

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEGUNAAN  
PENGUNAAN, PERSEPSI RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *GOPAY*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa UII Yogyakarta)**



Diajukan Oleh :

Nama : Nadia Nur Cholifah Rosma

No. Mahasiswa : 15312490

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEGUNAAN  
PENGUNAAN, PERSEPSI RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *GOPAY*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa UII Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

Nama : Nadia Nur Cholifah Rosma

Nomor Mahasiswa : 15312490

Jurusan : Akuntansi

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 28 April 2021

Penulis,



(Nadia Nur Cholifah Rosma)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEGUNAAN  
PENGUNAAN, PERSEPSI RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF**

**TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *GOPAY*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa UII Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Nadia Nur Cholifah Rosma

No. Mahasiswa : 15312490

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 19 April 2021

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEGUNAAN PENGGUNAAN, PERSEPSI  
RISIKO DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UII YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : NADIA NUR CHOLIFAH ROSMA  
Nomor Mahasiswa : 15312490

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

Pada hari, tanggal: **Jumat, 04 Juni 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Hadri Kusuma, Prof. Dr., MBA.

Penguji : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



  
Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## MOTTO

*“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.”*

(Albert Einstein)



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini Saya persembahkan untuk,*

*Kedua orang tuaku*



## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Atas berkat rahmat Allah SWT penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan GOPAY (Studi Kasus Pada Mahasiswa UII Yogyakarta).”** Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi jurusan Akuntansi di Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang tak terhingga kepada hamba-Nya.
2. Nabi besar Muhammad, Rasulullah SAW yang telah memberikan ilmu dan syafaatnya serta mengajarkan manusia dalam kehidupan.
3. Kedua orangtua saya Bapak Rosidin dan Ibu Rumani'ah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat yang begitu luar biasa.
4. Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah



memberikan bimbingan, ilmu, waktu hingga tenaga untuk membantu penulis dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.
6. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Mahmudi, Dr. S.E., M.Si., AK., CMA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi FE UII beserta segenap jajaran pengajar Program Studi Akuntansi.
8. Teman seperjuanganku semasa kuliah Ayu, Vini, Salma, Aditya, Hani, Vita, dan Ari yang selalu membantu dan menghibur.
9. Sahabat semasa SMA sampai sekarang Agung, Michelia, Santo, dan Epol yang sudah mau menampung cerita-ceritaku selama ini. Terimakasih banyak.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat di dalamnya. Sehingga penulis menerima segala saran dan kritik.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	<b>12</b>
2.1 232.2	Landasan Teori
23	
2.2.1 332.2.2	342.2.3
	362.2.4
	Minat
	26
2.2.5	372.3
Hipotesis Penelitian	27
2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan 382.3.2	
Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat	
Menggunakan <i>Gopay</i>	28
2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan 402.3.4	
Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan 422.4	Kerangka
Penelitian	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>32</b>
3.1 Populasi dan Sampel	32

3.2	Metode Pengumpulan Data	32
3.3	Variabel Penelitian	33
3.3.1	Minat Menggunakan 453.3.2	Persepsi Manfaat (X1)
		33
3.3.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	34
3.3.4	Persepsi Risiko (X3)	35
3.3.5	Norma Subjektif (X4)	36
3.4	Teknik Pengujian dan Hipotesis	36
3.4.1	Statistik Deskriptif	36
3.5	Uji Kualitas Data	36
3.5.1	Uji Validasi Data	36
3.5.2	Uji Reliabilitas	37
3.5.3	Pengujian Hipotesis	37
3.5.4	Hipotesa Operasional	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN</b>		<b>40</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data	40
4.2	Analisis Karakteristik Responden	40
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	42
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan	
554.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan	43
4.3	Uji Instrumen	44
4.3.1	Uji Validitas	44
4.3.2	Uji Reliabilitas	48
4.4	Analisa Deskriptif	49
4.5	Analisis Data	50
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	50
4.5.2	Analisis Uji Regresi Berganda	53
4.6	Pembahasan	56

4.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan	69
Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan	70
Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan	71
Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Gopay	59
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Penelitian	61
5.3 Keterbatasan dan Saran	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan <i>Gopay</i>	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Per Bulan	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	46
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Risiko	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.12 Hasil Deskriptif Variabel	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TPB	25
Gambar 2.2 Model TAM	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	50



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini terus menunjukkan perkembangan yang sangat pesat serta menciptakan berbagai kemudahan dalam kehidupan manusia. Beriringan dengan hal tersebut, pola pikir masyarakat juga terus berkembang, serta berimbas pada moda transaksi ekonomi yang terus menunjukkan perubahan ke arah yang lebih efisien. Sistem pembayaran pada saat ini bergeser dari uang tunai menuju penggunaan alat pembayaran dalam bentuk non tunai, hal ini dipicu oleh kecanggihan teknologi informasi yang semakin meningkat. Masyarakat modern yang sadar teknologi lebih memilih menggunakan *E-Wallet* dibandingkan uang tunai. *E-Wallet* merupakan alat pembayaran dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga proses transaksi dapat dilangsungkan melalui perangkat digital. *E-Wallet* atau dompet elektronik ini dinilai mampu menggantikan peranan uang tunai atau *cash* yaitu dengan mengunduh aplikasi di ponsel pintar sehingga proses transaksi dapat berjalan dengan lancar. Semua informasi yang bersifat pribadi, seperti nomor kartu dan alamat rumah akan disimpan ke dalam data *E-Wallet* dengan dilindungi dengan sistem keamanan. Dompet elektronik harus ditautkan dengan kartu kredit atau debit supaya dapat digunakan. Penggunaan *E-Wallet* dapat dikategorikan aman serta minim risiko seperti penipuan apabila dibandingkan dengan kartu kredit atau debit. Hal tersebut disebabkan karena dalam *E-Wallet* akan menyimpan saldo yang tidak

mengharuskan pengguna untuk mencantumkan informasi bank atau kartu kredit saat melakukan transaksi, baik membayar suatu produk atau membayar tagihan.

Sebagai instrumen pembayaran yang relatif baru di Indonesia, *e-money* bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai (Waspada 2012). Secara umum, pembayaran elektronik dalam konteks e-commerce mengacu pada transaksi online yang dilakukan melalui Internet.

Peraturan Bank Indonesia dalam peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 menjelaskan bahwa: “Perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan layanan jasa keuangan yang berkolaborasi dengan teknologi modern atau biasa disebut *financial technology (Fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran”.

Salah satu contoh dari perusahaan yang menyediakan layanan dompet digital ialah Gojek. *Gopay* merupakan salah satu layanan yang mampu perusahaan Gojek tawarkan dalam segi dompet elektronik. Pada awal didirikan, Gojek membuka bisnis transportasi angkutan taksi dan sepeda motor hingga akhirnya melebarkan bisnisnya dengan menawarkan berbagai layanan, satu di antara adalah *Gopay* (Priyono, 2017). *Gopay* merupakan dompet virtual yang dapat difungsikan untuk membayar segala bentuk transaksi dalam aplikasi GoJek. Transaksi tersebut dapat dilakukan mulai dari transportasi (*Go-Ride* dan *Go-Car*), membeli makanan



(*Go-Food*), berbelanja (*Go-Mart* atau *Go-Shop*), mengirim barang (*Go-Send* atau *Go-Box*), membeli pulsa, dan lain sebagainya.

Minat menggunakan aplikasi berbasis *Fintech* dapat dipahami sebagai perilaku konsumen yang memiliki keinginan untuk membeli/memiliki produk tertentu yang didasarkan pada pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau menginginkan suatu produk. Sedangkan Fatmawati (2015) mengungkapkan bahwa minat penggunaan (*behavioral intention*) sistem informasi dilatari oleh adanya keinginan di dalam diri pengguna sistem informasi yang menyebabkan ketergantungan untuk terus menggunakan layanan yang tersedia pada sistem informasi tersebut. Selanjutnya, Pratiwi et al., (2017) mengemukakan indikator yang terdapat pada penilaian minat penggunaan (*behavioral intention*) yang meliputi, adanya niat untuk melakukan transaksi, adanya niat untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta berniat untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan. Minat individu dalam menggunakan *Fintech* mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Teori penerimaan yang digunakan dalam penelitian Ula Rahmatika (2015) adalah teori gabungan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan *Theory of Planned Behavioral* (TPB) yang dikembangkan oleh Azjen (1991).

Penelitian sebelumnya sudah banyak yang meneliti tentang minat menggunakan sebuah teknologi di antaranya penelitian yang dilakukan oleh *Hyun-Sun Ryu* (2017), *Kuo-Chuen dan Teo* (2015), *Dekar Urumsah* 2015, *Yudhi & Novi* (2015), *Alifyani & Achmad Fauzi* (2018), *Andhika Bayu Pratama & I Dewa Gede*

Suputra (2019), Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019), Arsita Ika Adiyanti (2015), Ula Rahmatika (2019), Indriastuti & Wicaksono (2014), Parastiti et al., (2015), Utami (2017), Shomad (2012), Weng, Yang, Ho, & Su (2018) dan Rahmatika & Fajar (2019). Berdasarkan penelitian yang telah dilangsungkan tersebut, diperoleh bukti bahwa berbagai faktor seperti *perceived risk*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, *social influence*, *seamless transaction*, *financial risk*, *legal risk*, *security risk*, *Effort Expectancy*, persepsi kontrol perilaku, tingkat kepercayaan, sikap dan norma subjektif mampu memengaruhi minat menggunakan transaksi.

Penelitian sebelumnya sudah banyak yang meneliti tentang minat menggunakan sebuah teknologi di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Hyun-Sun Ryu (2017), Kuo-Chuen dan Teo (2015), Dekar Urumsah (2015), Yudhi & Novi (2015), Alifiyani Krisna Ayu M & Achmad Fauzi, Andhika Bayu Pratama & IDewa Gede Dharma Suputra (2019), Leony Joan & Tony Sitinjak (2019), Arsita Ika Adiyanti (2015), Ula Rahmatika (2019), Indriastuti & Wicaksono (2014), Purwiati (2013), Parastiti et al., (2015), Utami & Kusumawati (2017), Shomad, 2012, dan Rahmatika & Fajar (2019). Berdasarkan penelitian yang telah dilangsungkan tersebut, didapati bahwa sejumlah faktor seperti, *perceived risk*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, *social influence*, *seamless transaction*, *financial risk*, *legal risk*, *security risk*, *Effort Expectancy*, persepsi kontrol perilaku, tingkat kepercayaan, sikap dan norma subjektif dapat memengaruhi minat menggunakan transaksi.

