerimaan pengguna teknologi. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dapat didefinisikan sebagai sebuah keyakinan para pelanggan bahwasannya dalam menggunakan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan pada sistem kinerjanya (Davis, 1998). Seseorang pelanggan akan dapat mempercayai pada penggunaan sesuatu produk teknologi terbaru jikalau teknologi tersebut dapat menyelesaikan di dalam pekerjaannya secara lebih produktif lagi, lebih cepat serta lebih baik (Candraditya, 2013). Disisi lain pelanggan akan lebih mengembangkan suatu sikap serta niat yang baik terhadap suatu sistem transaksi mobile di karenakan memiliki keuntungan lebih tinggi bila disandingkan dengan metode yang lain seperti halnya transaksi secara menggunakan tunai maupun kartu

Persepsi manfaat menyatakan penilaiannya subjektif dari kegunaan yang sudah ditawarkan dari pihak Go-Pay untuk lebih memudahkan pendapatan pelayanan yang diinginkannya. Maka manfaat dari Go-Pay akan lebih selaras dengan penggunaan yang telah dilakukan oleh para pengguna serta pengguna Go-Jek. Semakin tinggi manfaat dari sistem transaksi Go-Pay maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan pada Go-Pay, berdasarkan penjelasan tersebut, manfaat Go-Pay bisa diartikan guna sebagai suatu dampak positif yang bisa diterima oleh para penggunanya (Priyono, 2017).

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu tersebut dijelaskan bahwa masih adanya pengaruh negatif pada variabel persepsi manfaat, sehingga menarik minat peneliti dalam meneliti variabel serupa. Dikutip dari Ayu Prasandi (2017) dalam artikel medan.tribunnews.com. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_0 =Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan produk.
- H_a = Persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan produk.

2. Persepsi Kemudahan

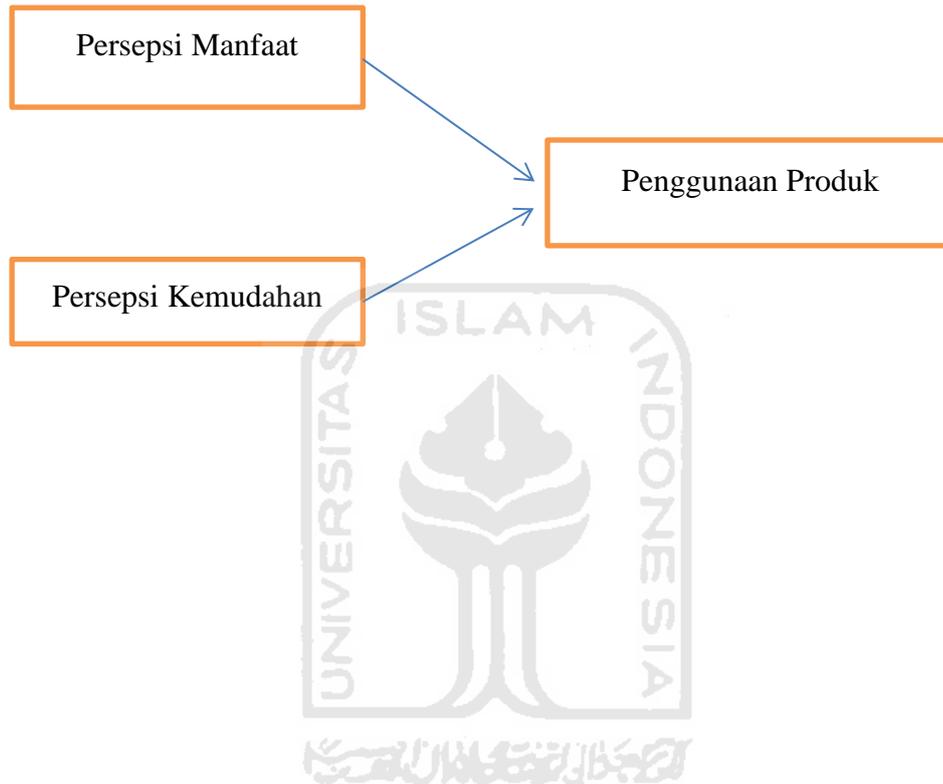
Davis,(1989) mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu sebuah keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi. Maka pengguna akan mengadopsi sistem teknologi pembayaran apabila sistem tersebut mudah digunakan dan bebas akan usaha. Persepsi kemudahan merupakan konstruk yang sudah banyak diteliti dan menjadi faktor dengan dampak paling dominan terhadap perilaku seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran secara mobile (Priyono, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, apabila langkah-langkah penggunaan Go-Pay sederhana dan tidak memakan waktu yang lama maka menunjukkan kemudahan penggunaan sistem pembayaran Go-Pay. Go-Pay merupakan dompet elektronik yang sudah tersistem di dalam aplikasi Go-Jek sehingga pelanggan maupun pengemudi Go-Jek hanya akan mengklik tombol yang sudah disediakan oleh sistem. Hal tersebut diharapkan perusahaan Go-Jek dapat memudahkan pengadopsian pembayaran Go-Pay pada pelanggan. Maka semakin mudah penggunaan Go-Pay yang dirasakan pelanggan maka semakin besar kemungkinan sistem tersebut dapat diterima pelanggan mahasiswa Ekonomi Islam. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_0 = Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan produk.
- H_a = Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan produk.

D. Kerangka Berfikir

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran seperti yang telah disajikan pada Gambar 2.1 di bawah ini



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kuantitatif yaitu dimana data dan informasi di peroleh dari penyebaran kuesioner. Metode penelitian yang yang di gunakan untuk menjelaskan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada hasil pengolahan data dari para pengisi kuesioner tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Ditinjau dari segi lokasi penelitian adalah kampus Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Agama Islam.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu yang di gunakan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitian ini yaitu pada bulan February, Maret dan April Tahun 2020.

