

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN GO-PAY DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Disusun oleh :

Yashinta Rifta Nur Adelya

15312143

Dosen Pembimbing :

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN GO-PAY DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Yashinta Rifta Nur Adelya

No Mahasiswa : 15312143

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 24 Mei 2022

Dosen Pembimbing,



(Johan Arifin,,S.E., M,Si., Ph.D)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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 secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 28 Mei 2022

Penulis



Yashinta Rifla Nur Adelya

MOTTO

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali” – Nelson Mandela

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” – QS

Al Baqarah 286

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN GO-PAY DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Disusun Oleh : YASHINTA RIFTA NUR ADELYA

Nomor Mahasiswa : 15312143

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

Pada hari, tanggal: **Senin, 18 April 2022**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.




Penguji : Hendi Yogi Prabowo, SE., M.For.Accy., Ph.D.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk :

Ibu, Anita Isdarmini

Suami, Adhimas Putu Wibowo

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Atas berkat rahmat Allah SWT penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN GO-PAY DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Islam Indonesia.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari apa yang telah disajikan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu memberikan petunjuk, ridho, dan kekuatan yang tiada terkira kepada setiap hamba-Nya.
2. Kedua orang tua saya, mama dan papa, Ibu Anita Isdarmini dan Arif Fatah Yasin yang selalu memberikan kesabaran dan doa.
3. Suami saya, Adhimas Putu Wibowo yang selalu memberikan doa, nasihat, kasih sayang dan kesabaran. Serta anakku Hiro yang selalu membawa keceriaan.

4. Bapak Johan Arifin, S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar dan memberi saya semangat agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Fathul Wahid,ST., M.Sc., Ph.D, Selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si. Selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia
7. Bapak Mahmudi, S.E., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Segenap dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memeberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani studi.
9. Teman – teman saya yang sudah mendukung saya secara moril.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kepada penulis. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca .

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 16 Maret 2022

Penulis

Yashinta Rifta Nur Adelya

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	II
MOTTO.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
ABSTRAK.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.5 Sistematika penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Technology acceptance model (TAM).....	12
2.2 Mobile payment.....	14
2.3 Jenis mobile payment	17
2.4 Go-Pay.....	18
2.5 Penelitian terdahulu	21
2.6 Kepercayaan (trust)	24
2.7 Persepsi manfaat.....	27
2.8 Persepsi kemudahan	28
2.9 Self efficacy.....	29
2.10 Hipotesis	30
2.10.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta	30

2.10.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	31
2.10.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta	32
2.10.4	Pengaruh self efficacy terhadap penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Populasi dan sampel	35
3.1.1	Populasi	35
3.1.2	Sampel.....	35
3.2	Metode pengambilan data.....	36
3.3	Variabel	37
3.3.1	Variabel dependen Y	37
3.3.2	Variabel Independen X	38
3.4	Teknik pengujian data	39
3.4.1	Analisis deskriptif	39
3.4.2	Uji validitas	40
3.4.3	Uji reliabilitas.....	41
3.4.4	Uji normalitas.....	41
3.4.5	Uji heterokedastitas.....	41
3.4.6	Uji regresi berganda	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMAHASAN.....		43
4.1	Hasil pengumpulan data	43
4.2	Analisis karakteristik responden.....	43
4.2.1	Jenis kelamin.....	44
4.2.2	Usia responden.....	44
4.2.3	Domisili responden	45
4.2.4	Pendidikan terakhir responden.....	46
4.2.5	Profesi responden.....	47
4.3	Uji validitas	49
4.4	Uji reliabilitas	51
4.5	Uji asumsi klasik	53
4.5.1	Uji normalitas.....	53

4.5.2	Uji heterokedastitas.....	54
4.5.3	Uji regresi.....	55
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
5.2.1	Saran untuk peneliti selanjutnya	59
5.2.2	Saran untuk masyarakat umum	59
5.3	Keterbatasan penelitian	59
DAFTAR PUSTAKA		60
DAFTAR LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4. 2 Perentase Usia Responden	45
Tabel 4. 3 Persentase Domisili Responden	46
Tabel 4. 4 Persentase Pendidikan Responden	47
Tabel 4. 5 Persentase Profesi Responden.....	48
Tabel 4. 6 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat	49
Tabel 4. 7 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan	49
Tabel 4. 8 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4. 9 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Self-Efficacy	50
Tabel 4. 10 Hasil Perolehan Uji Validitas pada Minat Penggunaan Go-Pay.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Perolehan Uji Normalitas pada Masing-Masing Variabel Independen	53
Tabel 4. 14 Hasil Perolehan Pengujian Heterokedastitas pada Masing-Masing Variabel.....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi.....	55
Tabel 4. 16 Nilai F hitung dan Adj R square Uji Regresi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Mobile Payment</i> Terpopuler.....	5
Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> oleh Davis, 1989.....	13
Gambar 2. 2 Kerangka Kerja Penelitian	34

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	63
2. Hasil Kuesioner Responden.....	67

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain evidence of the factors that influence the interest in using Go-Pay in Daerah Istimewa Yogyakarta. Population in this study are people who use Go-Pay in Daerah Istimewa Yogyakarta (Sleman, Bantul, Kodya Yogyakarta, Kulonprog, and Gunungkidul). The research data is in the form of primary data with data collection using a questionnaire with a sampling method. Regression analysis shows that perceived usefulness has a positive impact on the interest in using Go-Pay. Perceived easy of use has a negative impact on the interest in using Go-Pay. Trust has a negative impact on the interest in using Go-Pay. Self-efficiency has a positive impact on the interest in using Go-Pay.

Keywords : *mobile payment, TAM, perceived usefulness, perceived ease to use, trust, self-efficiency.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti faktor- faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Go-Pay di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi pada penelitian adalah masyarakat yang menggunakan Go-Pay di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Sleman, Bantul, Kodya Yogyakarta, Kulonprogo, dan Gunungkidul). Data penelitian ini berupa data primer dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode sampling. Berdasarkan pengolahan data dengan SPSS, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay. Persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Go-Pay. Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Go-Pay. *Self-efficiency* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay.

Kata kunci : *mobile payment*, TAM, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, *self-efficiency*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era globalisasi ini, teknologi informasi berkembang begitu pesat. Perkembangan teknologi membuat adanya perubahan terhadap aktivitas individu maupun organisasi. Pengaruh perkembangan teknologi membuat aktivitas individu dan organisasi menjadi lebih mudah. Salah satu dampak perkembangan teknologi saat ini adalah perkembangan *smartphone* yang selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Menurut *e-Marketer* pengguna *smartphone* di Indonesia selalu mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir. Pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami peningkatan dari 38,3 juta pada tahun 2014, 52,2 juta pada tahun 2015, 69,4 juta pada tahun 2016, 86,6 juta pada tahun 2017, dan 103 juta pada tahun 2018 (Purwanto, 2019).

Perkembangan *smartphone* berdampak pada penggunaan *mobile device*. Penggunaan *mobile device* mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitasnya. Salah satu perkembangan penggunaan *mobile device* adalah aktivitas *mobile payment*. *Mobile payment* atau *m-payment* merupakan metode pembayaran yang dilakukan menggunakan perangkat seluler sebagai alat pembayaran. Pembayaran berkembang yang semula pertukaran berupa uang berbentuk fisik seperti uang kertas dan koin berganti menjadi dengan transfer dana menggunakan perangkat seluler. Menurut Yan dan Yang (2015) *mobile payment* berarti pengguna mengadopsi terminal seluler seperti ponsel untuk mengakses layanan pembayaran

termasuk penyelidikan akun, transfer, dan pembayaran tagihan. Dengan bantuan terminal dan jaringan seluler, pembayaran seluler telah membebaskan pengguna dari batasan temporal dan spasial, dan memungkinkan pengguna melakukan pembayaran kapan saja dan dari mana saja. Mobile payment atau m-payment memiliki keunggulan seperti mobilitas. Pengguna dapat melakukan pembayaran terlepas dari waktu dan tempat serta informasi dan umpan balik dapat diterima oleh pengguna dengan cepat sehingga mobile payment dapat mengambil alih sistem pembayaran tradisional dan menjadi sistem pembayaran utama di masa depan.

Penggunaan mobile payment tidak hanya dilakukan di negara-negara maju seperti Singapura, Korea Selatan, dan Jepang tetapi juga dilakukan di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mendukung penggunaan mobile payment sebagai sarana pembayaran. Beberapa perusahaan mulai mengeluarkan fasilitas uang elektronik sebagai alat pembayaran untuk melakukan transaksi sehingga transaksi dapat dilakukan melalui smartphone tanpa ada interaksi secara langsung. Bank Indonesia sebagai bank sentral Indonesia mendukung adanya uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan mengeluarkan peraturan terkait pembaruan cashless atau uang elektronik. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik, uang elektronik merupakan instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, uang elektronik disimpan secara elektronik dalam suatu media server dan chip, dan uang elektronik dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 dibuat atas

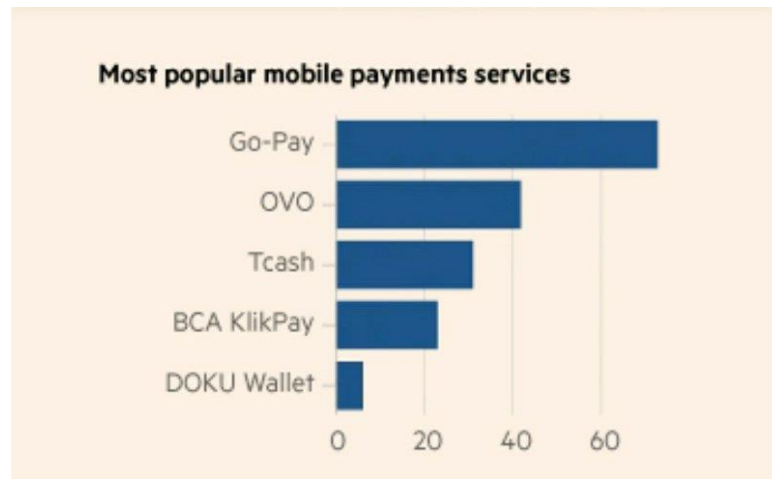
dasar kebutuhan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya penyediaan sarana transaksi non tunai melalui pemanfaatan teknologi informasi sehingga model bisnis penyelenggaraan uang elektronik juga semakin berkembang. Penyelenggaraan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik menyentuh 47,19 triliun rupiah sepanjang 2018. Angka tersebut meningkat sebesar empat kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 12,37 triliun rupiah. Survei yang dilakukan oleh Morgan Stanley menyimpulkan bahwa 20% dari 1582 responden memilih menggunakan layanan pembayaran digital dari perusahaan teknologi finansial dibanding milik bank, perusahaan telekomunikasi, atau e-commerce. (Khadafi, 2019).