Faktor yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* salah satunya adalah *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat). *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat)

dapat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin pada penggunaan sistem informasi tertentu akan membawa peningkatan pada kinerjanya. Berdasarkan pemaparan tersebutlah diketahui bahwa persepsi kemanfaatan adalah bentuk dari kepercayaan konsumen perihal proses ketika hendak menentukan keputusan. Kepercayaan ini akan mengakibatkan calon konsumen akan memutuskan untuk menggunakan produk maupun layanan tersebut, akan tetapi sebaliknya, apabila calon konsumen ragu atau tidak percaya bahwa produk atau layanan tersebut mendatangkan manfaat, maka calon konsumen dapat memutuskan untuk tidak menggunakan produk atau layanan tersebut. Seperti yang sudah diteliti oleh Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019), Parastiti et al., (2015), Utami & Kusumawati (2017), Shomad (2012), Indriastuti & Wicaksono (2014), Purwiati (2013), Adiyanti (2015), dan Adhinagari (2018) dan Aditya & Wardhana (2016) yang mengatakan bahwa *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) secara langsung, positif, serta signifikan dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital. Namun hal itu berbeda dengan hasil penelitian Ikram Dastan (2016) yang menjelaskan bahwa tidak ada efek dari persepsi manfaat terhadap penggunaan layanan pembayaran *mobile*. Hadirnya beragam manfaat pada produk baru jelas akan meningkatkan ketertarikan pengguna dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi berbasis *Fintech*. Semakin besar manfaat yang ditawarkan sebuah produk baru, maka ketertarikan dan minat juga akan semakin tinggi, baik produk yang dikeluarkan oleh perbankan atau tidak.

*Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) didefinisikan sebagai tahapan dalam mempercayakan teknologi ataupun sistem yang dilihat

dengan kemudahan dalam mengaplikasikannya serta memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan pendapat Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai: seberapa besar ekspektasi para pengguna terhadap produk atau layanan yang menerapkan sistem informasi. Davis turut menguraikan indikator di dalam persepsi kemudahan penggunaan di antaranya : mudah dipelajari (*easy to learn*), bisa dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin tinggi apabila terdapat kemudahan dalam penggunaannya. Hal tersebut disebabkan karena mempelajari lagi cara penggunaan produk baru akan memakan waktu dan tenaga, oleh karenanya minat seseorang pada suatu produk baru akan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang ditawarkan.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019), Ikhwan Tri Utomo (2018), Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016), Saputro & Sukirno (2013), Adiyanti (2015), Fitria Magdalena Suprpto (2014), Rahmatika et al., (2019), Purwiati (2013), Adiyanti (2015), Adhinagari (2018), Aditya & Wardhana (2016), dan Aulianto et al., (2019), yang mengatakan bahwa *Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) berpengaruh secara signifikan dalam memengaruhi minat seseorang. Namun terdapat sanggahan oleh Destianti et al., (2019) karena menurutnya, pada suatu produk yang berbasis *software* masih diperlukan jaringan untuk dapat bertransaksi.

Kita sering menemui suatu kondisi saat akan bertransaksi, jaringan provider tidak mendukung, sehingga menyulitkan transaksi tersebut. Hal tersebut tentu tidak sejalan terhadap definisi persepsi kemudahan penggunaan seperti yang dipaparkan sebelumnya, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi baru akan bebas dari usaha.

*Perceived Risk* (Persepsi risiko) didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dari konsumen terkait adanya ambiguitas serta risiko yang tentunya tidak dikehendaki ketika tengah menggunakan sebuah produk maupun layanan tertentu. Menurut Pavlou (2003) terdapat beberapa indikator yang berfungsi untuk melakukan pengukuran pada persepsi risiko, yaitu adanya sebuah risiko tertentu, ada kerugian yang dialami, dan pemikiran bahwa berisiko. Beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan *Gopay*. Penelitian tersebut di antaranya dilangsungkan oleh Miliani & Indriani (2013), Priambodo & Prabawani (2016) dan Priyono (2017). Mengacu pada hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan layanan uang elektronik dipengaruhi oleh minimnya kemungkinan risiko yang ditanggung oleh pengguna. Semakin tinggi risiko yang harus ditanggung maka minat dalam memanfaatkan layanan uang elektronik tersebut semakin merosot dan begitu pula sebaliknya.

Norma subjektif (*subjective norm*) dapat dipahami sebagai suatu bentuk paksaan dari lingkungan di sekitarnya berdasarkan rasa percayanya orang lain sehingga dapat berpengaruh terhadap minat ataupun ketertarikan individu yang menerima tekanan tersebut yang mengakibatkan adanya pertimbangan ulang untuk

mengikuti anjuran tersebut atau bahkan sebaliknya. Ula Rahmatika & Muhammad Andryzal Fajar (2019) telah melangsungkan penelitian terkait norma subjektif yang memperoleh sebuah temuan bahwa minat dalam menggunakan aplikasi berbasis *Fintech* mendapatkan pengaruh yang signifikan dari variabel norma subjektif. Namun pernyataan tersebut disanggah oleh Restu Guriting & Zaki Baridwan (2013) yang mengemukakan bahwa perbedaan usia mengakibatkan tidak konsistennya hasil penelitian. Seseorang yang masih muda akan cenderung mudah untuk dipengaruhi oleh lingkungan karena kepribadiannya belum matang sempurna. Berbeda dengan seseorang yang memiliki usia di atas 40 tahun, mereka akan cenderung matang dalam hal kepribadiannya sehingga tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungan. Oleh karenanya, pernyataan dari orang di lingkungannya tidak akan memberikan pengaruh pada minatnya menggunakan aplikasi *Gopay*.

Berdasarkan saran yang diperoleh pada penelitian sebelumnya beserta temuan akan kelemahan penelitian tersebut, fokus di dalam penelitian ini adalah pada variabel yang tidak konsisten beserta menerapkan saran yang diberikan oleh peneliti sebelumnya yang di antaranya ialah : persepsi manfaat dari peneliti Ikram Dastan (2016), persepsi kemudahan pengguna dari peneliti Destianti et al., (2016), persepsi risiko dan peneliti Miliani & Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017), norma subjektif dari penelitian Restu Guriting & Zaki Baridwan (2013). Pada penelitian ini menurut saran dari peneliti Yudhi (2015) akan berfokus pada salah satu golongan masyarakat yang kemungkinan lebih banyak memakai *Gopay*. Dengan ini maka penulis melakukan penelitian kepada mahasiswa

Universitas Islam Indonesia yang sudah menggunakan *Gopay* selama 6 bulan atau lebih.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan *Gopay* (Studi Kasus pada Mahasiswa UII Yogyakarta)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini berupa:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat untuk penggunaan *Gopay*?
2. Apakah persepsi kemudahan kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk penggunaan *Gopay*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *Gopay*?
4. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan *Gopay*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *Gopay*.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *Gopay*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *Gopay*.
4. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat penggunaan *Gopay*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Fokus di dalam penelitian ini meliputi variabel yang tidak konsisten beserta memperhatikan saran yang telah diberikan oleh peneliti yang sebelumnya pernah melangsungkan penelitian ini yang di antaranya menyarankan : persepsi manfaat dari peneliti Ikram Dastan (2016), persepsi kemudahan pengguna dari peneliti Destianti et al., (2016), persepsi risiko dan peneliti Miliani & Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017), norma subjektif dari penelitian Restu Guriting & Zaki Baridwan (2013). Pada penelitian ini menurut saran dari peneliti Yudhi (2015) akan berfokus pada salah satu golongan masyarakat yang kemungkinan lebih banyak memakai *Gopay*.

2. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan sumber literatur bagi penelitian selanjutnya.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1**    *Literature Review*

Teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini terus menunjukkan perkembangan yang sangat pesat serta menciptakan berbagai kemudahan dalam kehidupan manusia. Beriringan dengan hal tersebut, pola pikir masyarakat juga terus berkembang, serta berimbas pada moda transaksi ekonomi yang terus menunjukkan perubahan ke arah yang lebih efisien. Sistem pembayaran pada saat ini bergeser dari uang tunai menuju penggunaan alat pembayaran dalam bentuk non tunai, hal ini dipicu oleh kecanggihan teknologi informasi yang semakin meningkat. Masyarakat modern yang sadar teknologi lebih memilih menggunakan *E-Wallet* dibandingkan uang tunai. *E-Wallet* adalah kartu pembayaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi di dalamnya sehingga dinilai dapat menggusur peran dari uang tunai dalam melangsungkan transaksi. *E-Wallet* tersimpan dalam perangkat *smartphone* atau seluler sebagai sebuah aplikasi. *E-Wallet* menyimpan data pribadi para penggunanya, seperti nomor di kartu kredit, bahkan alamat pengguna ketika akan melakukan penagihan. Dompet elektronik harus ditautkan dengan kartu kredit atau debit supaya dapat digunakan. Dengan adanya data yang tersimpan pada sistem perangkat lunak *e-wallet*, para konsumen dapat mengakses *e-wallet* dalam melangsungkan transaksinya. Penggunaan *E-Wallet* dapat dikategorikan aman serta minim risiko seperti penipuan apabila dibandingkan dengan kartu kredit atau debit. Hal tersebut disebabkan karena *e-wallet* menerapkan sistem saldo uang di dalamnya

yang menyebabkan pemberian informasi akan akun bank atau kartu kredit tidak diperlukan lagi.

Sebagai instrumen pembayaran yang relatif baru di Indonesia, *e-money* bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai (Waspada, 2012). Secara umum, pembayaran elektronik dalam konteks e-commerce mengacu pada transaksi online yang dilakukan melalui Internet.

Peraturan Bank Indonesia dalam peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 (Bank Indonesia, 2016) menjelaskan bahwa: “Perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan layanan jasa keuangan yang berkolaborasi dengan teknologi modern atau biasa disebut *financial technology (Fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran”.

*Gopay* merupakan layanan *e-wallet* yang ditawarkan oleh salah satu perusahaan karya anak bangsa, Gojek. Diawali dengan berbisnis transportasi, Gojek mulai melebarkan sayapnya kepada berbagai layanan, salah satunya ialah *Gopay* (Priyono, 2017). *Gopay* merupakan dompet virtual yang dapat difungsikan untuk membayar segala bentuk transaksi dalam aplikasi Gojek. Transaksi tersebut dapat dilakukan mulai dari transportasi (*Go-Ride* dan *Go-Car*), membeli makanan (*Go-Food*), berbelanja (*Go-Mart* atau *Go-Shop*), mengirim barang (*Go-Send* atau *Go-Box*), membeli pulsa, dan lain sebagainya.