D. Obyek Penelitian

Obyek penelitian memuat tentang variable-variabel penelitian beserta karakteristik-karakteristik yang akan diteliti, populasi penelitian, sampel penelitian, unit sampel penelitian dan tempat penelitian. Obyek penelitian memuat tentang apa, siapa, dan dimana.

Ada pun obyek penelitian dalam penelitian ini meliputi:

1. Apa: faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Ekonomi Islam Universitas islam indonesia dalam menggunakan layanan Go-Pay.
2. Siapa : mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia pengguna layanan Go-Pay
3. Dimana: Kampus Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Agama Islam.

E. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah jumlah terhadap unit yang telah diteliti. Populasi adalah kumpulan dari setiap para individu dengan suatu ciri khas yang sudah ditetapkan. Populasi adalah suatu kelompok individu, kejadian ataupun segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi adalah wilayah general yang terdiri dari subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang bisa ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari serta kemudian dapat diambil kesimpulannya. Jadi, populasi tidak hanya orang, akan tetapi bisa juga suatu organisasi, binatang, hasil dari karya manusia, serta benda benda alam yang lain (Agung Widhi Kurniawan, 2016). Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang menggunakan layanan Go-Pay.

Sampel adalah bagian dari populasi. Analisis data sampel secara kuantitatif dapat menghasilkan statistik sampel (*sample statistics*) yang dipergunakan dalam hal-hal mengestimasi parameter populasinya (population parameters). Peneliti bisa meneliti seluruh elemen ataupun anggota populasi (sensus), maupun meneliti sebagian dari elemen populasi (penelitian sampel). Penelitian dengan menggunakan sampel yang representative akan memberikan hasil yang mempunyai kemampuan untuk digeneralisasikan pada populasinya. Kriteria sampel yang representatif bergantung pada dua aspek yang saling berkaitan, yaitu akurasi dan ketelitian sampel. Makna dari akurasi ialah sampai sejauh mana sampel tidak dipengaruhi bias. Ketelitian sampel diukur dengan kesalahan estimasi standar (standard error of estimate) dan bentuk pengukuran deviasi standar. Semakin kecil kesalahan estimasi standar, semakin tinggi ketelitian dari sampel tersebut (Agung Widhi Kurniawan, 2016). Penelitian ini menggunakan satu sisi responden yaitu Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.

Mahasiswa merupakan kelompok usia yang relatif muda sehingga cenderung dapat memiliki tingkat penerimaan yang tinggi terhadap sebuah inovasi baru. Disamping itu, mahasiswa juga bisa dipandang lebih familiar dalam menggunakan teknologi baru. Atas dasar itulah mahasiswa dipilih menjadi sampel penelitian.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 730 mahasiswa. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh mahasiswa sebanyak 730 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016)

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin memiliki ketentuan antara lain:

Nilai e = 0,1 (10%) bagi populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) bagi populasi dalam jumlah kecil

Maka rentang sampel yang diperoleh diambil dari teknik Slovin yaitu antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 730 mahasiswa, sehingga presentase kelonggaran yang dapat digunakan adalah 10% serta hasil dari perhitungan dapat dibulatkan guna mencapai kesesuaian. Maka guna mengetahui sampel penelitian, bisa dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{730}{1 + 730(10)^2}$$
$$n = \frac{730}{8,30}$$
$$n = 87,9$$

Disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden pada penelitian ini di sesuaikan sehingga menjadi sebanyak 100 orang dari seluruh total mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas islam indonesia, hal ini dilakukan guna lebih memudahkan dalam pengolahan data serta untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi (mahasiswa) guna dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi tersebut.

Pengambilan sampel ini dilakukan menggunakan teknik *insidental*, seperti yang telah dikemukakan Sugiyono (2011:85), bahwa *sampling insidental* merupakan penentuan sampel yang berdasar pada kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu ataupun melihat dan bersedia mengisi apa yang peneliti butuhkan bisa digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016).

F. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan sumber data Primer. Data primer adalah suatu data yang berasal dari pihak yang bersangkutan atau langsung diperoleh dari responden yaitu pihak Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Pengambilan data primer ini dilakukan dengan metode “*Purposive random Sampling*”

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu teknik atau cara yang digunakan dalam mengumpulkan suatu data tertentu. Metode menunjukkan menggunakan suatu cara agar bisa memperlihatkan penggunaannya pada melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, beserta yang lainnya. Sedangkan instrumen pengumpulan data adalah alat yang dipergunakan dalam mengumpulkan suatu data. dikarenakan berupa alat, maka instrumen bisa saja seperti lembar check list, kuesioner (angket terbuka/ tertutup), pedoman wawancara, gambar foto, dan lain sebagainya (Agung Widhi Kurniawan,2016). Pada penelitian ini Peneliti akan menggunakan metode Kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik mengumpulkan data yang dilakukan menggunakan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Mengumpulkan data dengan cara mengirimkan pertanyaan untuk diisi sendiri oleh para responden, dilakukan dengan menyebarkan form kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan-pertanyaan yang mempunyai tujuan untuk lebih mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung dalam penelitian.

Pemakaian kuesioner sebagai metode mengumpulkan data mempunyai beberapa keuntungan, antara lain yaitu pertanyaan yang akan ditanyakan pada responden bisa di standarkan, responden bisa menjawab kuesioner pada waktu

luangnya, pertanyaan yang disajikan bisa di perhitungkan lebih dahulu sehingga jawabannya bisa lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan jawaban secara lisan, serta pertanyaan yang diajukan akan lebih tepat dan selaras.

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner dengan model Skala Likert. Seperti yang telah dikatakan oleh Sugiyono (2011:93 Skala Likert bertujuan untuk mengungkap sikap, pendapat, serta persepsi seseorang maupun sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun sebuah item-item instrumen yang bisa berupa pernyataan maupun pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Guna mengukur variabel diatas digunakan Skala Likert sebanyak Lima tingkant yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Tidak Tahu (TT)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Setiap poin jawaban yang memiliki skor yang tidak sama, yaitu: untuk jawaban SS memiliki skor 5, jawaban S memiliki skor 4, jawaban TT memiliki skor 3, jawaban TS memiliki skor 2, dan jawaban STS memiliki skor 1. Metode ini digunakan untuk peneliti dapat lebih mengetahui dan mempunyai data mengenai penilaian yang diberikan dari setiap responden untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulannya.

H. Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang berbentuk yang telah ditetapkan oleh peneliti dan dipelajari dengan seksama sehingga dihasilkan informasi yang berupa data serta diolah dengan menggunakan statistik sehingga bisa ditarik kesimpulan (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:23). Menurut Sugiyono (2011:161), variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat ataupun nilai dari orang, obyek maupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel terikat (Dependent Variabel)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu penggunaan Go-Pay pada mahasiswa (Y).

Penggunaan Go-Pay merupakan dimana kondisi nyata pengguna pada saat menggunakan Go-Pay. Kondisi nyata pada variabel ini dilihat berdasarkan sisi pelanggan.

Penggunaan Go-Pay pada pelanggan didekati dengan pertanyaan seperti apakah pelanggan akan mendapatkan poin, apakah transaksi menjadi lebih praktis dan dapat mengurangi transaksi tunai, apakah dapat menghindar dari kembalian uang palsu, apakah bisa melakukan pengisian ulang pulsa, apakah Go-Pay memiliki sistem yang baik.

2. Variabel bebas (Independent Variabel)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi dan yang menjadi penyebab suatu timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu terdiri dari:

a. Persepsi manfaat

Persepsi manfaat yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membantu meningkatkan kinerja mereka. Sehingga manfaat Go-Pay dapat diartikan sebagai dampak positif yang diterima pengguna selama menggunakan Go-Pay. Manfaat pada Go-Pay dilihat berdasarkan sisi pelanggan.

Variabel persepsi manfaat pada pelanggan didekati dengan pertanyaan seperti apakah pelanggan tidak perlu menyiapkan uang tunai apabila menggunakan Go-Pay untuk pembayaran, apakah Go-Pay dapat menghemat waktu dalam bertransaksi, apakah tidak perlu menunggu untuk menukarkan uang kecil untuk kembalian saat menerima pembayaran, apakah dapat menggunakan promo yang ada apabila menggunakan Go-Pay, apakah pelanggan percaya bahwa Go-Pay layaknya kartu debit, dan apakah dengan menggunakan Go-Pay biaya pembayaran menjadi lebih murah daripada membayar dengan uang tunai.

b. Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan atau *Perceived Ease of Use* didasarkan pada sejauh mana pengguna yakin bahwa suatu sistem yang digunakan akan mudah digunakan dan bebas akan usaha. Sehingga seorang pengguna akan menggunakan Go-Pay apabila mudah dalam menggunakan sistem tersebut. Kemudahan Go-Pay dilihat berdasarkan sisi pelanggan.

Variabel kemudahan pada pelanggan didekati dengan pertanyaan seperti apakah pelanggan merasa mudah mempelajari produk Go-Pay, apakah Go-Pay

dapat mempermudah pekerjaan pelanggan karena tidak perlu membawa uang tunai, apakah mudah dalam melakukan transfer saldo Go-Pay ke sesama pelanggan, apakah merasa mudah melakukan top up Go-Pay via Bank/ ATM, dan apakah merasa mudah melakukan tarik tunai saldo Go-Pay.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif yaitu dengan menggunakan statistik. Statistik sendiri didefinisikan sebagai sekumpulan metode yang bisa digunakan dalam menarik suatu kesimpulan yang masuk akal dari suatu data. statistik yang digunakan dalam analisis data dalam penelitian dibagi menjadi dua macam, yaitu: statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statististik inferensial meliputi statistik parametrik dan nonparametrik.

Adapun teknik analisis yang akan di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan dalam menganalisis data melalui cara-cara mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana aslinya tanpa ada membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk pada statistik deskriptif, antara lain: penyajian data menggunakan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral). Statistik deskriptif menggunakan bentuk tabel bisa juga disajikan menggunakan teknik tabulasi silang yang menjelaskan hubungan diantara kedua aspek demografi pada responden. Tendensi sentral yaitu ukuran pada statistik deskriptif yang menunjukkan nilai sentral dari distribusi data penelitian. Tendensi sentral bisa diinayakan dengan tiga macam ukuran, yaitu: rata-rata (mean), median, serta

modus yang masing-masing mengukur nilai sentral dalam pengertian yang berbeda (Agung Widhi Kurniawan, 2016).

2. Uji Validitas

Uji validitas berguna dalam mengukur sah ataupun valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan yang terdapat pada kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2012).

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur (Ristya widi, 2011). Validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan correlation pada Microsoft Excel. Uji validitas dilakukan dengan menghitung person atau korelasi per item pertanyaan pada setiap variabel. Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan pada *Microsoft Excel 2010*. Berikut hasil rangkuman uji

validitas mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia pengguna *Go-Pay*.

Tabel 3.1
Uji validitas

Variabel	item	rhitung	keterangan
Persepsi manfaat	X1.1	0,943	Valid
	X1.2	0,956	Valid
	X1.3	0,940	Valid
	X1.4	0,947	Valid
	X1.5	0,972	Valid
	X1.6	0,969	Valid
Persepsi kemudahan	X2.1	0,972	Valid
	X2.2	0,936	Valid
	X2.3	0,963	Valid
	X2.4	0,965	Valid
	X2.5	0,966	Valid
Penggunaan Produk	Y1.1	0,929	Valid
	Y1.2	0,938	Valid
	Y1.3	0,944	Valid
	Y1.4	0,940	Valid
	Y1.5	0,909	Valid
	Y1.6	0,927	Valid