Go-Pay merupakan bentuk nyata dalam penggunaan mobile payment. Go-Pay merupakan platform pembayaran digital berupa dompet elektronik yang dikembangkan oleh Go-Jek. Go-jek atau PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang awalnya menawarkan jasa transportasi berbasis online. Saat ini perusahaan Go-Jek tidak hanya menawarkan jasa transportasi, tetapi juga jasa dalam bidang logistik, kebersihan, pembayaran, dan lain-lain. Perkembangan inovasi jasa oleh perusahaan Go-jek dilakukan berdasarkan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat sehingga pelayanan Go-jek dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Beberapa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan Go-jek antara lain go-ride, go-

car, go-clean, go-shop, go-tix, go-glam, go-food, go-bluebird, go-send, go-deals, go-pulsa, go-mart, go-box, go-massage, go-laundry, go-auto, dan go-med.

Go-jek menawarkan metode pembayaran melalui cash dan non-cash. Pengguna yang tidak membayar dengan uang tunai dapat menggunakan fitur Go-Pay sebagai sarana pembayaran. Go-Pay merupakan fitur dompet elektronik yang dikembangkan gojek untuk melakukan transaksi pembayaran ketika menggunakan aplikasi Go-Jek. Perusahaan Go-Jek telah melakukan pengembangan fitur Go-Pay dengan melakukan inovasi untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi secara non-tunai. Dalam melakukan pengembangan fitur Go-Pay, penggunaan Go-Pay tidak hanya dilakukan di dalam aplikasi Go-jek tetapi juga dapat dilakukan di luar penggunaan layanan aplikasi Go-jek. Perusahaan Go-Jek telah melakukan kerjasama dengan 28 institusi keuangan, dan mitra usaha 240.000 yang tersebar di berbagai kota di Indonesia yang 40% di antaranya merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Upaya ini dilakukan oleh perusahaan Go-Jek untuk memberdayakan masyarakat dan UMKM sehingga pembangunan ekonomi dapat terwujud (Idris, 2019)



Gambar 1. 1 *Mobile Payment* Terpopuler

(sumber : *seluler.id*)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh lembaga riset independen di bawah naungan Financial Times, FT Confidential Research Mobile Payment mengungkapkan bahwa Go-Pay menjadi uang elektronik yang paling banyak digunakan di Indonesia. Go-Pay memiliki jumlah pengguna tertinggi yang mencapai hampir tiga perempat jumlah pengguna uang elektronik dibandingkan dengan uang elektronik lainnya. Hasil survei sesuai dengan Laporan Fintech 2018 DailySocial yang bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan platform survei JAKPAT yang menyebutkan bahwa jumlah pengguna Go-Pay mencapai 79% dari jumlah responden yang menggunakan layanan keuangan digital (Idris, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam mengadopsi teknologi Go-Pay sebagai sarana pembayaran. Menurut Laporan Fintech 2018, penggunaan Go-Pay didukung oleh faktor-faktor seperti kemudahan dalam penggunaan (74,90%), simpel (71,03%),

efisiensi waktu (62,67%), tidak perlu repot pergi ke bank (48,85%), lebih aman (36,36%), adanya promo dan insentif (36,36%), dan pengelolaan yang lebih baik (29,82%) (Muhammad Idris, 2019). Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam menggunakan Go-Pay sebagai sarana pembayaran berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi atau sistem informasi. Technology Acceptance Model digunakan dalam penelitian sebagai dasar penelitian seseorang menerima dan mengadopsi suatu teknologi baru. Technology Acceptance Model pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Dalam jurnal yang ditulis oleh Dippenaar (2017), terdapat dua faktor utama seseorang mengadopsi suatu teknologi atau sistem informasi baru yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Penelitian ini tidak hanya menggunakan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat tetapi peneliti akan menambah faktor lain sebagai variabel penelitian yaitu kepercayaan dan self-efficacy.

Persepsi kemudahan merupakan faktor utama seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi. Menurut Juniwati (2014) persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari suatu usaha. Kemudahan dalam penggunaan teknologi merupakan seberapa besar suatu teknologi atau sistem informasi dirasa mudah untuk diadopsi dan digunakan oleh pengguna. Ketika seseorang merasa mudah dalam mengadopsi teknologi, pengguna akan terus menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari salah satunya melakukan pembayaran menggunakan mobile payment seperti Go-

Pay. Menurut Laporan Fintech 2018, kemudahan menjadi salah satu faktor seseorang menggunakan Go-Pay dengan hasil survei sebesar 74.90%.

Persepsi manfaat juga merupakan faktor utama seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi baru. Menurut Juniwati (2014) persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang. Menurut Davis (2019), persepsi manfaat yang tinggi berarti pengguna percaya bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan suatu teknologi dan kinerjanya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maghfira (2018) persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan Go-Pay.

Kepercayaan merupakan faktor yang cukup penting yang mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi. Aktivitas berbasis online seperti Go-Pay merupakan suatu aktivitas yang terdapat unsur ketidakpastian di dalamnya. Tanpa rasa percaya, seseorang tidak akan melakukan aktivitas seperti pembayaran menggunakan mobile payment yang terdapat risiko seperti penipuan. Maka dari itu diperlukan kepercayaan ketika seseorang memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi baru.

Self efficacy merupakan kepercayaan pengguna atas kemampuan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. *Self efficacy* dalam penelitian ini berarti pengguna percaya atas kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dalam menggunakan mobile payment berupa Go-Pay sebagai sarana pembayaran pengguna. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dippenaar (2017)

menyimpulkan *self-efficacy* memiliki pengaruh secara positif terhadap penggunaan mobile payment. Ketika seseorang percaya atas kemampuan menggunakan teknologi, maka pengguna akan lebih sering menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta)".

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian antara lain :

1. Apakah persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah self-efficacy memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh self-efficacy terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik penelitian.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan cara peneliti untuk memperluas wawasan terutama mengenai sistem informasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap pemecahan suatu permasalahan yang sedang dihadapi.

b. Bagi Perusahaan Penerbit

Memberikan penjelasan terkait karakteristik yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan Go-Pay sebagai sarana

pembayaran dan sebagai referensi bagi perusahaan penerbit terutama Go-Jek untuk meningkatkan kinerja perusahaan khususnya Go-Pay.

1.5 Sistematika penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I

Bab ini menjelaskan beberapa hal yang terkait dengan penelitian seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II

Bab ini menjelaskan landasan teoritik terhadap permasalahan dalam penelitian ini. Landasan teoritik diperoleh dari literature review yang berhubungan dengan penelitian. Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III

Bab ini menjelaskan dan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Bab ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengambilan data, variabel penelitian, dan analisis data serta teknik pengujiannya.

BAB IV

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi responden, hasil pengumpulan data, analisis statistik, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

BAB V

Bab ini menjelaskan kesimpulan penilitan yang telah dilakukan dan saran oleh peneliti bagi peneliti selanjutnya

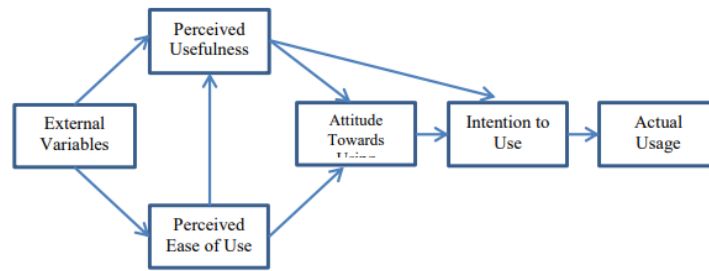
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori penerimaan teknologi yakni mengenai pembayaran elektronik menggunakan Go-Pay. Minat penggunaan Go-Pay dipengaruhi oleh beberapa variabel potensial. Penelitian ini menjelaskan empat variabel yang mempengaruhi minat penggunaan Go-Pay yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan *self-efficacy*.

2.1 Technology acceptance model (TAM)

Teori mengenai penerimaan teknologi dibuat untuk mengukur seberapa tinggi tingkat penerimaan dan kepuasan individu terhadap suatu teknologi atau sistem informasi. Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah model yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi. Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis, Bagozzi dan Warshaw pada tahun 1989. Davis (1989) dalam Surendran (2012) menjelaskan terdapat dua faktor utama seseorang mengadopsi sebuah teknologi yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Sedangkan persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan mengurangi usaha seseorang



Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis, 1989

Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dipengaruhi oleh variabel eksternal. Variabel eksternal biasanya terwujud dalam faktor sosial, faktor budaya, dan faktor politik. Faktor sosial termasuk bahasa, kemampuan, dan situasi. Faktor politik merupakan dampak penggunaan teknologi dalam politik dan krisis politik (Surendran, 2012). Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat akan menyebabkan timbulnya suatu sikap untuk menggunakan suatu sistem hingga pengguna akan menggunakan sistem secara nyata.

Technology Acceptance Model (TAM) selalu mengalami perkembangan. Menurut Momani(2010) terdapat tiga fase dalam perkembangan Technology Acceptance Model (TAM) yaitu fase adopsi, fase validasi, dan fase perpanjangan. Fase pertama peneliti melakukan pengujian dan adopsi terhadap TAM dalam sejumlah aplikasi sistem informasi. Fase kedua, peneliti mencatat bahwa TAM menggunakan pengukuran yang akurat mengenai perilaku individu dalam menerima berbagai teknologi. Fase ketiga akan terdapat berbagai penelitian baru mengenai pengembangan TAM.

Penelitian terhadap Technology Acceptance Model terus bertambah. Beberapa peneliti menambahkan variabel-variabel baru berdasarkan Technology

Acceptance Model (TAM). Dalam Chen (2011) menambahkan penyerapan kognitif, playfulness, dan self-efficacy sebagai faktor individu dalam menerima suatu teknologi berdasarkan Technology Acceptance Model. Chuttur (2009) melakukan duplikasi terhadap Technology Acceptance Model dengan menambahkan beberapa variabel seperti afektif dan kognitif. Chen (2011) menggabungkan Technology Acceptance Model dengan Theory of Planned Behavior (TPB) dengan menambahkan persepsi risiko untuk menjelaskan faktor individu dalam menggunakan internet banking.

Penelitian ini hanya menggunakan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai faktor utama seseorang menggunakan Go-Pay sebagai sarana pembayaran. Hal tersebut sesuai dengan Davis (1989) dalam Surendran (2012) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan faktor yang paling penting dalam mengadopsi suatu teknologi atau sistem baru. Peneliti menambahkan faktor-faktor lain sebagai variabel yang mempengaruhi individu dalam menggunakan Go-Pay sebagai sarana pembayaran seperti kepercayaan, *self-efficacy*, dan faktor sosial

2.2 Mobile payment

Pembayaran telah berkembang dari pembayaran menggunakan pertukaran fisik uang kertas atau koin menjadi pembayaran dengan metode transfer salah satunya mobile payment atau m-payment. M-payment merupakan metode pembayaran baru menggunakan smartphone sebagai sarana pembayaran. Mobile Payment atau m-payment berarti pengguna mengadopsi terminal seluler seperti smartphone untuk mengakses layanan pembayaran termasuk pembayaran tagihan

dan transfer (Yan, 2015). Meskipun mobile payment tidak mengganti pembayaran fisik secara keluruhan tetapi mobile payment telah bertindak sebagai metode pembayaran alternatif ketika seseorang tidak mempunyai dana dalam bentuk fisik. Dengan adanya mobile payment sebagai sarana pembayaran, maka smartphone tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga berfungsi sebagai sarana layanan baru untuk meningkatkan mobilitas pengguna.