Minat menggunakan aplikasi berbasis *Fintech* dapat dipahami sebagai perilaku konsumen yang memiliki keinginan untuk membeli/memiliki produk tertentu yang didasarkan pada pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau menginginkan suatu produk. Akan tetapi Fatmawati (2015) mengungkapkan bahwa minat penggunaan (*behavioral intention*) sistem informasi adalah keinginan yang terpendam di dalam diri tiap calon konsumen dalam memanfaatkan sistem informasi yang kemudian menyebabkan rasa untuk terus menerus mengeksplorasi sistem informasi tersebut. Selanjutnya, Pratiwi, Indriani & Sugiarto (2017) merumuskan indikator di dalam minat penggunaan (*behavioral intention*) yang di dalamnya terdiri dari : keinginan untuk melangsungkan transaksi, berpotensi untuk memberikan rekomendasinya kepada orang lain, dan terus menerus memilih untuk menggunakan produk atau layanan tersebut. Minat individu dalam menggunakan *Fintech* mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Teori penerimaan yang digunakan dalam penelitian Ula Rahmatika (2015) adalah teori gabungan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan *Theory of Planned Behavioral* (TPB) yang dikembangkan oleh Azjen (1991).

Penelitian sebelumnya sudah banyak yang meneliti tentang minat menggunakan sebuah teknologi di antaranya penelitian yang dilakukan oleh *Hyun-Sun Ryu* (2017), Kuo-Chuen dan Teo David (2015), Dekar Urumsah (2015), Yudhi & Novi (2015), Alifyani Krisna Ayu M & Achmad Fauzi (2018), Andhika Bayu Pratama & I Gede Dharma Suputra (2019), Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019),

Arsita Ika Adiyanti (2015), Ula Rahmatika (2019), Indriastuti & Wicaksono (2014), Purwiati (2013), Parastiti et al., (2015), Utami & Kusumawati (2017), Shomad (2012), dan Rahmatika & Fajar (2019) memperoleh bukti dari proses penelitian yaitu adanya pengaruh yang disebabkan oleh serangkaian faktor yang diantaranya, *perceived risk*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, *social influence*, *seamless transaction*, *financial risk*, *legal risk*, *security risk*, *Effort Expectancy*, persepsi kontrol perilaku, tingkat kepercayaan, sikap dan norma subjektif terhadap minat dalam memanfaatkan sebuah sistem untuk bertransaksi.

Faktor yang memengaruhi minat menggunakan suatu teknologi salah satunya adalah *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat). *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) dapat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin pada pemanfaatan suatu sistem informasi akan turut meningkatkan kinerja. Beranjak dari pengertian ini dapat dilihat bahwa persepsi kemanfaatan adalah bentuk dari rasa percaya ketika hendak menentukan sebuah keputusan. Semakin bermanfaat sebuah produk atau layanan akan memperbesar pula potensi untuk konsumen menggunakan produk atau layanan tersebut dan begitu pula sebaliknya. Seperti yang sudah diteliti oleh Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019), Parastiti et al. (2015), Utami & Kusumawati (2017), Shomad (2012), Purwiati (2013), Adiyanti (2015), Adhinagari (2018), Krisna Putra Yutadi (2014) dan Aditya & Wardhana (2016) yang mengatakan bahwa *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) dapat memengaruhi minat penggunaan layanan transaksi digital secara spontan, positif, dan signifikan. Namun hal itu berbeda dengan hasil penelitian Ikram Dastan (2016) yang menjelaskan bahwa tidak ada efek dari persepsi manfaat terhadap penggunaan

layanan pembayaran mobile. Hadirnya beragam manfaat pada produk baru jelas akan meningkatkan ketertarikan pengguna dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi berbasis *Fintech*. Semakin besar manfaat yang ditawarkan sebuah produk baru, maka ketertarikan dan minat juga akan semakin tinggi, baik produk yang dikeluarkan oleh perbankan atau tidak.

*Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) diartikan sebagai suatu tahapan dalam memberikan kepercayaan konsumen kepada teknologi dalam mengaplikasikan teknologi tersebut di kehidupan sehari-hari serta teknologi tersebut juga memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan pendapat Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai : seberapa jauh harapan konsumen akan sebuah upaya yang harus dialokasikan dalam memanfaatkan suatu sistem. Davis (1989) menguraikan indikator di dalam persepsi kemudahan penggunaan : mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Kemudahan yang ditawarkan suatu teknologi akan berpengaruh terhadap minat seseorang ketika hendak menggunakan produk terbaru. Hal ini disebabkan produk yang termutakhir tersebut mudah sekali dalam penggunaannya sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga para pengguna dalam mempelajari teknologi tersebut. Sehingga terlihat bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Pemaparan ini mendapatkan dukungan dari penelitian yang pernah Leoni Joan & Tony Sitinjak (2019), Ikhwan Tri Utomoe

(2018), Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016), Saputro & Sukirno (2013), Arsita Ika Adiyanti (2015), Fitria Magdalena Suprpto (2014), Rahmatika et al., (2019), Purwiati (2013), Adiyanti (2015), Adhinagari (2018), Aditya & Wardhana (2016), dan Aulianto et al., (2019) lakukan, yang mengatakan bahwa *Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) berpengaruh secara signifikan dalam memengaruhi minat seseorang. Namun terdapat sanggahan oleh Destianti et al., (2019) karena pada suatu produk yang berbasis *software* masih diperlukan jaringan untuk dapat bertransaksi. Kita sering menemui suatu kondisi saat akan bertransaksi, jaringan provider tidak mendukung, sehingga menyulitkan transaksi tersebut. Hal tersebut tentu bertentangan terhadap definisi persepsi kemudahan penggunaan yang telah dijelaskan di atas, yaitu seberapa besar kepercayaan yang diberikan oleh seseorang akan pernyataan bahwa teknologi termutakhir akan meminimalisir tenaga yang harus dialokasikan.

*Perceived Risk* (Persepsi risiko) didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dari konsumen terkait adanya ambiguitas dan risiko yang di luar kehendak pengguna ketika tengah menggunakan sebuah produk atau layanan. Menurut Pavlou (2003:77) terdapat beberapa indikator yang berfungsi untuk melakukan pengukuran pada persepsi risiko, yaitu adanya sebuah risiko tertentu, ada kerugian yang dialami, dan pemikiran bahwa berisiko. Beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan *Gopay*. Penelitian tersebut di antaranya dilakukan oleh (Miliani & Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017), Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016).

Mengacu pada hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa rendahnya persepsi risiko pengguna akan berpengaruh terhadap meningkatnya minat atas penggunaan layanan uang elektronik, dan begitu pula sebaliknya.

Norma subjektif (*subjective norm*) dapat dipahami bahwa datangnya dari lingkungan sekitarnya yang dapat memberikan pengaruh yang didasari pada rasa percaya individu lain sehingga individu yang dipengaruhi dapat mempertimbangkan ulang untuk menggunakan sebuah produk atau layanan. Penelitian terkait norma subjektif terhadap minat dilakukan oleh Ajam & Nor (2013) dan Rahmatika & Fajar (2019), yang menunjukkan bahwa secara signifikan norma subjektif akan memengaruhi minat pemakaian aplikasi berbasis *Fintech*. Namun pernyataan tersebut disanggah oleh Restu Guriting Panggalih & Zaki Baridwan (2013) yang mengemukakan bahwa perbedaan usia mengakibatkan tidak konsistennya hasil penelitian. Seseorang yang masih muda akan cenderung mudah untuk dipengaruhi oleh lingkungan karena kepribadiannya belum matang sempurna. Berbeda dengan seseorang yang memiliki usia di atas 40 tahun, mereka akan cenderung matang dalam hal kepribadiannya sehingga tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungan. Oleh karenanya, pernyataan dari orang di lingkungannya tidak akan memberikan pengaruh pada minatnya menggunakan aplikasi *Gopay*.

Ketertarikan atau minat dalam menggunakan uang elektronik dipengaruhi secara positif oleh tingkat kepercayaan. Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh konsumen atau individu yang menggunakan suatu teknologi informasi dalam menekan kompleksitas sosial sehingga mampu mengatasi permasalahan yang di

luar kehendak yang kemungkinan dapat terjadi. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna akan semakin tenang dalam menggunakan suatu produk uang elektronik apabila penyedia layanan dompet elektronik/*E-Wallet* dapat dipercaya. Bukti yang didapatkan berdasarkan penelitian ini disokong oleh Adiyanti (2015), Adhinagari (2018), Andhika Bayu Pratama & I Dewa Gede Dharma Suputra (2019), Dekar Urumsah (2015) dan Listianti (2018) yang memperlihatkan bahwa secara signifikan dan positif tingkat kepercayaan dapat memengaruhi minat pengguna teknologi informasi. Minat seseorang ketika memakai sebuah produk terbaru juga secara seksama dipengaruhi oleh kepercayaan yang tinggi dari dalam dirinya. Dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat keamanan beserta kenyamanan dalam bertransaksi secara *online* akan memengaruhi tingkat keinginan serta kemampuan para konsumen untuk melaksanakan hal tersebut yang kemudian mengakibatkan tingkat kepercayaan pengguna terus meroket (Adiyanti, 2015).

Persepsi kontrol perilaku dalam konteks sistem teknologi informasi menurut Taylor dan Todd (1995) yaitu persepsi konstruk internal dan eksternal dari sebuah perilaku atau tindakan. Kontrol ini menjabarkan terkait pengalaman pada masa lalu dan rintangan yang ada. Apabila sikap dan norma subjektif pada perilaku semakin baik, lalu ditambah dengan persepsi kontrol perilaku juga semakin kuat pada diri seseorang, maka minat orang tersebut untuk melakukan sebuah perilaku yang sedang dipertimbangkan akan semakin besar. Terdapat penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan hasil yang mirip, bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki



pengaruh pada minat menggunakan teknologi informasi. Penelitian yang dimaksud yaitu penelitian yang dilakukan oleh dan Yudhi & Novi (2015).

Pengaruh sosial adalah gagasan eksplisit atau implisit bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara di mana mereka percaya orang lain akan melihat mereka sebagai akibat dari telah menggunakan teknologi. Semakin menguntungkan pengaruh sosial sehubungan dengan perilaku, semakin kuat niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Azjen, 1991).

Risiko keamanan (*security risk*) didefinisikan sebagai potensi kerugian karena penipuan atau *hacking* yang memengaruhi keamanan transaksi keuangan *Fintech*. Penipuan dan gangguan *hacker* dapat menyebabkan kerugian moneter pengguna dan melanggar pengguna privasi, yang merupakan perhatian utama dari banyak penggunaan online dan mobile. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hyun-Sun Ryu (2017) bahwa ini juga meningkatkan risiko yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi berbasis *Fintech*.

Pengaruh sosial (*Social Influence*) dapat dipahami sebagai pengaruh yang berasal dari orang penting di lingkungan sekitar individu yang menyarankan untuk menggunakan sebuah sistem. Orang penting yang dimaksud adalah keluarga, pasangan, sahabat, dan lain sebagainya (Junadi & Sfenrianto, 2015). Pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial mempunyai peran penting, pengaruh sosial yang dimaksud adalah orang-orang penting di sekitar kita yang sudah menggunakan *Gopay* orang-orang penting yang mendukung dan

merekomendasikan *Gopay* untuk digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dekar Urumsah (2015).