Keterangan: rTabel=0,196

Berdasarkan tabel 3.1 hasil uji validitas pada pelanggan *Go-Pay* di peroleh nilai minimal *pearson correlation* adalah sebesar 0,909 dan nilai maksimal sebesar 0,972. dengan demikian bisa di simpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner telah memenuhi syarat valid.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang dapat menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur bisa dipercaya ataupun diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu dapat tetap konsisten jika dilakukan dua kali maupun lebih terhadap gejala yang sama, dengan memakai alat ukur yang sama. Alatukur dikatakan reliabel kalau dapat menghasilkan hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran berkali-kali (Ristya widi, 2011)

Mengukur reliabilitas dapat dilakukan menggunakan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban dan pertanyaan. *SPSS* dan *Microsoft excel* memberikan fasilitas guma mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

Kuesioner sebagai alat untuk ukur harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Perhitungan reliabilitas hanya dapat dilakukan jika kuesioner tersebut sudah valid. Dengan demikian harus menghitung validitas terlebih dahulu sebelum menghitung reliabilitas, jadi jika tidak memenuhi persyaratan uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas (Ristya widi, 2011).

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel 2010*. Berikut hasil rangkuman uji Reliabilitas mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia pengguna *Go-Pay*.

Tabel 3.2

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	kesimpulan
Persepsi Manfaat	0,7466	Reliabel
Pesepsi Kemudahan	0,6428	Reliabel
Penggunaan produk	0,6163	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat di ketahui bahwa variabel persepsi manfaat, variable Persepsi Kemudahan dan Variabel Pengunaan Produk memiliki nilai Crobach Alpha yang terletak pada kisaran 0,6163-0,7466. Pada hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan Reliabel dan Variabel Penggunaan Produk Reliabel. Hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa pertanyaan yang di gunakan dalam kuesioner untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau Reliabel dan hal tersebut bisa di katakan bahwa variabel bebas.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011:160). Dalam penelitian ini akan digunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 (Ayuwardan, 2018).

Uji normalitas adalah pengujian data untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Imam Ghazali, 2011:29). Data yang berdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Apabila nilai Asymp. Sig. suatu variabel lebih besar dari level of significant 5% (> 0.050) maka variabel tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai Asymp. Sig. suatu variabel lebih

kecil dari level of significant 5% (< 0.050) maka variabel tersebut tidak terdistribusi dengan normal (ari apriyono, 2013).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam menguji apakah model regresi apakah adanya temuan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik pastinya tidak akan terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam regresi maka bisa dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 .

Multikolinieritas merupakan suatu keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya suatu korelasi yang sempurna ataupun mendekati sempurna antara variabel independen. Beberapa metode uji multikolinieritas yakni salah satunya dengan cara melihat nilai Tolerance ataupun Inflation Factor (VIF) yang terdapat pada model regresi. Multikolinieritas bisa dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF), nilai *tolerance* $\geq 0,1$ ataupun nilai $VIF \leq 10$ maka model persamaan regresi bebas dari gangguan multikolinieritas (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016).

c. Uji Heterokesdastisitas

Uji heterokesdastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Priyatno, 2011:296). Salah satunya yaitu menggunakan uji Glejser untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel independen dengan nilai

residual yang sudah diabsolutkan pada uji regresi sebelumnya (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya (Ghozali, 2016:107). Alat analisis yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi yaitu dengan menggunakan uji Durbin – Watson (D-W test) (Titik Rahayu Ningsih, 2017).

Menurut Ghozali (2016) autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas pada satu observasi ke observasi lainnya. Untuk model regresi yang baik adalah pada model regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya autokorelasi.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji Durbin Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

1. $0 < d < d_l$, berarti tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya ditolak.
2. $d_l \leq d \leq d_u$, berarti tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya no desicison.
3. $4 - d_l < d < 4$, berarti tidak ada autokorelasi negatif dan keputusannya ditolak.
4. $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$, berarti tidak ada autokorelasi negatif dan keputusannya no desicison.
5. $d_u < d < 4 - d_u$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif dan keputusannya tidak ditolak.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linear berganda di gunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun perumusan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 = Terdapat pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap penggunaan produk (Y).
- H_a =Terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap penggunaan produk (Y).

Disini penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, $\alpha = 0,05$

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) yaitu: Atribut Produk terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016)

Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu Ghazali (2012). Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1 - k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai positif (Gujarati dalam Ghazali, 2012).

b. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang bisa menghasilkan suatu keputusan, yakni suatu keputusan menerima ataupun menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, yang artinya keputusan bisa benar ataupun salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan didalam bentuk probabilitas (Aritonang, 2017)

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji T

Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau bisa dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2012).

Dasar pengambilan keputusan uji T adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig < 0.05 , atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0.05 , atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

2. Uji F

Uji F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, (Ghozali, 2012). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai $\text{sig} < 0.05$, atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai $\text{sig} > 0.05$, atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Atau Dengan membandingkan nilai F tabel dengan F hitung, Apabila $F \text{ tabel} > F \text{ hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, Apabila $F \text{ tabel} < F \text{ hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak litas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016).



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay pada pelanggan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Islam Indonesia dan yang menjadi objek penelitiannya adalah para pelanggan Go-Pay pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menginginkan sampel 100 kuesioner yang sudah di jawab oleh mahasiswa Ekonomi Islam. Teknik tersebut dengan cara penyebaran kuesioner terhadap pelanggan Go-Pay pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.

Kuesioner disebar dengan menggunakan teknik random sampling. Kuesioner tersebut disebar dengan bantuan google form dimana kuesioner akan dibiarkan bisa diakses sampai kuesioner terisi sebanyak 100.