Menurut Dennehy (2015), mobile payment atau m-payment didefinisikan sebagai transfer dana sebagai imbalan terhadap suatu barang atau jasa dengan melibatkan ponsel dalam inisiasi dan konfirmasi pembayaran. Pendapat lain dikemukakan oleh Bezhovski (2016) yang mendefinisikan mobile payment sebagai pembayaran melalui perangkat nirkabel seperti smartphone yang dianggap memberikan banyak kemudahan, mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan keamanan. Sedangkan menurut Liu (2016) mendefinisikan mobile payment atau m-payment sebagai metode pembayaran ketika uang ditransfer oleh pihak satu ke pihak yang lain menggunakan perangkat seluler tanpa perantara. Mobile payment merupakan metode pembayaran baru untuk membeli suatu barang atau jasa dengan menggunakan perangkat seluler, perangkat teknologi komunikasi dan internet. Metode pembayaran ini, perangkat seluler dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam pembayaran. Perangkat ini membantu pengguna untuk menghubungkan ke server ketika transaksi telah dilakukan dan dikonfirmasi.

Mobile payment memiliki beberapa manfaat bagi pengguna seperti pengguna dapat melakukan pembayaran dengan tempat dan waktu yang fleksibel, mengurangi biaya seperti biaya transportasi, meningkatkan efisiensi pengguna serta

mengurangi ketergantungan membawa uang secara tunai sehingga dapat mengurangi risiko pencurian dan tindakan kriminal lainnya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Mengadopsi Mobile Payment

1. Convenience

Menurut Bezhovski (2016) convenience atau kenyamanan dijelaskan sebagai konsistensi antara kemajuan dan pengalaman, nilai-nilai, dan kebutuhan konsumen. Pengguna mengadopsi mobile payment sebagai metode pembayaran karena sistem yang fleksibel dan mudah untuk diterapkan sehingga dapat digunakan sehari-hari seperti membeli makanan, membeli tiket bioskop, dan pembayaran-pembayaran kecil lainnya.

2. Complexity

Menurut Bezhovski (2016) menjelaskan kompleksitas dalam penggunaan berbagai metode pembayaran elektronik seperti penggunaan smart card dan mobile payment.

3. Cost

Penggunaan mobile payment dapat meningkatkan efisiensi biaya karena dengan adanya mobile payment pengguna dapat mengurangi biaya seperti biaya transportasi dan pihak lain dapat mengurangi biaya layanan tambahan.

4. Security and Trust

Pengguna percaya bahwa ketika pengguna menggunakan mobile payment data-data pribadi, integritas, dan reputasi pengguna akan dilindungi. Penggunaan mobile payment akan mengurangi risiko pencurian secara fisik tetapi dapat juga memunculkan risiko cyber crime sehingga diperlukan

kepercayaan pengguna ketika pengguna menggunakan mobile payment sebagai sarana pembayaran.

2.3 Jenis mobile payment

Pembayaran berdasarkan lokasi

1. Remote Transaction

Pengguna diharuskan untuk melakukan pengunduhan aplikasi atau pendaftaran layanan sehingga pengguna dapat melakukan pembayaran menggunakan perangkat seluler. Contoh pembayaran remote transaction adalah layanan top-up prabayar, mobile tickets, dan digital cash.

2. Local Transaction

Pengguna melakukan pembayaran dalam jarak dekat. Pengguna menggunakan kartu kredit, perangkat seluler atau tablet di terminal pembayaran ketika akan melakukan transaksi. Contoh pembayaran dalam kategori local transaction adalah penggunaan barcode. Pengguna harus melakukan scan terhadap barcode di terminal pembayaran untuk melakukan transaksi pembelian.

Pembayaran berdasarkan penanganan pembayaran

1. Pra-bayar

Pengguna harus membayarkan sejumlah dana sebelum melakukan pembayaran seperti pengisian saldo. Ketika pengguna melakukan transaksi maka saldo akan terpotong sesuai dengan biaya yang harus dibayarkan.

2. Pasca Bayar

Pengguna akan melakukan pembayaran setelah melakukan transaksi dalam periode tertentu. Biasanya pengguna akan melakukan pembayaran dalam periode bulanan sehingga pengguna akan melakukan pembayaran sesuai tagihan yang harus dibayar setiap bulan.

Go-pay merupakan dompet elektronik yang termasuk dalam kategori pra-bayar karena pengguna harus melakukan top-up saldo untuk melakukan pembayaran. Top-up dapat dilakukan secara langsung melalui minimarket dan driver atau melalui rekening bank yang bekerjasama dengan perusahaan Go-jek. Go-pay termasuk mobile payment yang dapat dilakukan baik dari jarak jauh maupun jarak dekat sehingga Go-pay termasuk kategori *remote transaction* dan *local transaction*

2.4 Go-Pay

Go-pay merupakan salah satu fitur berupa dompet elektronik yang dikembangkan oleh gojek sebagai alat pembayaran ketika menggunakan aplikasi gojek. Go-jek atau PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menawarkan jasa ojek berbasis online pertama di Indonesia. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta. Selama beberapa tahun Go-jek memperluas pasar hingga saat ini telah menjangkau lebih dari 50 kota di Asia Tenggara dan diperkirakan akan terus berkembang (2019).

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau Go-jek memiliki tiga pilar utama dalam menjalankan perusahaan yaitu speed, innovation, social impact. Tiga pilar tersebut menjadi prinsip Go-jek untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan selalu

meningkatkan pelayanannya sehingga dapat memberikan dampak yang positif kepada para pengguna Go-jek.

Perusahaan Go-jek pada awalnya hanya menawarkan jasa berupa Go-ride yaitu jasa transportasi motor berbasis aplikasi online hingga pada akhirnya Go-jek memperluas jaringan dan mengembangkan berbagai macam jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti Go-ride, Go-car, Go-food, Go-clean, Go-glam, Go-auto, Go-shop, Go-send, Go-Bluebird, Go-deals, Go-pulsa, Go-box, Go-mart, Go-laundry, Go-med, Go-massage. Go-ride, Go-car, dan Go Bluebird merupakan jasa yang ditawarkan perusahaan Go-jek sebagai jasa transportasi, Go-food merupakan jasa untuk pembelian makanan, Go-clean merupakan jasa bersih-bersih kamar kost atau rumah, Go-auto merupakan jasa cuci mobil atau motor, Go-shop dan Go-mart merupakan jasa layanan untuk melakukan pembelian atau belanja instan, Go-Laundry merupakan jasa laundry atau mencuci pakaian, Go-send merupakan jasa layanan pengiriman barang sedangkan Go-box merupakan layanan pengiriman barang dengan menggunakan kendaraan pick-up atau truk yang dapat digunakan ketika seseorang melakukan pindahan sehingga perlu memindahkan barang yang cukup banyak, Go-med merupakan layanan pembelian obat, Go-pulsa merupakan layanan pembelian pulsa, dan Go-massage merupakan layanan private massage.

Perusahaan Go-jek memiliki dua metode pembayaran ketika pengguna menggunakan jasa melalui aplikasi Go-jek yaitu cash dan non-cash. Metode cash berarti pengguna layanan membayar jasa dengan kas setelah memperoleh jasa dari Go-jek. Metode Non-cash berarti pengguna menggunakan dompet virtual yang dikembangkan oleh perusahaan Go-jek yaitu Go-pay. Pengguna yang melakukan

pembayaran melalui Go-pay harus melakukan top-up untuk mengisi saldo Go-pay. Top-up pembayaran dapat dilakukan melalui beberapa cara antara lain melalui driver Go-jek setelah menggunakan jasa Go-ride, Go-car, atau Go-food, melalui minimarket Alfamart, melalui ATM, melalui internet banking dan mobile banking.

Saat ini penggunaan Go-pay tidak hanya dalam aplikasi Go-jek tetapi dapat juga dilakukan di luar aplikasi Go-jek. Komposisi transaksi Go-pay seimbang sebesar 50:50 antara aplikasi dan di luar aplikasi. Hingga April 2019 pertumbuhan transaksi Go-pay di luar layanan meningkat sebesar 25 kali lipat. Go-pay telah bermitra dengan 28 institusi keuangan, ratusan ribu usaha di 370 kota di Indonesia.

Peningkatan Go-pay di luar aplikasi mempermudah masyarakat yang tidak memiliki uang tunai ketika melakukan transaksi seperti berbelanja atau membeli makanan di tempat-tempat yang sudah bermitra dengan GO-jek. Selain itu, terdapat penawaran cashback yang sering dilakukan sehingga masyarakat seringkali diuntungkan dengan penawaran tersebut dan loyal dalam menggunakan Go-pay sebagai metode pembayaran.

Keuntungan Membayar Menggunakan Go-Pay

1. Transaksi Mudah

Transaksi hanya melalui aplikasi yang terdapat dalam perangkat seluler.

2. Hemat Waktu

Pihak yang menerima pembayaran tidak perlu mencari uang kembalian karena pembayaran dilakukan dengan memotong saldo Go-Pay dari

pengguna sehingga dapat meningkatkan efisiensi baik pihak pengguna dan pihak yang menerima pembayaran.

3. Bonus

Perusahaan Go-jek memberikan penawaran menarik seperti pemotongan biaya pengiriman, pemotongan biaya jasa transportasi seperti Go-car dan Go-ride ketika melakukan pembayaran menggunakan Go-pay dalam aplikasi. Selain itu perusahaan Go-jek menawarkan program cashback ketika pengguna menggunakan Go-pay sebagai sarana pembayaran di luar aplikasi

2.5 Penelitian terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Terdahulu	Variabel	Hasil
1	Silva Cita Cania, 2018	Variabel Dependen : <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Go-Pay Variabel Independen : <ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan Produk • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Risiko • Kelemahan Produk • Reputasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. 2. Variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. 3. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. 4. Variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. 5. Variabel kelemahan produk tidak berpengaruh signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan. 6. Variabel reputasi berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan.