Ekspektasi Kinerja (*Effort Expectancy*) dapat dipahami sebagai sebuah persepsi pada seseorang mengenai penggunaan sebuah sistem, selain itu juga mengacu pada tingkat kompleksitas sistem yang mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, sehingga tidak dibutuhkan lagi kemampuan khusus bagi yang akan menggunakannya Junadi & Sfenrianto (2015). *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay*. Ini menyimpulkan bahwa, kemudahan *Gopay* untuk dipahami dan digunakan mempunyai pengaruh ke minat penggunaan, dalam artian pengguna yang memakai *Gopay* tidak membutuhkan effort lebih atau skill khusus untuk bisa menggunakan *Gopay*. Selain itu dapat disimpulkan bahwa cara kerja/alur penggunaan *Gopay* mudah dipahami, sehingga pengguna mau menggunakan *Gopay*.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan di atas, menunjukkan hasil bahwa faktor tersebut konsisten yaitu norma subjektif, tingkat kepercayaan, persepsi kontrol perilaku, dan *Effort Expectancy*.

Faktor yang tidak konsisten akan hasil penelitiannya seperti persepsi manfaat dari peneliti Ikram Dastan (2016), persepsi kemudahan pengguna dari peneliti Destianti, et.al (2016), persepsi risiko dan peneliti Miliani dan Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), Priyono (2017), dan Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016), norma subjektif dari penelitian Restu Guriting

Panggalih & Zaki Baridwan (2013). Hasil penelitian ini dikatakan tidak konsisten karena ada beberapa penelitian yang mendukung dan ada yang tidak mendukung faktor tersebut menjadi pengaruh terhadap minat menggunakan *Gopay*.

Berdasarkan saran dan kelemahan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini akan berfokus pada variabel yang tidak konsisten dan atas saran yang diberikan oleh peneliti sebelumnya meliputi: persepsi manfaat dari peneliti Ikram Dastan (2016), persepsi kemudahan pengguna dari peneliti Destianti et al., (2016), persepsi risiko dan peneliti Miliani & Indriani (2013), Priambodo & Prabawani (2016), Priyono (2017), dan norma subjektif dari penelitian Restu Guriting Panggalih & Zaki Baridwan (2013). Pada penelitian ini menurut saran dari peneliti Yudhi & Novi (2015) akan berfokus pada salah satu golongan masyarakat yang kemungkinan lebih banyak memakai *Gopay*.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 *Fintech***

*Fintech* berasal dari istilah teknologi keuangan. Menurut The National digital Research Center (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan teknologi sebagai inovatif Layanan in financial atau inovasi dalam keuangan Layanan yang merupakan inovasi di sektor keuangan yang memiliki sentuhan teknologi modern. Rencana keuangan dan perbandingan produk keuangan. Saat ini ada 142 perusahaan yang terlibat dalam bidang *Fintech* yang teridentifikasi. Keuangan Teknologi (*Fintech*) adalah penerapan informasi teknologi di bidang jasa keuangan. Menurut Pusat Penelitian digital nasional, *Fintech* adalah Jasa Keuangan. Inovasi

dalam hal ini adalah teknologi modern yang dapat membawa modal proses transaksi lebih mudah dan lebih praktis. Ini pertama kali muncul di 2004 yang merupakan model keuangan dari Zopa dalam UK sebagai lembaga keuangan yang beroperasi sebagai uang Layanan pinjaman dan kemudian model keuangan.

### **2.2.2 Theory of Planned Behaviour (TPB)**

*Theory of Planned Behavior* dikembangkan oleh Azjen (1991). *Theory of Planned Behavior* (TPB) dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model TPB menyebutkan bahwa niat dapat memengaruhi seseorang menggunakan *Gopay* atau tidak. Pada teori ini, sikap dan norma subjektif dikatakan memiliki pengaruh pada minat dan unsur pengendalian persepsi perilaku sebagai faktor tambahan yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay*. Inti dari TPB adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat itu disebabkan oleh tiga faktor, yaitu:

1. *Attitude toward the behavior* adalah suatu keyakinan akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi terhadap hasil yang ditimbulkan perilakunya. Keyakinan ini yang nantinya akan membentuk sikap dalam menanggapi perilaku.
2. Norma subjektif (*subjective norm*) diartikan sebagai tekanan sosial yang didasari dari kepercayaan orang lain yang dapat memengaruhi minat sehingga ia mempertimbangkan kembali apakah akan melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

3. *Perceived behavioral control* atau disebut juga *control belief* adalah persepsi individu mengenai hadirnya sesuatu yang mendukung atau menghambat sebuah perilaku, serta persepsinya mengenai seberapa besar hal tersebut dapat memengaruhi perilakunya.



**Gambar 2.1**  
**Model TPB**

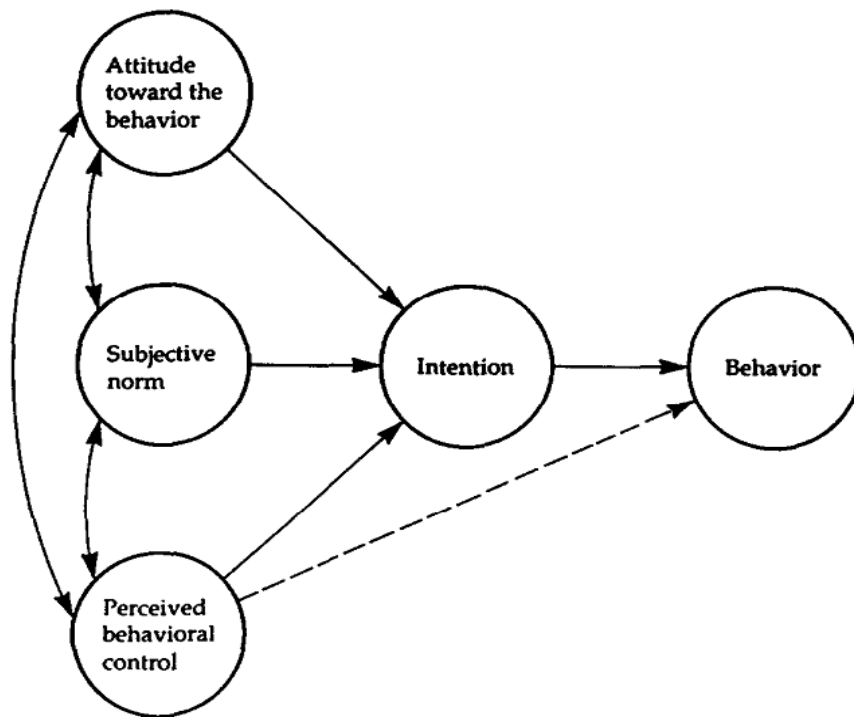


FIG. 1. Theory of planned behavior.

### 2.2.3 Theory of Acceptance Model (TAM)

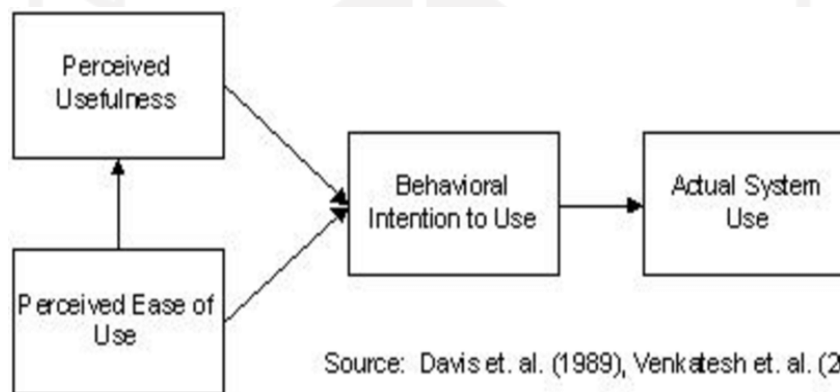
*Theory of Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, TAM ini merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action (TRA)*. Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi dengan kepercayaan, sikap, minat dan hubungan perilaku pengguna sebagai faktor penjelasnya. TAM menambahkan dua konstruk dalam TRA, yaitu :

1. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan tingkat seseorang memercayai bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja.

2. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat seseorang memercayai bahwa dengan menggunakan teknologi dapat memudahkan menyelesaikan suatu pekerjaan.

Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor penentu diterimanya sebuah teknologi dan kemudian menjelaskan perilaku penggunanya

**Gambar 2.2**  
**Model TAM**



#### 2.2.4 Minat

Minat didefinisikan sebagai suatu keinginan untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Davis (1989), minat muncul karena adanya keinginan dan kesukaan dalam melakukan kegiatan dan memberikan sesuatu hal yang positif. Minat dapat digunakan sebagai prediksi seseorang dalam berperilaku.

#### 2.2.5 Gopay

*Gopay* adalah fitur pembayaran yang ada pada aplikasi Gojek. *Gopay* adalah dompet elektronik yang dikeluarkan oleh PT. DAB dan dikendalikan oleh Bank

Indonesia. *Gopay* memiliki fungsi yang sama dengan uang fisik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang nilainya setara dengan nilai tunai yang disimpan dalam akun *Gopay*. Saat ingin menggunakan *Gopay* harus memiliki akun *Gopay* yang dibuat berdasarkan informasi yang diberikan pada saat proses pendaftaran. *Gopay* memiliki layanan *Top-up*, *Payment*, dan *Transfers of Funds*.

*Top-up* adalah layanan untuk mengisi saldo *Gopay* melalui driver Gojek atau melalui transfer bank tertentu.

*Payment* (pembayaran) dilakukan *Gopay* untuk membayar tagihan transaksi yang digunakan pada aplikasi Gojek dan juga membayar transaksi pada pelaku bisnis yang telah bekerjasama dengan *Gopay*.

*Transfers of Funds* adalah layanan yang tersedia di *Gopay* untuk mentransfer dana ke akun *Gopay* lainnya.

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

Persepsi Manfaat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin pada penggunaan sistem informasi tertentu akan membawa peningkatan pada kinerjanya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa persepsi kemanfaatan merupakan sebuah kepercayaan mengenai proses dalam mengambil keputusan. Apabila seseorang percaya pada suatu sistem akan membawa manfaat/guna, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang percaya pada suatu sistem tidak akan membawa manfaat/guna, maka ia juga tidak akan menggunakannya.



Manfaat produk baru yang banyak akan meningkatkan minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan *Gopay*. Dalam jurnal yang ditulis oleh Priyono (2017) bahwa persepsi manfaat menunjukkan penilaian subjektif dari kegunaan yang ditawarkan oleh aplikasi *Gopay* untuk mempermudah mendapatkan layanan yang diinginkan. Ketika produk tersebut dirasa bermanfaat, maka akan banyak pengguna akan tertarik untuk menggunakannya.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Aditya & Wardhana (2016) yang mengatakan bahwa *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan *Gopay*.