B. Deskripsi Responden

Karakteristik yang digunakan pada pelanggan Go-Pay mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang meliputi umur dan jenis kelamin. Karakteristik tersebut diharapkan dapat memberi gambaran tentang keadaan responden dalam memberikan jawaban-jawaban pada kuesioner. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut;

Tabel 4.1
Karakteristik pelanggan berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
Perempuan	60	60%
Laki-laki	40	40%
Total	100	100%

Table 4.1 menyatakan bahwa pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner di dominasi oleh laki-laki sebesar 40% dan perempuan 60%. Hal ini menyatakan bahwa jawaban kuesioner dari pelanggan bersifat feminine dan ini akan sangat mempengaruhi hasil penelitian.

Tabel 4.2
Karakteristik pelanggan berdasarkan usia

Usia	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
16-25	99	99%
26-35	1	1%
Total	100	100%

Berdasarkan kuesioner yang diperoleh dari 100 pelanggan di peroleh data mengenai usia. Pelanggan yang mengisi kuesioner memiliki persentase 99% berusia 16-25 tahun dan 1% berusia 26-35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa

jawaban kuesioner dari pelanggan akan sangat mempengaruhi hasil dari penelitian yang cenderung Dinamis.

Tabel 4.3

Karakteristik pelanggan berdasarkan angkatan

Angkatan	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
2019	12	12%
2018	21	21%
2017	19	19%
2016	16	16%
2015	18	18%
2014	13	13%
2013	1	1%
Total	100	100%

Berdasarkan kuesioner yang diperoleh dari 100 pelanggan di peroleh data mengenai tingkat angkatan mahasiswa. Pelanggan yang mengisi kuesioner pada angkatan 2019 sebesar 12% ,angkatan 2018 sebesar 21%, angkatan 2017 sebesar 19%, angkatan 2016 sebesar 16%, angkatan 2015 sebesar 18%, angkatan 2015 sebesar 18%, angkatan 2014 sebesar 13% dan angkatan 2013 sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban kuesioner dari pelanggan bersifat merata dan bisa terjangkau ke semua angkatan yang ada pada program studi Ekonomi Islam di Universitas Islam Indonesia.

C. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran kumpulan data dari hasil penelitian yang meliputi mean, deviasi standar, skor terendah dan tertinggi dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.4

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERSEPSI MANFAAT	100	10.00	30.00	21.5700	5.03173
PERSEPSI KEMUDAHAN	100	6.00	25.00	17.6700	3.89523
PENGGUNAAN PRODUK	100	10.00	30.00	20.7600	4.03550

N = Jumlah responden

Variabel persepsi manfaat yang dimiliki pelanggan atas Go-Pay memiliki nilai minimum sebesar 10.00 dan nilai Maksimum 30.00. Nilai Rata-Rata (mean) pengetahuan produk sebesar 21.5700 yang artinya sebagian besar pelanggan memiliki persepsi manfaat yang cukup mengenai Go-Pay. Sedangkan standar deviasi memiliki 5.03173 yang artinya ukuran penyebaran data variable ini 5.03173 dari 100 pelanggan yang di teliti.

Variabel persepsi kemudahan yang dimiliki pelanggan atas Go-Pay memiliki nilai minimum sebesar 6.00 dan nilai Maksimum 25.00. Nilai Rata-Rata (mean) persepsi kemudahan sebesar 17.6700 yang artinya sebagian besar pelanggan memiliki persepsi kemudahan yang cukup mengenai Go-Pay. Sedangkan standar deviasi memiliki 3.89523 yang artinya ukuran penyebaran data variable ini 3.89523 dari 100 pelanggan yang di teliti.

Variabel penggunaan produk yang dimiliki pelanggan atas Go-Pay memiliki nilai minimum sebesar 10.00 dan nilai Maksimum 20.00. Nilai Rata-Rata (mean) penggunaan produk sebesar 20.7600 yang artinya sebagian besar pelanggan memiliki tingkat penggunaan yang cukup mengenai Go-Pay. Sedangkan standar deviasi memiliki 4.03550 yang artinya ukuran penyebaran data variabel ini 4.03550 dari 100 pelanggan yang di teliti.

D. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan model analisis regresi linear berganda. Pengujian dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel yang independen terhadap variabel dependen.

Syarat untuk menggunakan analisis linear berganda ini adalah terpenuhinya asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas dan uji autokorelasi dengan menggunakan software SPSS.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat untuk melihat bahwa data atau sampel yang digunakan dalam penelitian mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov. Jika pada tabel Kolmogorov-Smirnov memiliki nilai sig > 0.05, maka data berdistribusi normal.

TABEL 4.5

Asymp.Sig	0.073
-----------	-------

Data yang berdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Apabila nilai Asymp. Sig. suatu variabel lebih besar dari level of significant 5% (> 0.050) maka variabel tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai Asymp. Sig. suatu variabel lebih kecil dari level of significant 5% (< 0.050) maka variabel tersebut tidak terdistribusi dengan normal (ari apriyono, 2013)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji Normalitas pada pelanggan *Go-Pay* di peroleh nilai Asymp. Sig adalah sebesar 0,173, dengan demikian bisa di simpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal (Ghozali, 2007:92). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat ValueInflation Factor (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$, terjadi multikolinieritas. Dan sebaliknya jika $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas (Wijaya, 2009:119).

Tabel 4.6

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
PERSEPSI MANFAAT	0,166	6,037
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,166	6,037

Variabel Dependent: PENGGUNAAN PRODUK

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai tolerance $\geq 0,1$ atau nilai VIF ≤ 10 maka model persamaan regresi bebas dari gangguan multikolinieritas (Mahir Pradana Avian Reventiary, 2016).

Berdasarkan tabel 4.6 di ketahui bahwa persepsi manfaat menghasilkan data tolerance $0,166 \geq 0,1$ dan VIF menghasilkan data $6,037 \leq 10$ sedangkan persepsi kemudahan menghasilkan data tolerance $0,166 \geq 0,1$ dan VIF menghasilkan data $6,037 \leq 10$. Jadi dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut tidak mempunyai indikasi masalah multikolinieritas sehingga semua variabel independen bisa dimasukkan kedalam penelitian ini dan model regresi tersebut dapat dikatakan baik.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi telah terjadi ketidaksamaan variance dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Priyatno, 2011:296).