			<p>7. Variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan modera terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Gojek.</p> <p>8. Variabel persepsi manfaa berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Go-jek</p> <p>9. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Go-jek.</p> <p>10. Variabel persepsi risiko berpengaruh positif signifikan lemah terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Go-Jek</p> <p>11. Variabel reputasi berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan Go-Pay pada pengemudi Go-jek.</p>
2	Maghfira, 2018	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Go-Pay <p>Variabel Intervensi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Risiko <p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan 	<p>1. Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi risiko.</p> <p>2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat.</p> <p>3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kemudahan menggunakan Go-Pay.</p> <p>4. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan Go-Pay.</p> <p>5. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan Go-Pay.</p> <p>6. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan Go-Pay.</p> <p>7. Persepsi manfaat dan kemudahan terbukti dapat menjadi variabel intervening terhadap variabel independen kepercayaan pada variabel dependen penggunaan Go-Pay.</p>
3	Nisa Indira Vhistika, 2017	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat menggunakan E-money <p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemahaman E-money 	<p>1. Tingkat pemahaman E-money berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-money.</p> <p>2. Kemanfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-money.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Kemanfaatan 	
4	Yaufi Indriyano, 2014	<p>Variabel Dependen : Minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga</p> <p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan • Persepsi kebermanfaatan • Persepsi risiko • Kepercayaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga 2. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif secara terhadap minat menggunakan ponsel pada nasabah CIMB Niaga 3. Persepsi risiko berpengaruh negatif secara signifikan minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga 4. Kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan rekening ponsel pada nasabah CIMB Niaga
5	Priyono, 2017	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niat Penggunaan <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kemudahan • Persepsi Manfaat • Persepsi Risiko • Kepercayaan • Kepuasan • Reputasi • Familiaritas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. 2. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat pengguna. 3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. 4. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. 5. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. 6. Kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. 7. Familiaritas berpengaruh positif terhadap kepercayaan. 8. Reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. 9. Familiaritas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan.
6	Abi Fadlan dan Rifki Yudhi Dewantara, 2018	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Mobile Banking <p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan • Persepsi kegunaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. 2. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

7	Gokhan Aydin dan Sebnem Burnaz, 2016	Variabel Dependen : <ul style="list-style-type: none"> • Minat penggunaan dompet elektronik Variabel Independen : <ul style="list-style-type: none"> • Personal Innovativeness • Perceived of Ease to Use • Perceived Compatibility • Perceived Usefulness • Perceived Security • Reward • Social Influence 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perceived Innovativeness memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik. 2. Perceived of ease to use memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik. 3. Perceived Compatibility memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik. 4. Perceived usefulness memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik. 5. Perceived Security memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik.
---	--------------------------------------	---	---

2.6 Kepercayaan (trust)

Go-pay merupakan salah satu fitur berupa dompet elektronik yang dikembangkan oleh gojek sebagai alat pembayaran ketika menggunakan aplikasi gojek. Go-jek atau PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menawarkan jasa ojek berbasis online pertama di Indonesia. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta. Selama beberapa tahun Go-jek memperluas pasar hingga saat ini telah menjangkau lebih dari 50 kota di Asia Tenggara dan diperkirakan akan terus berkembang (2019)

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau Go-jek memiliki tiga pilar utama dalam menjalankan perusahaan yaitu speed, innovation, social impact. Tiga pilar tersebut menjadi prinsip Go-jek untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan selalu meningkatkan pelayanannya sehingga dapat memberikan dampak yang positif kepada para pengguna Go-jek.

Perusahaan Go-jek pada awalnya hanya menawarkan jasa berupa Go-ride yaitu jasa transportasi motor berbasis aplikasi online hingga pada akhirnya Go-jek memperluas jaringan dan mengembangkan berbagai macam jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti Go-ride, Go-car, Go-food, Go-clean, Go-glam, Go-auto, Go-shop, Go-send, Go-Bluebird, Go-deals, Go-pulsa, Go-box, Go-mart, Go-laundry, Go-med, Go-massage. Go-ride, Go-car, dan Go Bluebird merupakan jasa yang ditawarkan perusahaan Go-jek sebagai jasa transportasi, Go-food merupakan jasa untuk pembelian makanan, Go-clean merupakan jasa bersih-bersih kamar kost atau rumah, Go-auto merupakan jasa cuci mobil atau motor, Go-shop dan Go-mart merupakan jasa layanan untuk melakukan pembelian atau belanja instan, Go-Laundry merupakan jasa laundry atau mencuci pakaian, Go-send merupakan jasa layanan pengiriman barang sedangkan Go-box merupakan layanan pengiriman barang dengan menggunakan kendaraan pick-up atau truk yang dapat digunakan ketika seseorang melakukan pindahan sehingga perlu memindahkan barang yang cukup banyak, Go-med merupakan layanan pembelian obat, Go-pulsa merupakan layanan pembelian pulsa, dan Go-massage merupakan layanan private massage.

Perusahaan Go-jek memiliki dua metode pembayaran ketika pengguna menggunakan jasa melalui aplikasi Go-jek yaitu cash dan non-cash. Metode cash berarti pengguna layanan membayar jasa dengan kas setelah memperoleh jasa dari Go-jek. Metode Non-cash berarti pengguna menggunakan dompet virtual yang dikembangkan oleh perusahaan Go-jek yaitu Go-pay. Pengguna yang melakukan pembayaran melalui Go-pay harus melakukan top-up untuk mengisi saldo Go-pay. Top-up pembayaran dapat dilakukan melalui beberapa cara antara lain melalui

driver Go-jek setelah menggunakan jasa Go-ride, Go-car, atau Go-food, melalui minimarket Alfamart, melalui ATM, melalui internet banking dan mobile banking.

Saat ini penggunaan Go-pay tidak hanya dalam aplikasi Go-jek tetapi dapat juga dilakukan di luar aplikasi Go-jek. Komposisi transaksi Go-pay seimbang sebesar 50:50 antara aplikasi dan di luar aplikasi. Hingga April 2019 pertumbuhan transaksi Go-pay di luar layanan meningkat sebesar 25 kali lipat. Go-pay telah bermitra dengan 28 institusi keuangan, ratusan ribu usaha di 370 kota di Indonesia (Syarizka,2019).

Peningkatan Go-pay di luar aplikasi mempermudah masyarakat yang tidak memiliki uang tunai ketika melakukan transaksi seperti berbelanja atau membeli makanan di tempat-tempat yang sudah bermitra dengan GO-jek. Selain itu, terdapat penawaran cashback yang sering dilakukan sehingga masyarakat seringkali diuntungkan dengan penawaran tersebut dan loyal dalam menggunakan Go-pay sebagai metode pembayaran

Keuntungan Membayar Menggunakan Go-Pay

1. Transaksi Mudah

Transaksi hanya melalui aplikasi yang terdapat dalam perangkat seluler.

2. Hemat Waktu

Pihak yang menerima pembayaran tidak perlu mencari uang kembalian karena pembayaran dilakukan dengan memotong saldo Go-Pay dari pengguna sehingga dapat meningkatkan efisiensi baik pihak pengguna dan pihak yang menerima pembayaran.

3. Bonus

Perusahaan Go-jek memberikan penawaran menarik seperti pemotongan biaya pengiriman, pemotongan biaya jasa transportasi seperti Go-car dan Go-ride ketika melakukan pembayaran menggunakan Go-pay dalam aplikasi. Selain itu perusahaan Go-jek menawarkan program cashback ketika pengguna menggunakan Go-pay sebagai sarana pembayaran di luar aplikasi

2.7 Persepsi manfaat

Manfaat merupakan salah satu faktor yang menentukan seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi baru. Menurut Davis (1989) persepsi manfaat merupakan persepsi yang mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerja. Definisi persepsi manfaat juga dikemukakan oleh peneliti lain. Menurut Liu dan Tai (2016) persepsi manfaat adalah kepercayaan konsumen terhadap ekspektasi konsumen mengenai suatu layanan baru yang akan memberikan lebih banyak manfaat dibandingkan menggunakan layanan secara tradisional kepada seseorang yang menggunakannya. Persepsi manfaat merupakan kemungkinan secara subjektif bahwa dengan teknologi seseorang dapat meningkatkan kinerja seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Dalam penelitian ini persepsi manfaat merupakan persepsi yang mencerminkan bahwa dengan menggunakan mobile payment seperti Go-Pay dapat meningkatkan kinerja seseorang.

Seseorang yang menggunakan mobile payment seperti Go-Pay percaya bahwa menggunakan Go-Pay akan meningkatkan kinerjanya. Penggunaan mobile payment dipercaya dapat memberikan manfaat dibandingkan harus membawa uang fisik secara langsung. Penggunaan mobile payment dapat meningkatkan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi, terhindar dari risiko kejahatan karena tidak memerlukan membawa uang fisik secara langsung, memperoleh kenyamanan ketika melakukan transaksi.

Menurut Dewantara (2018) persepsi manfaat diukur melalui beberapa indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah, serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Indikator persepsi manfaat menurut Fakhrurozi (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat diukur oleh beberapa indikator seperti menjadikan lebih mudah, berguna, menambah produktivitas, dan meningkatkan kinerja

2.8 Persepsi kemudahan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan membebaskan seseorang dari sebuah usaha. Definisi persepsi kemudahan juga dikemukakan oleh peneliti lain. Liu dan Tai (2016) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai sejauh mana pengguna mengerti dalam menggunakan sistem baru dan sejauh mana kenyamanan yang pengguna rasakan ketika menggunakan suatu sistem yang baru. Berdasarkan

pengertian tersebut, persepsi kemudahan diartikan sebagai persepsi seseorang ketika menggunakan teknologi baru bahwa teknologi tersebut mudah dimengerti, dipelajari, dan mudah digunakan. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa seseorang dapat mengerti, mempelajari, dan menggunakannya dengan mudah ketika menggunakan mobile payment.

Menurut Anjelina (2018) persepsi kemudahan memengaruhi secara tidak langsung dengan memediasi persepsi manfaat dengan mobile payment. Suatu sistem yang lebih mudah digunakan pada akhirnya menjadi lebih bermanfaat untuk digunakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anjelina (2018), persepsi kemudahan dapat diukur dengan beberapa indikator seperti kemudahan ketika menjalankan teknologi baru, kemudahan operasional, mudah diingat, kesesuaian terhadap keinginan pengguna, fleksibilitas, mudah diterapkan. Penelitian ini akan menambah satu indikator yaitu mudah dimengerti

2.9 Self efficacy

Menurut Dippenaar (2017) self efficacy merupakan pertimbangan atas kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan seseorang dalam menggunakan suatu mobile payment. Definisi tersebut relevan dengan definisi self efficacy yang dikemukakan oleh Anthony, dkk (2017) yang menyatakan bahwa self-efficacy adalah pertimbangan seseorang terhadap

kapabilitas seseorang dalam mengatur dan melakukan suatu aktivitas untuk mencapai suatu kinerja.

Dippenaar (2017) menyatakan ketika konsumen memiliki kepercayaan terhadap kemampuan konsumen dalam menggunakan mobile payment, maka konsumen akan memiliki kemauan yang tinggi dalam menggunakan mobile payment.

Pratiwi (2018) menyatakan self efficacy diukur dengan beberapa indikator seperti pengalaman, komentar orang lain, rekomendasi dari teman atau kerabat. Pada penelitian ini self-efficacy akan diukur dengan menggunakan indikator kemampuan, pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan rekomendasi dari teman atau kerabat

2.10 Hipotesis

2.10.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

Junniwati (2014) menyatakan persepsi manfaat merupakan persepsi yang mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat terhadap penggunaan Go-Pay merupakan persepsi yang mencerminkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan Go-Pay sebagai media pembayaran akan meningkatkan kinerja pengguna.

Penggunaan Go-Pay dipercaya akan mempermudah pekerjaan pengguna, meningkatkan efisiensi waktu, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kinerja pengguna. Sehingga penggunaan Go-Pay dapat dipercaya akan

memberikan manfaat kepada penggunanya dan meningkatkan keinginan pengguna untuk terus menggunakan Go-Pay sebagai media pembayaran.