**H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*.**

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

*Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) dapat dipahami sebagai sebuah tingkatan di mana pengguna mempercayai bahwa teknologi atau sistem mudah dalam penggunaannya dan jauh dari masalah. Berdasarkan pendapat Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai: Tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Terdapat indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis yaitu: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and*

*understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan sistem pembayaran elektronik seperti *Gopay* memberikan kemudahan bagi pengguna apabila langkah-langkah penggunaan *Gopay* lebih efisien dan tidak rumit. *Gopay* adalah dompet elektronik yang tersistem dalam aplikasi Gojek sehingga penggunanya hanya akan mengklik tombol yang sudah disediakan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin tinggi apabila terdapat kemudahan dalam penggunaannya.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika et al., (2019) dan Aulianto et al., (2019), yang mengatakan bahwa *Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi minat seseorang.

**H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*.**

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

*Perceived Risk* (Persepsi risiko) didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dari konsumen terkait ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Pavlou (2003) terdapat beberapa indikator yang berfungsi untuk melakukan pengukuran pada

persepsi risiko, yaitu adanya sebuah risiko tertentu, ada kerugian yang dialami, dan pemikiran bahwa berisiko.

Dalam sistem pembayaran secara daring contohnya *Gopay*, ketika pengguna merasakan bahwa risiko penggunaannya rendah maka akan timbul kesediaan dalam menggunakan sistem tersebut. Semakin pengguna *Gopay* merasa bahwa risiko yang ditimbulkan rendah maka akan semakin banyak pengguna *Gopay* yang akan menggunakan pembayaran tersebut. Banyak pengguna pembayaran secara daring memilih melakukan transaksi secara daring ketika sistem/aplikasi tersebut menguntungkan.

Penelitian sebelumnya beberapa kali pernah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat individu menggunakan *Gopay*, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Miliani & Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017), Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016). Mengacu pada hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin rendah persepsi risiko pengguna mengakibatkan minat menggunakan layanan uang elektronik akan meningkat, sebaliknya bila persepsi pengguna semakin tinggi maka menurunkan minat menggunakan layanan uang elektronik.

**H3 : Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *Gopay*.**

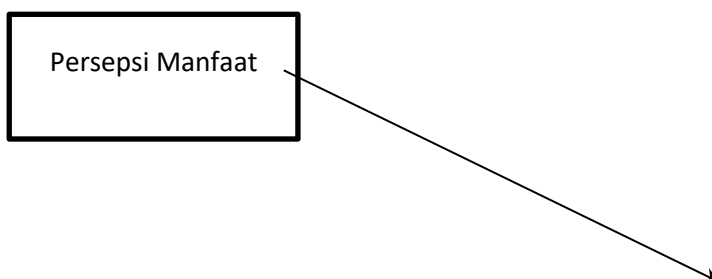
### 2.3.4 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan *Gopay*

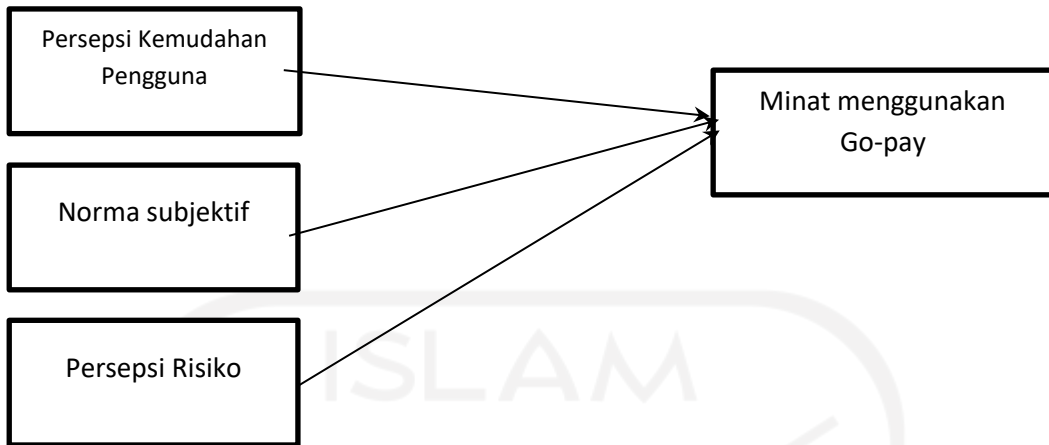
Norma subjektif (*subjective norm*) sebagai tekanan sosial yang didasari dari kepercayaan orang lain yang dapat memengaruhi minat sehingga ia mempertimbangkan kembali apakah akan melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

Berdasarkan penelitian Ula Rahmatika & Muhammad Andryzal Fajar (2019) dan Fathinah (2013) menunjukkan bahwa norma subjektif norma subjektif secara signifikan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan aplikasi berbasis *Fintech*.

**H4 : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*.**

## 2.4 Kerangka Penelitian





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan seluruh nilai dari perhitungan dan/atau pengukuran, pada sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakan aplikasi Gojek yang menggunakan sistem pembayaran *Gopay*.

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang hendak diteliti dan dianggap bisa menggambarkan atau mewakili sebuah populasi. Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Penggunaan metode ini disebabkan karena setiap anggota dari populasi memiliki peluang yang berbeda untuk terpilih. Penelitian ini tergolong memiliki jumlah populasi yang besar, maka peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 150 orang mahasiswa UII yang sudah menggunakan *Gopay*.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan *kuesioner*. *Kuesioner* dibuat dengan menggunakan *google form* dan disebarluaskan melalui sosial media. Bentuk dari *kuesioner* tersebut adalah terstruktur, di mana pertanyaan yang diajukan telah disediakan.

### **3.3 Variabel Penelitian**

#### **3.3.1 Minat Menggunakan *Gopay* (Y)**

Minat merupakan sebuah tindakan atau perilaku di mana konsumen memiliki kehendak untuk membeli/memilih suatu produk yang didasarkan pada pengalamannya dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Sedangkan menurut Fatmawati (2015), minat penggunaan (*behavioral intention*) sistem informasi adalah niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut. Mengacu pada pendapat Pratiwi et al., (2017), terdapat indikator-indikator pada minat penggunaan (*behavioral intention*), yaitu: akan bertransaksi, akan merekomendasikan, dan akan terus menggunakan.

Minat menggunakan *Gopay* pada penelitian ini akan diukur dengan skala interval dengan poin 1-4. Dengan kategori jawaban terdiri dari Sangat Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Penilaian minat menggunakan *Gopay* menggunakan 3 item pertanyaan dari penelitian Rurie Wiedya Rahayu (2018).

#### **3.3.2 Persepsi Manfaat (X1)**

*Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin pada penggunaan sistem informasi tertentu akan membawa peningkatan pada kinerjanya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa persepsi kemanfaatan merupakan sebuah kepercayaan mengenai proses dalam

mengambil keputusan. Apabila seseorang percaya pada suatu sistem akan membawa manfaat/guna, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang percaya pada suatu sistem tidak akan membawa manfaat/guna, maka ia juga tidak akan menggunakannya.

Persepsi manfaat pada penelitian ini akan diukur dengan skala interval dengan poin 1-4. Dengan kategori jawaban terdiri dari Sangat Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Penilaian persepsi manfaat menggunakan 5 item pertanyaan dari penelitian Rurie Wiedya Rahayu (2018).

### **3.3.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)**

*Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) dapat dipahami sebagai sebuah tingkatan di mana pengguna mempercayai bahwa teknologi atau sistem mudah dalam penggunaannya dan jauh dari masalah. Berdasarkan pendapat Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai: Tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Terdapat indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis yaitu: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin tinggi apabila terdapat



kemudahan dalam penggunaannya. Hal tersebut disebabkan karena mempelajari lagi cara penggunaan produk baru akan memakan waktu dan tenaga, oleh karenanya minat seseorang pada suatu produk baru akan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang ditawarkan.

Persepsi kemudahan pengguna pada penelitian ini akan diukur dengan skala interval dengan poin 1-4. Dengan kategori jawaban terdiri dari Sangat Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Penilaian persepsi kemudahan pengguna menggunakan 3 item pertanyaan dari penelitian Maghfira (2018).

#### **3.3.4 Persepsi Risiko (X3)**

*Perceived Risk* (Persepsi risiko) didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dari konsumen terkait ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Pavlou (2003) terdapat beberapa indikator yang berfungsi untuk melakukan pengukuran pada persepsi risiko, yaitu adanya sebuah risiko tertentu, ada kerugian yang dialami, dan pemikiran bahwa berisiko.

Persepsi risiko pada penelitian ini akan diukur dengan skala interval dengan poin 1-4. Dengan kategori jawaban terdiri dari Sangat Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Penilaian persepsi risiko menggunakan 6 item pertanyaan dari penelitian Rurie Wiedya Rahayu (2018)

#### **3.3.5 Norma Subjektif (X4)**

Norma subjektif (*subjective norm*) sebagai tekanan sosial yang didasari dari kepercayaan orang lain yang dapat memengaruhi minat sehingga ia mempertimbangkan kembali apakah akan melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

Norma subjektif pada penelitian ini akan diukur dengan skala interval dengan poin 1-4. Dengan kategori jawaban terdiri dari Sangat Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Setuju (skor 3), dan Sangat Setuju (skor 4). Penilaian norma subjektif menggunakan 2 item pertanyaan dari penelitian Ikhwan (2018)

### **3.4 Teknik Pengujian dan Hipotesis**

#### **3.4.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan metode yang kerap digunakan untuk melakukan analisis data. Selain itu, statistik deskriptif juga dipergunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan respons dan variabel penelitian.