Bisa dikatakan bahwa jika nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastitas dan jika nilai sig. < maka dapat dikatakan bahwa terjadi masalah heterokedastitas.

Hasil pengujian heterokedastitas pada penelitian ini menggunakan uji *Glejser* dengan bantuan SPSS. Berikut rangkuman hasil uji heterokedastitas pelanggan:

Tabel 4.7

Model	Sig
PERSEPSI MANFAAT	0,091
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,075

Variabel Dependent: PENGGUNAAN PRODUK

Dari hasil tabel 4.7 bisa disimpulkan bahwa persepsi manfaat mempunyai data 0,091 > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastitas sedangkan persepsi kemudahan mendapat hasil 0,075 > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastitas.

Hasil uji *glejser* pada Tabel 4.7 merupakan hasil heterokedastitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi variabel independen diatas 0,05 ,maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heterokedastitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 atau periode sebelumnya (Ghozali, 2016:107). Alat analisis yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi yaitu dengan menggunakan uji Durbin – Watson (D-W test) (Titik Rahayu Ningsih, 2017).

Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji Durbin Watson (DW)

TABEL 4.8

N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
100	1.723	1.634	1.715	2.366	2.285

N = Jumlah Responden

$$\begin{aligned} \text{Hasil} &= \text{DU} < \text{D} < \text{4-DU} \\ &= 1.715 < 1.723 < 2.285 \end{aligned}$$

Dari hasil tabel 4.8 dihasilkan bahwa D mendapatkan hasil 1.723, DL 1.634, DU 1.715, 4-DL 2.366 dan 4-DU 2.285 . Dari hasil tersebut bisa dinyatakan bahwa semua variabel dan hasil kuesioner tidak terdapat autokorelasi.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun perumusan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 = Terdapat pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap penggunaan produk (Y).
- H_a = Terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap penggunaan produk (Y).
- H_3 = Terdapat pengaruh persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan (X2) terhadap penggunaan produk (Y).

Disini peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, $\alpha = 0,05$

Tabel 4.9

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.085	.501		6.159	.000
	PERSEPSI MANFAAT	.008	.092	.010	.089	.930
	PERSEPSI KEMUDAHAN	1.010	.119	.975	8.493	.000
Variabel Dependent : PENGGUNAAN PRODUK						

Keterangan tTabel=1,984

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui beberapa persen pengaruh yang di berikan variable X secara simultan terhadap variabel Y

Tabel 4.10

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.932	.930	1.06578
Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT				

Berdasarkan tabel 4.10 di ketahui nilai R square sebesar 0,932, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y sebesar 93,2%.

2. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial/sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Uji t dilakukan dengan menggunakan rumus signifikan korelasi

Berdasarkan tabel 4.9 peneliti dapat menguji hipotesis Ho dan Ha menggunakan Uji T, adapun pengujian hipotesi sebagai berikut :

- **Pengujian Hipotesis pertama (Ho)**

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,930 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,089 < t$ tabel $1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y atau dengan kata lain bahwa persepsi manfaat tidak terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk.

Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak manfaat yang akan diterima pelanggan maka belum tentu akan meningkatkan penggunaan Go-Pay. Manfaat Go-Pay dapat diartikan sebagai dampak positif yang diterima pelanggan selama menggunakan Go-Pay. Mengingat salah satu manfaat dari penggunaan Go-Pay adalah pelanggan dapat menghemat biaya pengeluaran. Transaksi pembayaran menjadi lebih cepat daripada menggunakan uang tunai, sehingga dapat menghemat waktu pelanggan. Manfaat lainnya adalah setiap satu kali transaksi pembayaran Go-Pay akan mendapatkan satu token yang digunakan untuk mendapatkan poin. Poin tersebut yang nantinya bisa ditukar dengan berbagai macam voucher. Kemudian, pelanggan mengetahui bahwa perusahaan Go-Jek memberikan banyak promo kepada pelanggan yang menggunakan Go-Pay. Promo tersebut bisa berupa voucher maupun diskon yang didapatkan secara tiba-tiba. Semakin sering pelanggan menggunakan Go-Pay maka semakin banyak kesempatan pelanggan mendapatkan berbagai promo. Manfaat-manfaat tersebut yang membuat pelanggan tertarik dan mendorong para pelanggan untuk menggunakan Go-Pay secara terus menerus. Banyaknya manfaat yang pelanggan terima menjadikan Go-Pay sebagai alat transaksi.

Pada hasil tersebut mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia tidak berfokus pada persepsi manfaat dalam menggunakan Go-

Pay , mahasiswa cenderung tidak memikirkan manfaat yang didapat tetapi lebih cenderung bagaimana dalam penggunaan Go-Pay bisa lebih cepat dan efisien serta lebih mudah dalam melakukan penggunaan aplikasi.

- **Pengujian Hipotesis kedua (Ha)**

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,493 > t$ tabel $1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha di terima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y atau dengan kata lain bahwa persepsi kemudahan terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dimiliki pelanggan maka cenderung meningkatkan penggunaan produk. Persepsi kemudahan merupakan pengetahuan yang harus diketahui oleh pelanggan sebelum menggunakan 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.

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan didalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, (Ghozali, 2012). guna menguji hipotesis ini menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai

berikut :Jika nilai sig < 0,05, atau f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

- Jika nilai sig > 0,05, atau f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4.11

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1502.059	2	751.029	661.183	.000 ^b
	Residual	110.181	97	1.136		
	Total	1612.240	99			
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PRODUK						
b. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT						

Keterangan fTabel = 3,09

- **Pengujian Hipotesis Ketiga**

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X1 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $661,183 > F$ tabel $3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y atau dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap penggunaan produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan yang dimiliki pelanggan maka cenderung meningkatkan penggunaan produk.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada bagian akhir ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil pada temuan hasil penelitian. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk sedangkan persepsi kemudahan terdapat pengaruh terhadap penggunaan produk hal tersebut menandakan bahwa persepsi manfaat belum tentu mempengaruhi minat penggunaan Go-Pay pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia dan begitu juga sebaliknya bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dimiliki pelanggan mahasiswa Ekonomi Islam maka lebih cenderung meningkatkan penggunaan produk.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka dapat diberikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel lebih besar dan tidak hanya pada pelanggan mahasiswa khususnya Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik. Seta Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel pendukung lainnya yang diduga merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay.