Penelitian-penelitian mengenai pembayaran elektronik menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan mobile payment. Penelitian yang dilakukan oleh Vhistika (2017) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian juga dilakukan oleh Priyono (2017) , Cania (2018) , dan Maghfira (2018) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1: Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.10.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

Davis (1989) menyatakan persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan membebaskan seseorang dari suatu usaha. Dengan adanya faktor persepsi kemudahan, pengguna percaya bahwa Go-Pay mudah diadopsi, dimengerti dan diterapkan sehingga pengguna akan terus memiliki minat untuk menggunakan Go-Pay sebagai media pembayaran. Persepsi kemudahan menjadi faktor utama seseorang menggunakan mobile payment. Jika seseorang merasa bahwa mobile payment mudah digunakan maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan mobile payment sebagai media pembayaran. Menurut Aydin

(2016) persepsi kemudahan merupakan faktor terbesar yang memengaruhi seseorang menerima sebuah teknologi baru.

Penelitian-penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan mobile payment. Penelitian yang dilakukan oleh Indriyano (2014), Maghfira (2018), Cania (2018), Aydin dan Burnaz (2016), Fadlan dan Dewantara (2018) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat pembayaran elektronik. Uraian tersebut dapat menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2: Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

2.10.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

Kepercayaan merupakan salah faktor utama seseorang untuk menggunakan mobile payment seperti Go-Pay sebagai sarana dalam melakukan transaksi. Menurut Suheiber (2016) kepercayaan merupakan keyakinan positif seseorang mengenai keandalan, ketergantungan, dan kepercayaan diri pada seseorang, objek, maupun proses. Faktor kepercayaan mencakup tiga dimensi yaitu kemampuan (ability), integrity (integritas), kebajikan (benevolence).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile payment. Penelitian yang dilakukan oleh Indriyano (2014), menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile payment. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

H3: Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

2.10.4 Pengaruh self efficacy terhadap Minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

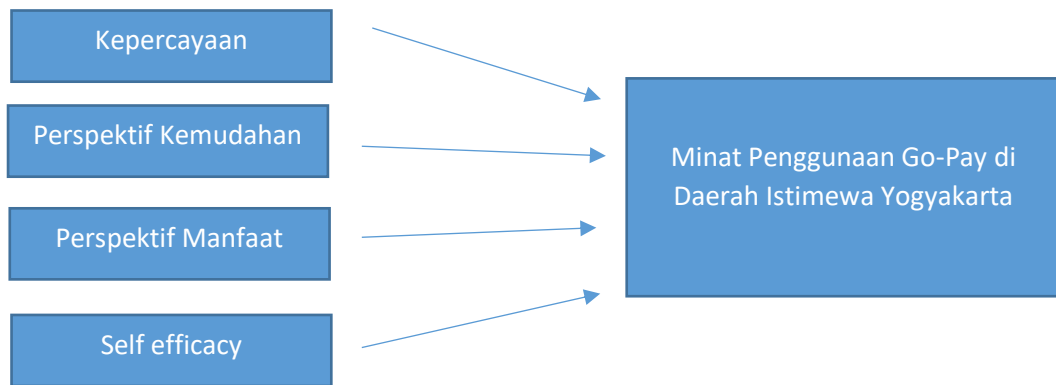
Self efficacy merupakan pertimbangan atas kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan seseorang dalam menggunakan suatu sistem (Dippenaar, 2017). Ketika seseorang merasa memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menggunakan suatu teknologi baru maka seseorang akan memiliki minat untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian-penelitian sebelumnya menyatakan bahwa self-efficacy memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Go-Pay. Penelitian yang dilakukan oleh (Cania, 2018) menyatakan bahwa self-efficacy memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile payment. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H4: Self-efficacy memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta

Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis dalam penelitian, maka diperoleh kerangka kerja penelitian sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Kerangka Kerja Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan sampel

3.1.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Wiratna, 2016). Populasi dari penelitian ini meliputi masyarakat yogyakarta yang menggunakan Go-Pay sebagai sarana pembayaran di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah pengguna Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak bisa dipastikan karena jumlah pengguna Go-Pay yang begitu besar dan tidak menemukan sumber data yang valid mengenai jumlah keseluruhan pengguna Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.1.2 Sampel

Sampel merupakan proses pemilihan elemen dari sejumlah populasi (Syafira, 2015). Sampel digunakan untuk mempermudah peneliti karena jumlah populasi yang relatif besar. Sampel akan diambil dari populasi. Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah menggunakan Go-Pay sebagai sarana pembayaran.

Menurut Sugiono (2007) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling yaitu purposive sampling. Purposive Sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu

(Wiratna, 2016). Penelitian ini juga menggunakan teknik Sampling Insidental. Sampling Insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang ditemui sesuai kriteria sebagai sumber data. Teknik Purposive Sampling dan Sampling Insidental digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mencari responden penelitian. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan oleh peneliti dalam penentuan sampel, antara lain :

1. Masyarakat yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Pernah melakukan transaksi menggunakan Go-Pay selama tahun setahun terakhir.

Jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti sehingga jumlah sampel dalam penelitian harus diambil lebih dari 100 orang karena jumlah populasi yang relatif besar

3.2 Metode pengambilan data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah suatu pertanyaan yang tertulis yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti dan harus dijawab oleh responden. Responden akan diberikan beberapa pertanyaan dan menjawab sesuai alternatif jawaban yang telah dibuat oleh peneliti. Kuesioner digunakan sebagai metode pengambilan data karena biaya yang diperlukan sedikit, pengumpulan data mudah, dan peneliti dihadapkan dengan jumlah responden yang cukup banyak dan lokasi tersebar. Peneliti menggunakan kuesioner bersifat tertutup dan menggunakan skala likert sehingga responden hanya

memberi jawaban melalui alternatif jawaban yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti. Peneliti akan membuat lima pilihan jawaban, yaitu :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Skala likert digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena ingin diketahui oleh peneliti. Peneliti akan mendistribusikan kuesioner secara mandiri baik secara langsung maupun online melalui media google form. Data yang telah terkumpul akan dianalisis oleh peneliti melalui beberapa tahap pengujian.

3.3 Variabel

Variabel adalah segala faktor, kondisi, situasi, dan perlakuan (treatment) dan semua tindakan yang bisa dipakai untuk memenuhi hasil eksperimen (Wina Sanjaya, 2013). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

3.3.1 Variabel dependen Y

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah kondisi atau karakteristik yang berubah, yang muncul atau yang tidak muncul ketika peneliti memperkenalkan, mengubah dan mengganti variabel bebas (X) (Wina Sanjaya, 2013). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan

Go-Pay. Penggunaan Go-Pay merupakan tindakan nyata individu dalam menerima suatu teknologi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Instrumen pengukur variabel dependen dalam penelitian ini diukur berdasarkan tiga indikator yaitu penggunaan Go-Pay, akan menggunakan Go-Pay di masa mendatang, intensitas penggunaan Go-Pay, dan kesenangan dalam menggunakan Go-Pay.

3.3.2 Variabel Independen X

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah kondisi atau karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasikan dalam rangka untuk menerangkan hubunagnnya fenomena yang diobservasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan self-efficacy.

3.3.2.1 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mendasari seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi karena suatu teknologi baru seperti Go-Pay memiliki unsur ketidakpastian. Priyono (2017) menjelaskan dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Indikator yang terdapat dalam variabel kepercayaan adalah keamanan pengguna, dan kerahasiaan data pengguna.

3.3.2.2 Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan mengurangi usaha seseorang. Kemudahan dalam penelitian adalah kemudahan dalam mengadopsi Go-Pay dan kemudahan dalam menggunakan Go-Pay sehingga pengguna tidak perlu mengeluarkan usaha yang besar baik waktu dan tenaga selama mengadopsi dan menggunakan Go-Pay

3.3.2.3 Persepsi manfaat

Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja seseorang.

3.3.2.4 Self efficacy

Self-efficacy merupakan keyakinan seseorang atas pengetahuan dan kemampuan seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu.

3.4 Teknik pengujian data

Teknik pengujian data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian regresi berganda. Semua pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS.

3.4.1 Analisis deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan berbagai karakteristik suatu data. Statistik deskriptif dipaparkan dalam bentuk rata-rata, median, modus, kuartil, varian, dan standar deviasi. Statistik deskriptif berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut. Data-data statistik dapat diperoleh dari hasil sensus, survei, atau

pengamatan lainnya yang secara umum masih bersifat mentah, acak, dan tidak teorganisir. Data-data akan diringkas dalam bentuk tabel atau presentasi grafik sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah dikumpulkan dari para responden (Wiratna, 2016).

3.4.2 Uji validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner untuk melihat pertanyaan dalam kuisisioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data. Secara spesifik uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan untuk diuji validitasnya. Kelayakan suatu pertanyaan dinilai dengan membandingkan nilai r tabel dan r hitung. R tabel dihitung menggunakan degree of freedom (df) = $n-2$ dimana n merupakan jumlah sampel dalam penelitian dengan menggunakan sig 5%. Suatu pertanyaan dinilai layak atau valid apabila nilai r tabel lebih kecil daripada nilai r hitung (r tabel < r hitung). Penelitian ini mempunyai 150 responden sehingga diperoleh df sebesar 148. Uji validitas juga dapat diuji menggunakan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka terdapat korelasi antar variabel. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka tidak terdapat korelasi antar variabel.

3.4.3 Uji reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Uji pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha. Suatu pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai Alpha $> 0,5$.

3.4.4 Uji normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah data dalam penelitian terdistribusi normal. Apabila signifikansi memiliki nilai $0,05 (>0,05)$ maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari $0,05 (<0,05)$ maka dapat disimpulkan data tidak terdistribusi normal.

3.4.5 Uji heterokedastitas

Uji heterokedastitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan varian dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Suatu data dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari $0,05$. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari $0,05$ maka terjadi gejala heterokedastitas.

3.4.6 Uji regresi berganda

Pengujian regresi digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Peneliti menggunakan pengujian regresi berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen. Regresi berganda dinyatakan dalam formula :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Notasi :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta yang menunjukkan besar nilai Y bila nilai X=0

b_1 - b_n = Konstanta yang menunjukkan besar peran X dalam menentukan besar Y

X_1 - X_n = Variabel independen

ε = Error

Hasil pengujian regresi berganda dapat dilihat dengan memperhatikan nilai *P value* dan signifikansi alpha (α). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan signifikansi alpha sebesar 0,05. Variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) apabila nilai *P value* lebih kecil daripada nilai signifikansi alpha ($P \text{ value} < \text{sig } \alpha$).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai analisis data dan pembahasan, tentang pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan *self-efficacy* terhadap minat masyarakat menggunakan Go-Pay sebagai alat pembayaran. Dalam bab ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu : bagian pertama, hasil pengumpulan data yang mengenai jumlah data yang berhasil didapatkan dan siap dianalisis. Bagian kedua, menjelaskan mengenai deskripsi responden seperti usia responden, jenis kelamin responden, pekerjaan responden, jejang pendidikan yang terakhir ditempuh, profesi responden, dan daerah asal responden. Bagian ketiga, merupakan bagian berkaitan dengan hasil pengujian seperti uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis.

4.1 Hasil pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kuesioner. Kuesioner dibuat secara *digital* menggunakan media *google form* dan disebar melalui *social media*. Peneliti telah menetapkan jumlah responden sebanyak 150 responden dengan menggunakan media *google form* dan data yang telah diperoleh akan diolah menggunakan software SPSS 25.

4.2 Analisis karakteristik responden

Karakteristik responden merupakan gambaran yang menjelaskan karakteristik responden. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini merupakan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan Go-Pay.