### **3.5 Uji Kualitas Data**

#### **3.5.1 Uji Validitas Data**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Ghozali, 2009)

### 3.5.3 Pengujian Hipotesis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, yaitu dengan melihat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan norma subjektif terhadap minat menggunakan *Gopay*. Model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Minat menggunakan *Gopay*

X1 : Persepsi Manfaat

X2 : Persepsi Kemudahan Pengguna

X3 : Persepsi Risiko

X4 : Norma Subjektif

$\beta$  : Koefisien Regresi

$\varepsilon$  : Error

### 3.5.4 Hipotesis Operasional

Terbukti atau tidaknya hipotesis ditentukan berdasarkan kriteria dengan memperhatikan nilai koefisien original *sample estimate* serta nilai T-statistik. Hipotesis dinyatakan sebagai berikut :

**1. 3.5.4.1 Persepsi Manfaat**

$H_{01}; \beta_1 \leq 0$  : Persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

$H_{01}; \beta_1 > 0$  : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

**3.5.4.2 Persepsi Kemudahan Pengguna**

$H_{02}; \beta_2 \leq 0$  : Persepsi kemudahan pengguna tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

$H_{02}; \beta_2 > 0$  : Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

**2. 3.5.4.3 Persepsi Risiko**

$H_{03}; \beta_3 \leq 0$  : Persepsi risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

$H_{03}; \beta_3 > 0$  : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

### 3. 3.5.4.4 Norma Subjektif

$H_{04}; \beta_4 \leq 0$  : Norma subjektif tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*

$H_{04}; \beta_4 > 0$  : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Gopay*



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian ini yang menjadi objeknya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Kuesioner dikumpulkan dengan menggunakan bantuan *Google Form* lalu disebar kepada sebagian mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakan *Gopay*. Total kuesioner yang berhasil dikumpulkan adalah sebanyak 155 kuesioner, yang berarti responden dalam penelitian ini berjumlah 155 responden.

#### 4.2 Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menjelaskan karakteristik pengguna *Gopay* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Karakteristik ini meliputi jenis kelamin, usia, asal fakultas, jurusan, fitur yang digunakan, lamanya menggunakan *Gopay*, dan pendapatan.

##### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut hasil yang didapat setelah kuesioner disebar:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Pengguna	Persentase
Laki-Laki	56	36%
Perempuan	99	64%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan **Tabel 4.1** diketahui bahwa mayoritas responden pengguna Gopay yang mengisi kuesioner adalah perempuan dengan persentase 64% dan sisanya yaitu sebanyak 36% adalah laki-laki. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Gopay adalah mahasiswa perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut hasil yang didapat setelah kuesioner disebar:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah Pengguna	Persentase
18	2	1,29%
19	6	3,87%
20	23	14,84%
21	46	29,68%
22	39	25,16%
23	36	23,23%
24	3	1,94%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan **Tabel 4.2** mayoritas yang pengguna Gopay adalah mahasiswa yang berusia 21 tahun dengan jumlah 46 orang atau 29.7%, kemudian responden yang berusia 22 tahun sebanyak 39 orang atau 25.2%, mahasiswa yang berusia 20 tahun sebanyak 23 orang atau 14.8%, mahasiswa yang berusia 23 tahun sebanyak

36 orang atau 23.2%. sisanya adalah responden yang berusia. Lalu sisanya adalah responden yang berusia 18, 19, dan 24 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Berikut hasil yang didapat setelah kuesioner disebar:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas**

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
FBE	79	50,97%
FH	15	9,68%
FTI	15	9,68%
FTSP	14	9,03%
FMIPA	14	9,03%
FPSB	11	7,10%
FIAI	7	4,52%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100</b>



Berdasarkan **Tabel 4.3** diketahui bahwa pengguna Gopay yang mengisi kuesioner mayoritas adalah mahasiswa FBE sebanyak 79 orang atau 50.97%. Sedangkan pengguna Gopay mahasiswa FH dan FTI adalah masing-masing sebanyak 15 orang atau 9.68%. Mahasiswa FTSP dan FMIPA sebanyak 14 orang atau 9.03%, mahasiswa FPSB 11 orang atau 7.10% dan mahasiswa FIAI sebanyak 7 orang atau 4.52%.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan *Gopay*

Berikut hasil yang didapat setelah kuesioner disebar:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan *Gopay***

Lamanya Menggunakan	Jumlah	Persentase
<6 bulan	25	16,13%
>1 tahun	41	26,45%
1 – 3 tahun	58	37,42%
>3 tahun	31	20%
Total	155	100%

Berdasarkan **Tabel 4.4** mayoritas responden yang telah menggunakan Gopay selama <6 bulan adalah 25 responden atau 16.13%, lalu yang menggunakan Gopay selama >1 tahun adalah 41 responden atau

26.45%, kemudian yang telah menggunakan selama 1 – 3 tahun sebanyak 58 responden atau 37.42% dan >3 tahun sebanyak 31 responden atau 20%.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

Berikut hasil yang didapat setelah kuesioner disebar:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Per Bulan**

<b>Penghasilan / Uang saku per bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<Rp. 1.000.000	38	24,52%
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	92	59,35%
>Rp. 2.500.000	25	16,13%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan **Tabel 4.5** jumlah responden yang memiliki pendapatan/uang saku kurang dari Rp. 1.000.000 berjumlah 38 responden atau 24.52%. Pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 berjumlah 92 responden atau 59.35%. Dan yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 2.500.000 berjumlah 25 responden atau 16.13%.

### 4.3 Uji Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas dilakukan pada responden di mana nilai yang dihitung dinyatakan shahih, apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.  $r$  tabel untuk Degree of freedom (df) =  $n-2 = 155-2 = 153$ , untuk df = 153 dengan  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,158 Berikut hasil uji validitas tampak pada tabel berikut:

1. Uji validitas variabel minat

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat**

Variabel	Butir Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Minat	M 1	0,565	0,158	Valid
	M 2	0,348	0,158	Valid
	M 3	0,440	0,158	Valid
	M 4	0,672	0,158	Valid
	M 5	0,588	0,158	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil uji validitas variabel minat menggunakan *Gopay* yang terdiri dari 5 pertanyaan diperoleh range nilai  $r$  hitung 0,348-0,672.

Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan variabel minat menggunakan *Gopay* memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau dikatakan valid sebagai alat ukur.

2. Uji validitas variabel persepsi manfaat

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat**

<b>Variabel</b>	<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi manfaat	PM 1	0,631	0,158	Valid
	PM 2	0,538	0,158	Valid
	PM 3	0,632	0,158	Valid
	PM 4	0,555	0,158	Valid
	PM 5	0,538	0,158	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil uji validitas variabel persepsi manfaat yang terdiri dari 5 pertanyaan diperoleh range nilai r hitung 0,538-0,632. Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan variabel persepsi manfaat memiliki nilai r hitung > r tabel atau dikatakan valid sebagai alat ukur.

### 3. Uji validitas variabel persepsi kemudahan penggunaan

Berikut hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan penggunaan tampak pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan**

<b>Variabel</b>	<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
-----------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------	-------------------

Persepsi kemudahan penggunaan	PKP 1	0,388	0,158	Valid
	PKP 2	0,451	0,158	Valid
	PKP 3	0,381	0,158	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan penggunaan yang terdiri dari 3 pertanyaan diperoleh range nilai r hitung 0,381-0,451. Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai r hitung  $>$  r tabel atau dikatakan valid sebagai alat ukur.

#### 4. Uji validitas variabel persepsi risiko

Berikut hasil uji validitas variabel persepsi risiko tampak pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Risiko**

Variabel	Butir Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Persepsi Risiko	PR 1	0,377	0,158	Valid
	PR 2	0,509	0,158	Valid
	PR 3	0,608	0,158	Valid
	PR 4	0,604	0,158	Valid
	PR 5	0,558	0,158	Valid
	PR 6	0,565	0,158	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil uji validitas variabel persepsi risiko yang terdiri dari 6 pertanyaan diperoleh range nilai r hitung 0,377-0,608. Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan variabel persepsi risiko memiliki nilai r hitung > r tabel atau dikatakan valid sebagai alat ukur.

#### 5. Uji validitas variabel norma subjektif

Berikut hasil uji validitas variabel norma subjektif tampak pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Norma Subjektif**

Variabel	Butir Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Norma Subjektif	PS 1	0,555	0,158	Valid
	PS 2	0,402	0,158	Valid
	PS 3	0,554	0,158	Valid
	PS 4	0,383	0,158	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil uji validitas variabel norma subjektif yang terdiri dari 4 pertanyaan diperoleh range nilai r hitung 0,383-0,555. Hal ini berarti bahwa seluruh pertanyaan variabel norma subjektif memiliki nilai r hitung > r tabel atau dikatakan valid sebagai alat ukur.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya atau reliabel. Untuk mengukur reliabilitas

instrumen dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas dengan teknik Cronbach Alpha ditampilkan pada tabel berikut:

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Manfaat	0,740	5	Reliabel
Persepsi manfaat	0,797	5	Reliabel
Persepsi kemudahan penggunaan	0,694	3	Reliabel
Persepsi risiko	0,776	6	Reliabel
Norma subjektif	0,674	4	Reliabel

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan variabel minat menggunakan *Gopay*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan norma subjektif memiliki cronbach alpha > 0,6. Hal ini berarti bahwa instrumen variabel minat menggunakan *Gopay*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan norma subjektif memiliki nilai reliabilitas yang baik.

#### 4.4 Analisa Deskriptif

**Tabel 4.12**  
**Hasil Deskriptif Variabel**

Date: 01/05/21

Time: 14:09

Sample: 1 155

---

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	15.74194	17.25161	10.38710	12.84516	8.264516
Median	15.00000	17.00000	10.00000	13.00000	9.000000
Maximum	20.00000	20.00000	12.00000	22.00000	13.00000
Minimum	6.000000	9.000000	5.000000	6.000000	4.000000
Std. Dev.s.	2.255840	2.211521	1.411397	3.183035	2.465548
Skewness	-0.153574	-0.439680	-0.568247	-0.178299	-0.308932
Kurtosis	4.526916	3.042397	3.041096	3.158516	2.164314

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan **Tabel 4.12** diketahui rerata minat menggunakan *Gopay* sebesar 15, 741, nilai tengah 15,000, tertinggi 20,000, terendah 6,000, dan simpangan baku 2, 256. Rerata persepsi manfaat sebesar 17,251, nilai tengah 17,000, tertinggi 20,000, terendah 9,000, dan simpangan baku 2,211. Rerata persepsi kemudahan penggunaan sebesar 10,387, nilai tengah 10,000, tertinggi 12,000, terendah 5,000, dan simpangan baku 1,411. Rerata persepsi risiko sebesar 12, 845, nilai tengah 13,000, tertinggi 22,000, terendah 6,000,



dan simpangan baku 3,183. Rerata norma subjektif sebesar 8,264, nilai tengah 9,000, tertinggi 13,000, terendah 4,000, dan simpangan baku 2,465.