DAFTAR PUSTAKA

- Abyan, M. A. (2015). Konsep Penggunaan Financial Technology dalam Membantu Masyarakat Sub Urban di Indonesia dalam Melakukan Transaksi Finansial.
- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Amajida, F. D. (2014). Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan : studi tentang ojek online “Go-jek.”
- ari apriyono. (2013). Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode A . Pendahuluan, *II*, 76–96.
- Aritonang, Y. A. L. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money, (x), 1–17.
- Ayuwardan, R. P. (2018). hitung > tabel, *VII*(1).
- bank indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016.
- Basyar, K. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Bisnis Dan Manajemen*, *8*(2), 204–217.
- Dikdik Herdiana. (2014). Digital Financial Services (Layanan Keuangan Digital): Peluang dan Kemungkinan Penerapannya di Program Kotaku, 1–20.
- Endang Fatmawati. (2015). Technology acceptance model (tam) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan, *0*(01), 1–13.
- Ermawati, N. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan

Sistem, 5(2), 163–174.

Fintech, T. K., & Nizar, M. A. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia, 5–14.

Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay, 04(01), 10–15.

Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan, 9(2), 80–101.

Indra, S., Rofikoh, Z., Indra, S., Rofiqoh, Z., & Syariah, E. Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah, 49–58.

Juniarti, R. P. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Mobile Payment, 526–534.

Mahir Pradana Avian Reventiary. (2016). pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek customade (studi di merek dagang customade indonesia. *Jurnal Manajemen*, 6, 1–10.

Mawarrini, R. I., Afidah, N. L., Pawestri, A. A., & Sidoarjo, U. M. (2017). Original Research Article Identifikasi Pembayaran Bergerak (Mobile Payment) yang Mengganggu (Disruptive) di Indonesia, 1(October), 215–226. <https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1179>

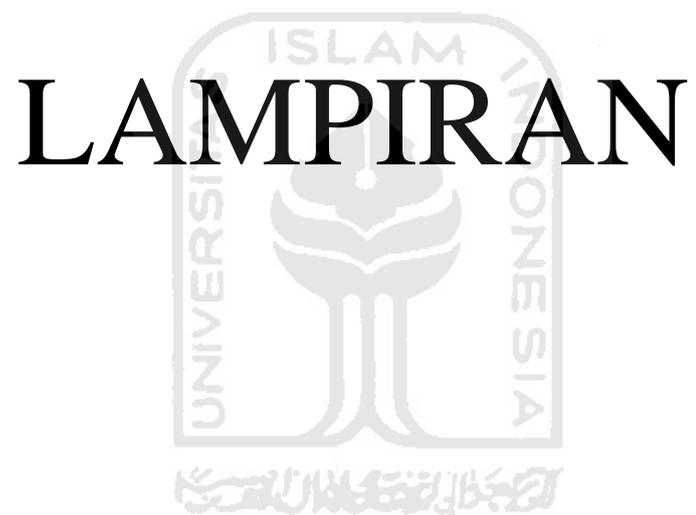
Mayangky, N. A., Hadianti, S., Riana, D., Pascasarjana, P., Komputer, I., & Komputer, I. (2019). Analisis technology acceptance model pada aplikasi platform perdagangan elektronik di kalangan mahasiswa, 12(1).

- Mutia Putri Inayah, M.. analisis pengaruh
reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible terhadap kepuasan
pelanggan Go-Pay pada aplikasi Gojek, 2, 1–10.
- Panggabean, E. V. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money, 2(2),
90–102.
- Priambodo, S., & Prabawani, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan
Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang
) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi
dompet elektronik Go-Pay Anjar, 21(1), 88–106.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rahmaddeni, & Unang Rio. (2014). Rancang Bangun Aplikasi Mobile Electronic
Commerce (E-Commerce) Berbasis Android Unang Rio. *Jurnal SATIN -
Sains Dan Teknologi Informasi*, 3.
- Ristya widi. (2011). uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian epidemiologi
kedokteran gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8, 27–34.
- Risya Nurrohyani. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay
Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Padjadjaran The Effect of Cashback Promotion on OVO and Go-
Pay Against Consumer Behavior of Padjadjaran University Faculty of
Econom, (July).
- Santri Zulaicha. (2016). Pembelian Konsumen Di Morning Bakery.
- Titik Rahayu Ningsih. (2017). Pengaruh bid-ask spread, market value dan
variance return terhadap holding period saham sektor pertambangan yang

listing di bursa efek indonesia (bei) tahun 2011-2015, 5(2014).

Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Kajian Bisnis*, 23(2), 112–120.





LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

KATA PENGANTAR KUESIONER

Dengan hormat,

Perkenankanlah saya MURDI WINARTO Mahasiswa angkatan tahun 2014 program studi EKONOMI ISLAM, UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul “faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Go-Pay pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia”.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 10 maret 2020



Penulis

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- Bacalah semua pertanyaan dengan baik.
- Berilah tanda silang (X) atau tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan.
- Jawablah sesuai dengan pengalaman yang dirasakan setelah Bapak/Ibu/Saudara menggunakan layanan Go-Pay.
- Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Identitas Responden

Umur	<input type="checkbox"/> 16 - 25 Tahun	<input type="checkbox"/> 26 - 35 Tahun
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
Angkatan	<input type="checkbox"/> 2019	<input type="checkbox"/> 2018
	<input type="checkbox"/> 2017	<input type="checkbox"/> 2016
	<input type="checkbox"/> 2015	<input type="checkbox"/> 2014
	<input type="checkbox"/> 2013	

Variabel Penelitian

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

TT : Tidak Tahu (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

KUESIONER PENELITIAN

No.	Variabel Persepsi Manfaat	STS	TS	TT	S	SS
1.	Dengan menggunakan Go-Pay, saya tidak perlu menyiapkan uang tunai untuk pembayaran di Aplikasi Go-Jek					
2.	Go-Pay menghemat waktu saya dalam bertransaksi App Go-Jek					
3.	Saya tidak perlu menunggu Menukarkan uang kecil untuk kembalian transaksi pembayaran					
4.	Saya mengetahui dengan menggunakan Go-Pay, saya dapat menggunakan promo yang ada					
5.	Saya bisa menggunakan Go-Pay layaknya kartu debit					
6.	Saya merasa biaya pembayaran menggunakan Go-Pay lebih murah daripada menggunakan uang tunai					

No.	Variabel Persepsi Kemudahan	STS	TS	TT	S	SS
1.	Saya merasa mudah mengakses Produk yang disediakan					
2.	Saya merasa mudah bertransaksi menggunakan Go-Pay					
3.	Menggunakan Go-Pay saya lebih mudah dalam menjalankan kegiatan saya					
4.	Saya merasa Go-Pay sangat fleksibel untuk digunakan					
5	Saya jarang mengalami kebingungan saat menggunakan Go-Pay					

No.	Variabel Penggunaan Go-Pay pada Pelanggan	STS	TS	TT	S	SS
1.	Saya mengetahui dengan menggunakan Go-Pay, saya mendapatkan poin (Go-Point)					
2.	Saya percaya dengan menggunakan Go-Pay transaksi pembayaran saya lebih praktis					
3.	Saya percaya dengan menggunakan Go-Pay dapat mengurangi transaksi tunai					
4.	Saya percaya dengan menggunakan Go-Pay dapat menghindari saya dari kembalian uang palsu					
5.	Saya mengetahui bahwa saya bisa melakukan pengisian ulang pulsa dengan menggunakan Go-Pay					
6.	Saya merasa sistem yang baik dari penggunaan Go-Pay dapat menjaga reputasi perusahaan					

LAMPIRAN 2

DESKRIPSI RESPONDEN

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
Perempuan	60	60%
Laki-laki	40	40%
Total	100	100%

Deskripsi responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
16-25	99	99%
26-35	1	1%
Total	100	100%

Deskripsi pelanggan berdasarkan angkatan

Angkatan	Jumlah pelanggan	Persentase (%)
2019	12	12%
2018	21	21%
2017	19	19%
2016	16	16%
2015	18	18%
2014	13	13%
2013	1	1%
Total	100	100%

LAMPIRAN 3

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERSEPSI MANFAAT	100	10.00	30.00	21.5700	5.03173
PERSEPSI KEMUDAHAN	100	6.00	25.00	17.6700	3.89523
PENGGUNAAN PRODUK	100	10.00	30.00	20.7600	4.03550
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN 4

UJI KUALITAS DATA

Hasil uji Validitas pelanggan

Variabel	item	rhitung	keterangan
Persepsi manfaat	X1.1	0,943	Valid
	X1.2	0,956	Valid
	X1.3	0,940	Valid
	X1.4	0,947	Valid
	X1.5	0,972	Valid
	X1.6	0,969	Valid
Persepsi kemudahan	X2.1	0,972	Valid
	X2.2	0,936	Valid
	X2.3	0,963	Valid
	X2.4	0,965	Valid
	X2.5	0,966	Valid
Penggunaan Produk	Y1.1	0,929	Valid
	Y1.2	0,938	Valid
	Y1.3	0,944	Valid
	Y1.4	0,940	Valid
	Y1.5	0,909	Valid
	Y1.6	0,927	Valid

Hasil uji Reliabilitas Pelanggan

Variabel	Cronbach Alpha	kesimpulan
Persepsi Manfaat	0,7466	Reliabel
Pesepsi Kemudahan	0,6428	Reliabel
Penggunaan produk	0,6163	Reliabel

LAMPIRAN 5

UJI ASUMSI KLASIK

Hasil uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.993	1.671		3.586	.001		
	PERSEPSI MANFAAT	-.334	.158	-.348	-2.116	.040	.166	6.037
	PERSEPSI KEMUDAHAN	1.285	.177	1.195	7.275	.000	.166	6.037

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PRODUK

Hasil uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.425	.322		-1.319	.190
	PERSEPSI MANFAAT	-.101	.059	-.695	-1.706	.091
	PERSEPSI KEMUDAHAN	-.190	.077	-.313	-1.486	.075

a. Dependent Variable: RES2

Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05495987
Most Extreme Differences	Absolute	.224
	Positive	.174
	Negative	-.224
Test Statistic		.224
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.965 ^a	.932	.930	1.066	1.723

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT

b. Dependent Variable: PENGGUNAAN PRODUK

LAMPIRAN 6

UJI HIPOTESIS

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.085	.501		6.159	.000
	PERSEPSI MANFAAT	.008	.092	.010	.089	.930
	PERSEPSI KEMUDAHAN	1.010	.119	.975	8.493	.000

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PRODUK

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.932	.930	1.06578
a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT				

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1502.059	2	751.029	661.183	.000 ^b
	Residual	110.181	97	1.136		
	Total	1612.240	99			
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PRODUK						
b. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT						

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Trenggalek pada tanggal 30 Desember 1995 sebagai anak tunggal dari pasangan Jiman dan Sutini. Saat ini ia bertempat tinggal di Rt. 21, Rw.04, kecamatan Munjungan, kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Hp: 081228440008. Alamat E-mail: 14423223@students.uui.ac.id. Pendidikan SMU di Tempuh di SMK ISLAM 1 DURENAN, lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2014, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