Karakteristik responden dijelaskan berdasarkan jenis kelamin responden, usia responden, daerah asal responden, pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden, profesi responden. Karakteristik responden diperoleh dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti melalui *social media*. Pada karakteristik responden saya menggunakan *microsoft excel* sebagai alat dalam membuat tabel persentase.

4.2.1 Jenis kelamin

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, tabel berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	91	60,7
Perempuan	59	39,3
Total	150	100

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 60,7% dari total responden memiliki jenis kelamin laki-laki dan 39,3% memiliki jenis kelamin perempuan.

4.2.2 Usia responden

Pengguna Go-Pay terdiri dari beberapa usia. Dalam penelitian ini usia responden dibagi menjadi empat kategori yaitu kategori usia di bawah 20 tahun (<20 tahun), kategori usia antara 21 sampai dengan 30 tahun, kategori usia antara 31 sampai dengan 40 tahun, dan kategori usia di atas 40 tahun (>40

tahun). Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, tabel berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan usia responden.

Tabel 4. 2 Perentase Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 tahun	52	34,7
21-30 tahun	72	48
31-40 tahun	11	7,3
>40 tahun	15	10
Total	150	100

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden yang memiliki usia di bawah 20 tahun memiliki persentase sebesar 34,7% dari seluruh jumlah responden yakni 150 responden . Hal tersebut berarti jumlah responden yang memiliki usia di bawah 20 tahun sebanyak 52 responden. Pada kategori usia 21-30 tahun, berdasarkan hasil pengumpulan data memperoleh persentase terbesar yaitu 48%. Hal tersebut berarti jumlah responden yang memiliki usia antara 21-30 tahun sebanyak 72 responden. Pada kategori usia 31-40 tahun, berdasarkan hasil pengumpulan data memperoleh persentase terkecil dibandingkan tiga kategori lainnya yaitu sebesar 7,3% dari total keseluruhan responden. Pada kategori usia di atas 40 tahun, berdasarkan hasil pengumpulan data memperoleh persentase sebesar 10%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia di atas 40 tahun sebanyak 15 responden.

4.2.3 Domisili responden

Penelitian ini ditujukan kepada pengguna Go-Pay yang berasal dari provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta terdiri dari empat kabupaten dan satu kodya yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten

Gunungkidul, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulonprogo, dan Kodya Yogyakarta. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, tabel berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan domisili responden.

Tabel 4. 3 Persentase Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Persentase
Kodya Yogyakarta	58	38,7
Kabupaten Sleman	65	43,3
Kabupaten Bantul	16	10,7
Kabupaten Kulonprogo	9	6
Kabupaten Gunungkidul	2	1,3
Total	150	100

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pengguna Go-Pay yang berasal dari Kabupaten Sleman memiliki persentase tertinggi dibandingkan dengan empat wilayah lainnya yakni sebesar 43,3%. Hasil tersebut menunjukkan sebanyak 65 dari 150 responden berasal dari Kabupaten Sleman. Wilayah kedua yang memiliki persentase tertinggi setelah Kabupaten Sleman adalah Kodya Yogyakarta dengan persentase sebesar 38,7%. Hasil tersebut menunjukkan 58 dari 150 responden berasal dari Kodya Yogyakarta.

4.2.4 Pendidikan terakhir responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir responden terdiri dari pendidikan SMP, SMA / SMK, Diploma, Strata 1 (S1) , Strata 2 (S2), dan Strata 3 (S3). Pendidikan terakhir responden digunakan sebagai karakteristik responden untuk mengetahui tingkat pendidikan yang telah ditempuh oleh responden sebagai pengguna Gojek.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, tabel berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden.

Tabel 4. 4 Persentase Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	4	2,7
SMA/SMK	90	60
Diploma	4	2,7
Sarjana (S1)	45	30
Pasca Sarjana (S2)	6	4
Doktor (S3)	1	0,7
Total	150	100

Pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pendidikan terakhir yang ditempuh sebagian besar responden penelitian adalah SMA dengan persentase sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa 90 dari 150 responden memiliki pendidikan terakhir SMA atau setaranya. Sedangkan responden yang memiliki pendidikan terakhir diploma sebesar 2,7% atau 4 orang dari 150 responden. Tingkat pendidikan lainnya seperti sarjana memiliki persentase sebesar 30% atau sebanyak 45 orang, Pasca Sarjana memiliki persentase 4% atau sebanyak 6 orang, dan pendidikan Doktoral sebesar 0,7% atau sebanyak 1 orang. Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA atau SMK dan Sarjana (S1).

4.2.5 Profesi responden

Pengguna Go-Pay terdiri dari orang-orang yang memiliki profesi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini profesi responden terdiri dari pelajar, mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan swasta, wiraswasta, ibu

rumah tangga, pencari kerja dan lain-lain. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, tabel berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan profesi responden.

Tabel 4. 5 Persentase Profesi Responden

Profesi	Frekuensi	Persentase
mahasiswa	90	60
pegawai swasta	14	9,3
Wiraswasta	5	3,3
Ibu rumah tangga	3	2
Pelajar	20	13,3
pegawai negeri sipil	11	7,3
lain-lain	7	4,8
Total	150	100

Pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki profesi yang beragam. Berdasarkan hasil penyebaran data kuesioner menunjukkan bahwa 60% dari total keseluruhan responden adalah mahasiswa. Hal tersebut berarti 90 dari 150 responden memiliki profesi sebagai mahasiswa. Profesi yang memiliki persentase tertinggi kedua diduduki oleh profesi pelajar dengan persentase sebesar 13,3% atau sebanyak 20 orang. Responden lain memiliki profesi sebagai pegawai swasta dengan persentase sebesar 9,3% atau sebanyak 14 orang, Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan persentase 7,3% atau sebanyak 11 orang, wiraswasta memiliki persentase sebesar 3,3% atau sebanyak 5 orang, dan ibu rumah tangga dengan persentase 2% atau sebanyak 3 orang. Persentase 4,8% diduduki oleh profesi lain-lain yang terdiri dari beberapa profesi seperti freelancer, analis, pendidik, penulis, dan guru honorer.

4.3 Uji validitas

Pada penelitian ini, kelayakan suatu pertanyaan akan diuji dengan membandingkan nilai signifikansinya. Apabila nilai sig kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka dapat disimpulkan terdapat korelasi antar variabel. Jika nilai sig lebih dari 0,05 ($>0,05$) maka dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi antar variabel.

Tabel 4. 6 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat

No Item	Sig		kriteria
X.1.1	0,041	0,05	VALID
X.1.2	0,000	0,05	VALID
X.1.3	0,000	0,05	VALID
X.1.4	0,000	0,05	VALID

Tabel 4.6 merupakan tabel yang menunjukkan kelayakan pertanyaan pada variabel persepsi manfaat. Tabel 4.6 menunjukkan setiap butir-butir pertanyaan pada persepsi manfaat memiliki signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan butir-butir pertanyaan pada variabel persepsi manfaat adalah valid atau layak

Tabel 4. 7 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan

No Item	Sig		kriteria
X.2.1	0,000	0,05	VALID
X.2.2	0,000	0,05	VALID
X.2.3.	0,000	0,05	VALID
X.2.4.	0,000	0,05	VALID

Tabel 4. merupakan tabel yang menunjukkan kelayakan pertanyaan pada variabel persepsi kemudahan (*easy to use*). Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa setiap butir-butir pertanyaan pada variabel persepsi kemudahan (*easy to use*) memiliki

signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan butir-butir pertanyaan pada variabel persepsi kemudahan adalah valid.

Tabel 4. 8 Hasil Perolehan Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No Item	Sig		kriteria
X.3.1	0,000	0,05	VALID
X.3.2	0,000	0,05	VALID
X.3.3.	0,000	0,05	VALID
X.3.4.	0,000	0,05	VALID

Tabel 4.8 merupakan tabel yang menunjukkan kelayakan pertanyaan pada variabel kepercayaan (*trust*). Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa setiap butir-butir pertanyaan pada variabel kepercayaan (*trust*) memiliki signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan butir-butir pertanyaan pada variabel kepercayaan adalah valid.

Tabel 4. 9 Hasil Perolehan Uji Validitas Varibel Self-Efficacy

No Item	Sig		kriteria
X.4.1	0,000	0,05	VALID
X.4.2	0,000	0,05	VALID
X.4.3.	0,000	0,05	VALID
X.4.4.	0,000	0,05	VALID
X.4.5.	0,000	0,05	VALID

Tabel 4.9 merupakan tabel yang menunjukkan kelayakan pertanyaan pada variabel *self-efficiency*. Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa setiap butir-butir pertanyaan pada variabel *self-efficiency* memiliki signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan butir-butir pertanyaan pada variabel *self-efficiency* adalah valid.

Tabel 4. 10 Hasil Perolehan Uji Validitas pada Minat Penggunaan Go-Pay

No Item	Sig		kriteria
Y.1	0,000	0,05	VALID
Y.2	0,000	0,05	VALID
Y.3	0,000	0,05	VALID
Y.4	0,000	0,05	VALID

Tabel 4.10 merupakan tabel yang menunjukkan kelayakan pertanyaan pada variabel dependen yaitu minat penggunaan Go-Pay. Pada Tabel 4.10 ditunjukkan bahwa setiap butir-butir pertanyaan pada variabel dependen penelitian memiliki signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan butir-butir pertanyaan pada variabel dependen adalah valid.

4.4 Uji reliabilitas

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbachs Alpha	N of Items
0,92	22

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel

Item Total Statistics						
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item-Total Correlation	Cronbachs Alpha if Item Deleted	Sig	Reability
X1.1	71,5267	85,620	0,478	0,918	0,050	RELIABLE
X1.2	71,1333	85,391	0,522	0,917	0,050	RELIABLE
X1.3	71,5133	83,822	0,516	0,917	0,050	RELIABLE
X1.4	71,0200	84,463	0,608	0,915	0,050	RELIABLE

X2.1	70,7867	85,592	0,649	0,915	0,050	RELIABLE
X2.2	70,7533	85,355	0,689	0,915	0,050	RELIABLE
X2.3	70,7867	85,028	0,691	0,914	0,050	RELIABLE
X2.4	70,8333	85,496	0,644	0,915	0,050	RELIABLE
X2.5	70,8333	85,710	0,622	0,915	0,050	RELIABLE
X3.1	71,4333	83,147	0,588	0,915	0,050	RELIABLE
X3.2	71,2000	83,799	0,629	0,915	0,050	RELIABLE
X3.3	70,6400	81,682	0,596	0,916	0,050	RELIABLE
X3.4	71,1600	84,431	0,634	0,915	0,050	RELIABLE
X4.1	71,1333	83,902	0,609	0,915	0,050	RELIABLE
X4.2	70,8000	85,664	0,480	0,918	0,050	RELIABLE
X4.3	70,8267	85,231	0,628	0,915	0,050	RELIABLE
X4.4	70,8067	85,365	0,649	0,915	0,050	RELIABLE
X4.5	71,0667	82,183	0,370	0,926	0,050	RELIABLE
Y.1	70,9667	83,388	0,734	0,913	0,050	RELIABLE
Y.2	71,2267	84,660	0,511	0,917	0,050	RELIABLE
Y.3	71,4600	83,337	0,536	0,917	0,050	RELIABLE
Y.4	71,3333	82,975	0,596	0,915	0,050	RELIABLE

Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel (dapat dipercaya) apabila nilai croncachs alpha memiliki nilai di atas 0,050 (>0,605). Dalam Tabel 4.11 nilai conbarch memiliki nilai 0,92 sehingga dapat disimpulkan bahwa insttrumen dalam penelitian ini bersifat reliabel (dapat dipercaya). Sedangkan pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai ctoncachs alpha di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner bersifat reliabel (dapat dipercaya).