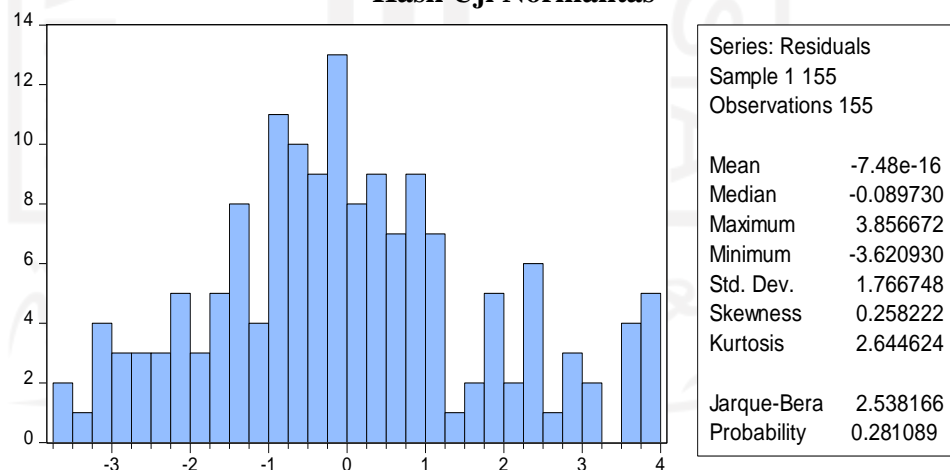
## 4.5 Analisis Data

### 4.5.1 Uji Asumsi Klasik

#### a) Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya data sampel. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Analisis statistik merupakan alat statistik yang sering digunakan untuk menguji normalitas residual yaitu uji statistik Jarque-Bera yang tampak pada tabel berikut:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**



Berdasarkan Gambar 4.1 diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 2,538 dengan signifikansi/probability 0,281. Nilai probability  $> 0,05$  dan terjadi keseimbangan antara sisi kanan dan sisi kiri histogram. Artinya residual data dalam penelitian normal.

## b) Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada saat mengambil keputusan, dapat dilihat dari koefisien parameter, apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas 0,05, maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas signifikansinya di bawah 0,05, maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	t-statistik	Probability
(Constant)	0,515	0,607
Persepsi manfaat (X1)	0,550	0,585
Persepsi kemudahan penggunaan (X2)	0,554	0,580
Persepsi risiko (X3)	-0,378	0,705
Norma Subjektif (X4)	0,367	0,713

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Dari hasil uji Glejser tersebut dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi/probabilitas dari masing-masing variabel bebas yang diteliti lebih besar dari 0,05 (5%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

### c) Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika nilai korelasi  $< 0,7$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

No.	Variabel	X1	X2	X3	X4
1.	Persepsi manfaat (X1)	1,000	0,528	-0,299	-0,177
2.	Persepsi kemudahan penggunaan (X2)		1,000	-0,273	0,058
3.	Persepsi risiko (X3)			1,000	0,195
4.	Norma Subjektif (X4)				1,000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan **Tabel 4.14** diketahui bahwa nilai korelasi dari keempat variabel  $< 0,7$  Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

### 4.5.2 Analisis Uji Regresi Berganda

#### c) Uji Hipotesis

Pengujian asumsi klasik di atas telah terpenuhi sehingga dapat dilanjutkan pada regresi berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan

norma subjektif terhadap minat menggunakan *Gopay* yang tampak pada tabel berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien	t hitung	t tabel	Prob	Keterangan
(Constant)	8,136	4,802	1,96	0,000*	Berpengaruh positif signifikan
Persepsi manfaat (X1)	0,177	2,212	1,96	0,028*	Berpengaruh positif signifikan
Persepsi kemudahan penggunaan (X2)	0,497	3,999	1,96	0,000*	Berpengaruh positif signifikan
Persepsi risiko (X3)	-0,208	-4,265	1,96	0,000*	Berpengaruh negatif signifikan
Norma Subjektif (X4)	0,249	4,055	1,96	0,000*	Berpengaruh positif signifikan

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2021

Dari hasil uji regresi berganda pada tabel 4.15 secara matematis dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,136 + 0,177X_1 + 0,497X_2 + -0,208X_3 + 0,249X_4$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut di atas maka dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,136, maka jika tidak ada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan norma subjektif

yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay*, maka minat menggunakan *Gopay* sebesar 8,136.

- 2) Variabel persepsi manfaat merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan koefisien positif sebesar 0,177. Artinya bila variabel persepsi manfaat semakin baik, maka minat menggunakan *Gopay* akan semakin meningkat dengan  $p=0,028$  ( $p<0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi manfaat. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti.
- 3) Variabel persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan koefisien positif sebesar 0,497. Artinya bila variabel persepsi kemudahan penggunaan semakin baik, maka minat menggunakan *Gopay* akan semakin meningkat dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi kemudahan penggunaan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti.
- 4) Variabel persepsi risiko merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan koefisien negatif sebesar -0,208. Artinya

bila variabel persepsi risiko semakin rendah, maka minat menggunakan Gopay akan semakin meningkat dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya ada pengaruh yang negatif dan signifikan dari variabel persepsi risiko. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti.

5) Variabel norma subjektif merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan Gopay dengan koefisien positif sebesar 0,249 Artinya bila variabel norma subjektif semakin baik, maka minat menggunakan Gopay akan semakin meningkat dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel norma subjektif. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti.

#### **b) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari hasil uji regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen (minat menggunakan *Gopay*) bisa dijelaskan oleh variabel independen yaitu: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan norma subjektif.

Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 37%. Hal ini berarti variabel minat dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi

kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan norma subjektif sebesar 37%, sedangkan sisanya adalah 63% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

## **4.6 Pembahasan**

### **4.6.3 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

Variabel persepsi manfaat merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan  $p=0,028$  ( $p<0,05$ ). Artinya bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pengguna merasa dalam penggunaan *Gopay* sangat bermanfaat maka dia akan tertarik dalam menggunakannya. *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) dapat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin pada penggunaan sistem informasi tertentu akan membawa peningkatan pada kinerjanya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa persepsi kemanfaatan merupakan sebuah kepercayaan mengenai proses dalam mengambil keputusan. Apabila seseorang percaya pada suatu sistem akan membawa manfaat/guna, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang percaya pada suatu sistem tidak akan membawa manfaat/guna, maka ia juga tidak akan menggunakannya.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aditya & Wardhana (2016) yang mengatakan bahwa *Perceived usefulness* (Persepsi manfaat) menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk menggunakan *Gopay*.

#### **4.6.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

Variabel persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Artinya bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pengguna merasa sistem *Gopay* mudah dan efisien untuk digunakan maka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika pengguna merasa sistem *Gopay* sulit untuk digunakan dan tidak efisien maka ia tidak akan menggunakannya.

Berdasarkan pendapat Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai: Tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Terdapat indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis yaitu: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become*). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin tinggi apabila terdapat kemudahan dalam penggunaannya.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika et al., (2019) dan Aulianto et al., (2019), yang mengatakan bahwa *Perceived ease of use*



(Persepsi Kemudahan Penggunaan) menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk menggunakan *Gopay*.

#### **4.6.5 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Gopay***

Variabel persepsi risiko merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan *Gopay* dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Artinya bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa dalam sistem pembayaran secara daring contohnya *Gopay*, ketika pengguna merasakan bahwa risiko penggunaannya rendah maka akan timbul kesediaan dalam menggunakan sistem tersebut. Semakin pengguna *Gopay* merasa bahwa risiko yang ditimbulkan rendah maka akan semakin banyak pengguna *Gopay* yang akan menggunakan pembayaran tersebut. Banyak pengguna pembayaran secara daring memilih melakukan transaksi secara daring ketika sistem/aplikasi tersebut menguntungkan.

*Perceived Risk* (Persepsi risiko) didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dari konsumen terkait ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Pavlou (2003) terdapat beberapa indikator yang berfungsi untuk melakukan pengukuran pada persepsi risiko, yaitu adanya sebuah risiko tertentu, ada kerugian yang dialami, dan pemikiran bahwa berisiko. Beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan *Gopay*. Penelitian tersebut di antaranya dilakukan oleh Miliiani & Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017), Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016). Mengacu pada hal tersebut,

dapat disimpulkan bahwa semakin rendah persepsi risiko pengguna mengakibatkan minat menggunakan layanan uang elektronik akan meningkat, sebaliknya bila persepsi pengguna semakin tinggi maka menurunkan minat menggunakan layanan uang elektronik.

#### **4.6.6 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Gopay**

Variabel norma subjektif merupakan variabel yang memengaruhi minat menggunakan Gopay dengan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Artinya bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Gopay* dapat diterima atau terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan semakin tenang dalam menggunakan suatu produk uang elektronik apabila penyedia layanan dompet elektronik/*E-Wallet* dapat dipercaya, karena sudah jelas memiliki pelayanan yang unggul, bertanggung jawab, dan integritas tinggi.

Norma subjektif (*subjective norm*) dapat dipahami sebagai sebuah tekanan sosial yang berdasar atas kepercayaan orang lain yang dapat memengaruhi minat/ketertarikan, sehingga dirinya mempertimbangkan kembali akan apakah akan melakukan perilaku tersebut atau tidak. Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh konsumen atau pengguna teknologi informasi untuk meminimalisir kompleksitas sosial dalam menghadapi sesuatu yang tidak diinginkan akan terjadi. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna akan semakin tenang dalam menggunakan suatu produk uang elektronik apabila penyedia layanan dompet elektronik/*E-Wallet* dapat dipercaya, karena sudah jelas memiliki pelayanan yang unggul, bertanggung jawab, dan integritas tinggi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Ula Rahmatika & Muhammad Andryzal Fajar (2019) dan Fathinah (2013)

menunjukkan bahwa norma subjektif norma subjektif secara signifikan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan aplikasi Gopay



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Gopay. Semakin tinggi manfaat Gopay maka akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan Gopay.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Gopay sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan Gopay maka akan semakin tinggi juga minat menggunakannya.
3. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Gopay. Artinya, semakin rendah persepsi risiko maka minat menggunakan Gopay akan meningkat.
4. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Gopay. Artinya, semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi juga minat menggunakan Gopay.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan sistem aplikasi pembayaran berbasis teknologi maka akan semakin mudah pula diterima oleh masyarakat. Menurut Kim dan Hwang

dalam Berraies *et al* (2017) mengatakan bahwa Generasi Y adalah generasi yang dalam kehidupan sehari-hari pengguna teknologi yang luas. Selain itu Generasi Y juga merupakan generasi yang tumbuh bersama dengan perkembangan teknologi. Tetapi pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa hanya usia 18-24 tahun yang berpengaruh terhadap minat menggunakan Gopay, dapat disimpulkan bahwa tidak semua yang termasuk dalam Generasi Y mampu menerima perubahan inovasi teknologi.