4.5 Uji asumsi klasik

4.5.1 Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian memiliki distribusi normal. Berikut merupakan hasil pengujian uji normalitas menggunakan SPSS 25 :

Tabel 4. 13 Hasil Perolehan Uji Normalitas pada Masing-Masing Variabel Independen

variabel	Sig		Kriteria
Persepsi manfaat	0,096	0,05	Terdistibusi normal
Persepsi kemudahan	0,200	0,05	Terdistibusi normal
Kepercayaan	0,182	0,05	Terdistibusi normal
Self-efficiency	0,119	0,05	Terdistibusi normal

Uji normalitas merupakan suatu pengujian untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, data yang terdistribusi normal memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($>0,05$). Pada Tabel 4.13 dapat dilihat hasil uji normalitas terhadap 4 variabel. Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel persepsi manfaat bernilai 0,096. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Pada variabel persepsi kemudahan, nilai signifikan memiliki hasil 0,200. Sehingga data pada variabel persepsi kemudahan terdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Pada variabel kepercayaan, dalam Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel kepercayaan memiliki signifikansi 0,182. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel kepercayaan terdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Pada variabel *self-efficiency*, dalam Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel *self-efficiency* memiliki signifikansi 0,119. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada

variabel *self-efficacy* terdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

4.5.2 Uji heterokedastitas

Uji heterokedastitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan dari nilai residual dalam model regresi. Jika nilai signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan tidakterdapat gejala heterokedastitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan terjadi gejala heterokedastitas.

Tabel 4. 14 Hasil Perolehan Pengujian Heterokedastitas pada Masing-Masing Variabel

Variabel	Sig		Kriteria
Persepsi manfaat	0,009	0,05	terjadi gejala heterokedastitas
Persepsi kemudahan	0,605	0,05	tidak terjadi gejala heterokedastitas
Kepercayaan	0,245	0,05	tidak terjadi gejala heterokedastitas
Self-efficacy	0,120	0,05	tidak terjadi gejala heterokedastitas

Tabel 4.14 merupakan tabel hasil dari pengujian heterokedastitas. Pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa signifikansi pada variabel persepsi manfaat memiliki nilai 0,009. Nilai signifikansi pada variabel manfaat lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heterokedastitas pada variabel persepsi manfaat.

Variabel persepsi kemudahan memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,605. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastitas pada variabel kemudahan. Variabel kepercayaan memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,245. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastitas pada variabel kepercayaan. Variabel *self-efficacy* memiliki

signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,120. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastitas pada variabel *self-efficacy*

4.5.3 Uji regresi

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi

Variabel	koef.regresi	t hitung	Sig
Persepsi manfaat	0,078	4,938	0,000
Persepsi kemudahan	0,090	1,033	0,303
Kepercayaan	0,072	1,226	0,222
Self-efficiency	0,090	2,986	0,003

Tabel 4. 16 Nilai F hitung dan Adj R square Uji Regresi

F hitung	28,860
Adj R square	0,428

Tabel 4.15 merupakan tabel kesimpulan dari output hasil pengujian regresi berganda yang telah dilakukan. Berdasarkan dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa :

4.5.3.1 H1 atau hipotesis pertama diterima. Terdapat pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap minat penggunaan Go-Pay (Y).

Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, semakin tinggi manfaat yang diperoleh masyarakat dalam penggunaan Go-Pay, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan Go-Pay dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dengan demikian berarti masyarakat terdorong untuk menggunakan Go-Pay karena masyarakat telah merasakan manfaat Go-Pay secara riil termasuk keamanan dan kepraktisannya. Masyarakat tidak perlu menyediakan cash

dalam menggunakan berbagai fasilitas transaksi on-line, sehingga dari aspek kepraktisan dan keamanan akan lebih terjamin.

4.5.3.2 H2 atau hipotesis kedua ditolak. Tidak ada pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap minat penggunaan Go-Pay (Y).

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis tersebut, tinggi rendahnya aspek kemudahan tidak memengaruhi masyarakat di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menggunakan Go-Pay. Hal tersebut dapat kemungkinan disebabkan masyarakat menggunakan Go-Pay karena memang untuk menunjang kebutuhannya. Go-Pay membuat transaksi lebih praktis dan menyediakan berbagai fasilitas tambahan berupa berbagai program discount dan fasilitas lainnya. Jadi selain lebih praktis, konsumen juga bisa mendapatkan harga beli yang lebih murah dari pada jika menggunakan kas cara bertransaksinya.

4.5.3.3 H3 atau hipotesis ketiga ditolak. Tidak ada pengaruh kepercayaan (X3) terhadap minat penggunaan Go-Pay (Y).

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis ke tiga, faktor kepercayaan masyarakat tidak mempengaruhi penggunaan Go-Pay. Hal ini kemungkinan karena dengan adanya berbagai fasilitas dan berbagai factor kepraktisan dari Go-Pay, membuat masyarakat menjadi lebih yakin dalam menggunakan fasilitas Go-Pay. Selain itu, kebutuhan belanja on-line semakin meningkat karena pada era sekarang semakin marak bermunculan toko-toko on line yang menawarkan berbagai produk berkualitas dengan harga yang lebih murah. Hal

ini membuat Go-Pay menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat, sehingga keyakinan masyarakat tinggi dalam penggunaan Go-Pay. Dengan demikian factor kepercayaan sudah dianggap tidak penting lagi karena masyarakat sudah menganggap Go-Pay merupakan kebutuhan dalam melakukan belanja on-line.

4.5.3.3.4. H4 atau hipotesis keempat diterima. Terdapat pengaruh self-efficiency (X1) terhadap minat penggunaan Go-Pay (Y).

Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, aspek self-efficiency dapat memengaruhi tinggi dan rendahnya minat masyarakat di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menggunakan Go-Pay. Hal ini kemungkinan disebabkan diperlukannya pemahaman yang baik dalam penggunaan teknologi seperti pembayaran secara mobile. Dengan pemahaman yang benar dalam penggunaan Go-Pay pada transaksi on-line akan mempermudah dalam menggunakannya dan menekan terjadinya resiko atau dampak negatif dari penggunaan fasilitas on-line tersebut. Berdasarkan tabel 4.3. pengguna Go-Pay didominasi oleh masyarakat berusia 21-30 tahun yang merupakan usia produktif. Masyarakat usia produktif akan lebih cepat memahami dan beradaptasi dengan teknologi baru dibandingkan dengan masyarakat berusia lebih dari 40 tahun.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

1. Variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesimpulan ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maghfira (2018) dan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay.
2. Variabel persepsi kemudahan (*easy to use*) tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesimpulan ini memiliki kesamaan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Cita (2018), Maghfira (2018), dan Priyono (2017).
3. Variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesimpulan tersebut memiliki perbedaan dengan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yakni penelitian yang dilakukan oleh Priyono (2017), Indriyanto (2014), dan Maghfira (2018).
4. Variabel self-efficacy memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan Go-Pay di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesimpulan ini tidak dapat dibandingkan dengan peneliti sebelumnya karena pada penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel *self-efficacy* yang merupakan pengembangan penelitian.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel prediktor yang diduga mempengaruhi minat penggunaan Go-Pay. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel potensial lain yang lebih luas dalam meneliti minat penggunaan Go-Pay seperti persepsi risiko, security, dan awareness terhadap penggunaan Go-Pay, dan lain-lain.

5.2.2 Saran untuk masyarakat umum

Peneliti berharap masyarakat dapat memahami bahwa penggunaan Go-Pay dapat memberikan manfaat untuk mobilitas masyarakat seperti transaksi pemesanan makanan, memesan kendaraan, mengirim barang bahkan melakukan layanan sehari-hari.

5.3 Keterbatasan penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah responden yang cukup banyak dan bervariasi latar belakangnya, sehingga memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina. 2018. *Persepsi Konsumen pada Pelanggan E-Money*. *Journal of Applied Managerial Accounting*, Vol 2 (2), 219-231. Universitas Airlangga.
- Anthony, A, dkk. 2017. Mobile Payments : Adoption by US Consumers : an Extended TAM. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol 45 (6), 1-17. www.emeraldinsight.com/0959-0552.htm
- Aydin, G. 2016. *Adoption of Mobile Payment Systems : A Study on Mobile Wallets* dalam *Jurnal of Business, Economics and Finance Volume 5* (1). Press Academia.
- Bezhovski, Z. 2016. *The Future of Mobile Payment as Electronic Payment System*. *European Journal of Business and Management*, 8 (8). Goce Delchev University.
- Cania, S.C. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay pada Pelanggan maupun Pengemudi Go-Jek*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, 2018).
- Chuttur, Mohammad. 2009. *Overview of Technology Acceptance Model : Origins, Developments and Future Directions*. 9-37. Indiana University.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use, and User of Acceptance of Information Technology*. Vol 13 (3), 319-340. Management Information System Research Center, University of Minnesota.
- Dennehy, D. & David S. 2015. *Trends in Mobile Payment Research : A Literature Review*. *Journal Of Innovation Management*, 3 (1), 49 – 61. Business Information Systems Department, University College Cork, Ireland.
- Dippenaar, Z. 2017. *The Factors Influencing The Adoption of In-Store Mobile Payments: A Validation and Extension Study*. Proceedings of IASTEM International Conference. University of the Free State.
- Fadlan, A & Rizki Y.D. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62 (1).
- Idris, M. 2019. “*Hasil Survei : Go-Pay Jadi Uang Elektronik Paling Banyak Dipakai di RI*”, <https://finance.detik.com/moneter/d-4398523/hasil-survei-go-pay-jadi-uang-elektronik-paling-banyak-dipakai-di-ri>, diakses pada 30 Mei 2019.