### **5.3 Keterbatasan dan Saran**

Terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Adapun keterbatasan-keterbatasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Gojek Indonesia diharapkan dapat meminimalkan risiko serendah mungkin, sehingga akan meningkatkan penggunaan Gopay.
2. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 37%. Hal ini berarti variabel minat dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan norma subjektif sebesar 37%, sedangkan sisanya adalah 63% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain seperti inovasi teknologi, sikap, kepercayaan, persepsi kenyamanan, dan daya tarik promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhinagari, A. H. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Persepsi Penggunaan E-money. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.*
- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32.  
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Adiyanti, A. I. (2015). *MENGGUNAKAN LAYANAN E-MONEY.*
- Al-Ajam, A., & Md. Nor, K. (2013). Customers adoption of internet banking service: an empirical examination of the theory of planned behavior in Yemen. *International Journal of Business and Commerce*, 2(5), 44–58.
- Arthana, Yudhi W, Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.
- Aulianto, D. R., Asmara, U., Subroto, M. A. R., Pascasarjana, P., Komunikasi, I., Padjadjaran, U., Ilmu, L., & Indonesia, P. (2007). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI. 2001*, 39–44.
- Azjen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bank Indonesia. (2016). *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. 236, 1–27.
- Berraies, S., Ben Yahia, K. & Hannachi, M. (2017). Identifying the effects of perceived values of mobile banking applications on customers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 1018–1038.
- Dastan, Í. (2016). Time-Related Changes in the Purchasing Attitudes and Behaviors of Individuals: A Study on Wearable Technologies. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(3), 61–74.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=1139996>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management*

*Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Destianti, A. E., Hidayat, A. R., & Srisusilawati, P. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Teori Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior terhadap Minat Pengguna Produk E-Money (Go-Pay), (Case Study on Students of the Faculty of Shariah Fakultas Syariah Angkatan 2015-2016 Universitas Islam Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syaiah*, 5(2), 312–319.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Go-pay, M., Kasus, S., Syariah, F., Hukum, P., Syariah, E., Destianti, A. E., Hidayat, A. R., & Srisusilawati, P. (2016). Analisis Faktor Pengaruh Teori Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior terhadap Minat Pengguna Produk E- Theory Of Planned Behavior On The Interests Of E-Money ( Go-Pay ) Product Users ( Case Study on Students of the Faculty of Sharia. 312–319.
- Guriting, R., & Baridwan, Z. (2013). MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING: PENDEKATAN MODIFIED THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. 68–70.
- Indriastuti, M., & Wicaksono, R. H. \. (2014). Influencers E-Money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*. 4(2), 10–17.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Kuo, David. Ernie, G. S. (2015). Institutional Knowledge at Singapore Management University Emergence of FinTech and the LASIC Principles. *Research Collection Lee Kong Chian School Of Business*.
- Lai, P. (2017). the Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- M, A. K. A. (n.d.). LOYALITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI ( Survei pada Pelanggan Matahari Department Store di Malang Town

*Square*, Kota Malang ). 58(1), 113–122.

- Miliani, L., & . M. T. D. I. (2013). Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review*, 5(7), 369–378. <https://doi.org/10.22610/imbr.v5i7.1064>
- Parastiti, D. E. P., Mukhlis, M., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82. <http://journal.um.ac.id/>
- Pavlou, P. A. (2003). International Journal of Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada penggunaan mobile payment. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Purwiati, E. (2013). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi E-Money (Studi pada Kartu BRIZZI BRI Cabang Cik di Tiro Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)*.
- Putra, K. (2014). *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce*. 1–25.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rahmatika, U., Studi, P., Fakultas, A., Universitas, E., Yogyakarta, N., Fajar, M. A., Pengajar, S., Studi, P., Universitas, A., Yogyakarta, N., Elektronik, U., & Risiko, P. (2019). *FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY : INTEGRASI MODEL TAM – TPB*



*DENGAN PERCEIVED RISK. VIII, 274–284.*

Rurie Wiedya Rahayu. (2018). *KEMUDAHAN , PERSEPSI RISIKO , DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP APLIKASI GO PAY DARI PT . GOJEK INDONESIA SKRIPSI Oleh : Nama : Rurie Wiedya Rahayu FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.*

Saputro, B. D., & Sukirno, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 2*(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>

Shomad, A. C. (2012). Kemudahan , dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce Disusun Oleh : Andrie Cesario Shomad. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 1*(2), 1–20.

Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen, 8*(2), 27–39.

Urumsah, D. (2015). *E-services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations*. iii. <https://doi.org/10.1108/s1069-09642015000023b008>

Utami, S. S. (2017). Faktori-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance, XIV*(2), 29–41.

Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 16*(1), 122–131.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



FAKULTAS  
EKONOMI

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Ringroad Utara Condong Catur Dupa  
Sleman Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 885376, 883087;  
F. (0274) 882589  
E. [fe@uii.ac.id](mailto:fe@uii.ac.id)  
W. [fece.uoi.ac.id](http://fece.uoi.ac.id)

Nomor : 1572/DEK/10/Div.URT/XI/2020  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
Pimpinan  
Universitas Islam Indonesia

*Assalamu alaikum wr.wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami di bawah ini :

Nama : Nadia Nur Cholifah Rosma  
No. Mahasiswa : 15312490  
Tempat/Tanggal Lahir : Karanganyar / 04 Maret 1997  
Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1 (S1)  
Alamat : Blok Wuni 1 No.17 Desa Dawuan Kecamatan Tengah Tan

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

**"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Resiko, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Gopay"**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 25 November 2020

Dekan,

Prof. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIK: 933130101

## Lampiran 2. Kuesionel Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Saudara/I Responden

Di tempat

Sehubungan dengan penyusunan skripsi Program Akuntansi Universitas Islam Indonesia, bersama ini saya bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan Gopay pada Mahasiswa UII Yogyakarta”** yang disusun sebagai syarat kelulusan program S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Indonesia. Saya selaku peneliti memohon ketersediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kuesioner ini hanya untuk keperluan skripsi, tidak dipublikasikan secara luas, sehingga kerahasiaan data yang diisi dapat dijaga.

Atas bantuan Saudara/i, saya ucapkan terimakasih

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

Nadia Nur Cholifah Rosma

A. Data Responden

Nama :

Fakultas :

Jurusan :

Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Usia :

Jenis fitur yang digunakan dengan menggunakan *Gopay* (jawaban boleh lebih dari satu):

- a. Go-Ride
- b. Go-Car
- c. Go-Food
- d. Go-Send
- e. Go-Shop
- f. Go-Mart
- g. Go-Pulsa
- h. Lainnya.

Lama penggunaan *Gopay* :

- a. <6 bulan
- b. >1 tahun
- c. 1-3 tahun
- d. >3 tahun

Penghasilan / Uang saku per bulan:

- a. <Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
- c. >Rp. 2.500.000

B. Petunjuk pengisian

Mohon isi semua pertanyaan di bawah ini dengan cara memberi tanda

(√) pada jawaban yang paling sesuai.

Skala respons adalah sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

<b>Persepsi Manfaat</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Saya merasa dengan memakai Gopay, saya dapat melakukan transaksi lebih cepat				
Dengan menggunakan Gopay membuat pekerjaan saya lebih efektif				
Gopay dapat meningkatkan efektifitas saya dalam pembayaran transaksi pribadi				
Dengan menggunakan Gopay, saya dapat melakukan transaksi lebih praktis				

Secara keseluruhan saya merasa Gopay bermanfaat dalam pembayaran transaksi saya				
---	--	--	--	--

<b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Saya dengan mudah memahami cara menggunakan Gopay				
Saya dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan Gopay di mana saja				
Saya dapat melakukan top-up ( isi ulang ) Gopay di manapun dan kapanpun				

<b>Persepsi Risiko</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>SS</b>	<b>SS</b>
Saya khawatir apabila Gopay yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik				
Saya khawatir apabila saldo Gopay berkurang tanpa sebab				
Saya merasa tidak aman ketika bertransaksi menggunakan Gopay				
Saya menemukan banyak risiko ketika melakukan transaksi menggunakan Gopay				
Saya tidak nyaman menggunakan Gopay				
Saya takut untuk mengandalkan Gopay sebagai transaksi pembayaran				

<b>Norma Subjektif</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
------------------------	------------	-----------	----------	-----------

Saya memakai Gopay karena dipengaruhi oleh keluarga saya				
Saya memakai Gopay karena dipengaruhi oleh teman saya				
Saya memakai Gopay karena dipengaruhi oleh dosen saya				
Saya memakai Gopay karena dipengaruhi oleh pengemudi Gojek				

<b>Minat</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Saya memilih Gopay karena terpercaya dan aman				
Ketika saya menggunakan Gopay, saya tidak khawatir pada transaksi yang gagal				
Saya memilih Gopay karena banyak promo				
Saya ingin terus bertransaksi menggunakan Gopay				
Saya yakin akan menggunakan Gopay dalam jangka waktu yang panjang				

الجمعة، الأستد الأندو  
 الجمعة، الأستد الأندو

**Lampiran 3. Tabulasi Data**

PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PKP1	PKP2	PKP3	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	NS1	NS2	NS3	NS4	M1	M2	M3	M4	M5
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	1	3	1	2	3	3	4	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	1	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2
4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3	1	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	1	3	4
3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	3	3	2	3	3
3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3
3	3	4	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3



3	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	1	1	1	2	1	1	1	1	2
4	4	2	3	2	4	2	2	3	4	2	2	2	3	1	1	1	2	3	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	3
4	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	2	1	1	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	1	2				2	4	2
4	4	3	3	4	4	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2
3	4	3	3	3	3	3	3	4	1	2	1	1	1	2	1	3	1	1	3	4	4	3
4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	
3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	
3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	1	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	
3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	1	2	2	2	3	1	3	3	2	4	2	3
4	4	4	4	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	3	4	4	4	4	1	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3
4	4	4	4	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	2	3	3
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	1	1	1	3	1	2	4	1	3	3	3
4	4	4	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	1	4	2	3	3	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4



4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	1	1	3	3	1	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	3	2	1	1	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	3	1	1	1	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	4	2	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	1	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	1	1	1	1	3	3	2	3	4	4	4	3	3
4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	4	3	4	2	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	1	1	1	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3

2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	
4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	1	4	4	2	2	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	1	2	1	1	2	3	1	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	4	3	3
1	1	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	1	1	2	2	3	1	2	4	2	2	3	2
3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	1	3	1	1	3	2	4	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	4	3	3
1	2	1	3	2	2	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	3	2	2
4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3

3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	3	2	2	3	3	2	4	3	3	
3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	1	3	1	1	1	2	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	1	1	3	4	2	2	4	2	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	1	2	2	3	1	4	1	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	1	2	1	4	1	3	2	2	4	3	3
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3
3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	2	2	3	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	1	3	2	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	1	3	2	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	4	3	3	4
3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	2	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	1	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3
3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	1	1	3	2	3	1	2	2

4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	
3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	1	1	2	4	2	2	2	3	2	4	4	3
3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	1	1	1	1	4	3	1	3	1	4	4	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	1	4	2	2	3	3	3	3	2	
3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	2	3	1	1	3	3	3	3	2	
4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	1	2	1	3	3	2	3	3	3	
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	4	3	3	
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	4	3	3	
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	

الجمعة الاستاذة الأندلسية