- Indriyano, Y. 2014. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014).
- Juniwati. 2014. *Influence of Perceived Usefulness, Ease to Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online*. *European Journal of Business and Management*, 6.
- Khadafi, M. 2019. LinkAja Punya Potensi Besar dalam Pertarungan Bisnis Uang Elektronik. Diakses pada Mei 2019, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20190410/90/910056/morgan-stanley-linkaja-punya-potensi-besar-dalam-pertarungan-bisnis-uang-elektronik>.
- Khoirunnisa. 2019. "Top 5 Mobile Payment di Indonesia 2018". <https://selular.id/2019/01/top-5-mobile-payment-di-indonesia-2018/>. Diakses tanggal 15 April 2019.
- Maghfira. 28. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, 2018).
- Momani, Alaa. 2018. *The Influence of Enjoyment Factor Toward the Acceptance of Social Commerce*. Vol 14. Al-Madinah International University.
- Pafiatri, R. 2016. *Faktor – Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Mobile Payment : Sebuah Review Literature*. Diakses 1 mei 2019, dari Universitas Negeri Surabaya.
- Pratiwi, Dinna Fatmy & Citra Kusuma Dewi. 2018. *Factors (Benefits, Trust, Self-efficacy, Ease to use, Security) Affecting Consumer's Perception of E-Money in Indonesia*. Vol 2 (2). Universitas Telkom.
- Priyono, A. 2017. *Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21 (1), 88-106. Universitas Islam Indonesia. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.
- Shie-Liu, Gia & Pham Tan Tai. 2016. A Study Of Factors Affect the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Economic Worlds*, 4 (6), 249 – 273. Lunghwa University of Science and Technology, Taoyuan City, Taiwan.
- Surendra, P. 2012. Technology Acceptance Model : A Survey of Literature. *International Journal of Business and Social Research (UBSR)*, 2 (4), 175-178. AMA International University, Bahrain.
- Vhistika, N.I.. 2017. *Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektmik atau E-Money di Wilayah Tanah Abang)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

Wiratna, V. 2016. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Yan, H. & Zhonghua. Y. 2015. *Examining Mobile Payment User Adoption from The Perspective of Trust*. *International Journal of u- and e- service, Science and Technology*, Vol 8 (1), 117 – 130. Wuhan University of Science and Technology, China. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2015-0243>.

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner

Kepada Yth.

Saudara/i

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati, dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia, saya :

Nama : Yashinta Rifta Nur Adelya

NIM : 15312143

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi : “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN GO-PAY DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA”

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang melakukan penelitian dan demi tercapainya penelitian ini, maka peneliti memohon kesediaan saudara/i untuk membantu mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas perhatian saudara/i saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Yashinta Rifta Nur Adelya

DATA RESPONDEN

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

No HP :

Pendidikan Terakhir :

SMP SMA

Persepsi Manfaat (Usefulness)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Kinerja saya meningkat dengan menggunakan Go-Pay				
2	Pekerjaan saya menjadi lebih mudah dengan adanya Go-Pay				
3	Adanya Go-Pay meningkatkan produktivitas saya				
4	Secara keseluruhan saya merasakan manfaat dari Go-Pay				

Persepsi Kemudahan (Ease Of Use)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya mudah mempelajari cara menggunakan Go-Pay				
2	Saya mudah menggunakan Go-Pay				
3	Saya mengingat cara menggunakan Go-Pay dengan mudah				
4	Go-Pay mudah diterapkan				
5	Secara keseluruhn saya merasakan kemudahan dari Go-Pay				

Kepercayaan (Trust)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya percaya pada kemampuan Go-Pay untuk melindungi segala informasi seperti data pribadi dan keuangan saya				
2	Saya percaya pada Go-Pay memberikan layanan sesuai dengan apa yang pihak Go-Pay janjikan				

3	Saya percaya pada Go-Pay bahwa Go-Pay memiliki keamanan transaksi yang baik				
4	Saya percaya pada Go-Pay bahwa Go-Pay memperhatikan kepentingan pengguna				
5	Saya tidak khawatir menggunakan Go-Pay				

Self-efficacy

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya pernah menggunakan Go-Pay				
2	Saya mengetahui cara menggunakan Go-Pay dengan baik				
3	Saya mampu menggunakan Go-Pay dengan baik				
4	Saya menggunakan Go-Pay karena rekomendasi dari teman atau kerabat				

Minat Penggunaan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berminat menggunakan Go-Pay				
2	Saya berminat menggunakan Go-Pay sebagai media transaksi saya di masa depan				
3	Saya menggunakan Go-Pay dalam kehidupan sehari-hari				
4	Saya akan merekomendasikan Go-Pay kepada teman atau kerabat saya				

2. Hasil Kuesioner Responden

responden	persepsi manfaat				total x1
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	
1	2	2	2	3	9
2	3	4	3	4	14
3	4	4	4	4	16
4	3	4	4	4	15
5	2	3	2	3	10
6	3	4	3	4	14
7	3	3	3	4	13
8	3	4	3	3	13
9	2	2	2	3	9
10	2	3	3	3	11
11	3	3	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	3	3	4	3	13
15	2	3	2	3	10
16	3	4	4	4	15
17	3	2	2	3	10
18	4	4	4	4	16
19	2	4	2	4	12
20	3	4	2	4	13
21	3	3	3	4	13
22	3	4	2	3	12
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	3	4	3	3	13
26	4	4	4	4	16
27	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	16
29	2	3	2	3	10
30	2	3	2	3	10
31	3	3	3	4	13
32	3	4	3	4	14
33	3	3	3	3	12
34	2	2	2	4	10
35	3	3	3	3	12

36	3	4	3	4	14
37	4	4	4	4	16
38	3	3	2	3	11
39	3	4	1	4	12
40	3	3	3	3	12
41	3	4	2	4	13
42	3	3	3	4	13
43	3	3	3	2	11
44	3	4	1	4	12
45	2	3	3	2	10
46	3	3	2	3	11
47	3	4	3	3	13
48	4	4	4	4	16
49	2	2	2	2	8
50	4	4	4	4	16
51	2	3	2	3	10
52	3	3	2	3	11
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	2	2	2	2	8
56	3	3	2	3	11
57	3	4	4	4	15
58	3	2	2	3	10
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	3	4	4	4	15
62	3	3	3	4	13
63	2	4	3	4	13
64	3	3	3	3	12
65	3	4	4	4	15
66	3	4	4	4	15
67	2	3	1	2	8
68	2	3	2	3	10
69	3	3	2	3	11
70	3	3	3	3	12
71	3	2	3	4	12
72	3	4	4	4	15
73	3	3	3	4	13
74	1	3	2	3	9

75	3	3	3	3	12
76	2	3	2	3	10
77	3	2	3	4	12
78	3	3	3	3	12
79	4	4	4	4	16
80	3	4	4	4	15
81	4	4	3	4	15
82	4	4	4	4	16
83	3	3	3	3	12
84	4	4	4	4	16
85	3	3	4	4	14
86	3	3	2	4	12
87	4	4	4	3	15
88	4	4	4	4	16
89	3	3	3	3	12
90	4	4	4	4	16
91	3	3	2	2	10
92	3	3	4	4	14
93	2	4	2	4	12
94	3	3	3	4	13
95	4	4	4	4	16
96	2	3	2	3	10
97	4	4	4	4	16
98	2	2	1	3	8
99	3	3	2	3	11
100	2	4	3	3	12
101	2	3	2	3	10
102	3	3	2	3	11
103	2	2	2	2	8
104	2	3	2	2	9
105	2	2	2	4	10
106	3	4	3	4	14
107	3	4	4	4	15
108	3	3	2	4	12
109	3	4	3	3	13
110	3	3	3	4	13
111	4	4	4	4	16
112	4	4	4	4	16
113	2	3	3	4	12

114	3	4	3	4	14
115	2	1	1	2	6
116	4	4	4	4	16
117	1	2	2	4	9
118	3	3	3	3	12
119	3	3	3	3	12
120	3	4	3	4	14
121	3	4	3	3	13
122	2	3	3	2	10
123	3	2	3	2	10
124	3	3	3	3	12
125	3	3	4	4	14
126	4	4	3	4	15
127	3	3	3	3	12
128	3	3	3	3	12
129	3	3	3	4	13
130	2	4	3	3	12
131	3	3	3	3	12
132	2	3	2	3	10
133	3	4	3	4	14
134	3	3	3	3	12
135	3	3	3	3	12
136	3	4	3	4	14
137	3	3	3	4	13
138	3	3	3	3	12
139	4	4	4	4	16
140	3	4	3	4	14
141	2	3	2	3	10
142	4	3	3	3	13
143	1	4	1	1	7
144	3	3	3	3	12
145	3	4	3	4	14
146	2	3	4	3	12
147	3	3	4	4	14
148	2	3	3	4	12
149	2	3	3	4	12
150	3	3	3	3	12

responden	kepercayaan	total x3
-----------	-------------	----------

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	
1	1	2	2	2	7
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	16
5	3	3	3	3	12
6	3	3	4	3	13
7	3	3	4	3	13
8	3	3	4	4	14
9	4	3	4	4	15
10	3	4	3	3	13
11	3	3	3	3	12
12	4	4	5	4	17
13	3	3	4	3	13
14	3	3	4	3	13
15	2	3	2	3	10
16	3	3	3	3	12
17	4	4	5	4	17
18	4	4	5	4	17
19	2	3	4	4	13
20	3	4	5	4	16
21	3	4	4	3	14
22	3	3	4	3	13
23	4	4	4	4	16
24	3	3	4	3	13
25	3	3	5	3	14
26	4	4	5	4	17
27	3	3	4	3	13
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	2	11
30	3	3	4	3	13
31	4	4	5	4	17
32	4	4	5	4	17
33	3	3	4	3	13
34	3	3	3	3	12
35	4	4	5	4	17
36	3	4	4	4	15
37	4	4	5	4	17
38	2	2	3	2	9

39	2	3	4	4	13
40	3	3	4	3	13
41	4	4	5	4	17
42	3	3	4	3	13
43	4	2	4	3	13
44	4	4	4	3	15
45	2	3	4	3	12
46	3	3	3	3	12
47	3	4	4	4	15
48	3	4	4	4	15
49	3	2	3	3	11
50	3	3	4	4	14
51	2	3	3	3	11
52	3	3	4	3	13
53	3	4	4	3	14
54	3	3	4	4	14
55	2	2	3	3	10
56	3	3	4	3	13
57	3	4	4	4	15
58	3	3	4	3	13
59	4	4	5	4	17
60	3	4	4	4	15
61	2	3	3	3	11
62	3	3	3	3	12
63	4	4	5	4	17
64	3	3	3	3	12
65	4	4	5	4	17
66	2	3	2	2	9
67	3	3	3	2	11
68	2	3	4	3	12
69	2	2	3	2	9
70	3	3	3	3	12
71	3	4	4	3	14
72	3	4	5	3	15
73	4	4	5	4	17
74	3	3	3	3	12
75	4	4	4	4	16
76	3	3	3	3	12
77	3	3	4	4	14

78	3	3	4	3	13
79	3	3	3	3	12
80	4	4	5	4	17
81	2	2	2	3	9
82	4	4	5	4	17
83	3	4	4	3	14
84	3	3	4	3	13
85	4	4	5	4	17
86	3	3	4	3	13
87	3	2	4	3	12
88	4	4	4	3	15
89	3	3	4	3	13
90	4	4	5	4	17
91	2	2	3	2	9
92	2	3	4	4	13
93	3	3	4	3	13
94	2	3	3	3	11
95	3	4	5	4	16
96	1	2	1	1	5
97	4	4	4	3	15
98	2	3	3	3	11
99	2	3	3	3	11
100	4	4	4	4	16
101	2	3	3	3	11
102	3	3	3	3	12
103	2	2	2	2	8
104	3	3	3	3	12
105	3	3	4	3	13
106	4	4	5	3	16
107	4	4	5	4	17
108	4	4	5	4	17
109	3	3	4	3	13
110	2	3	2	2	9
111	1	1	1	3	6
112	1	1	1	3	6
113	4	4	5	4	17
114	3	3	4	3	13
115	1	2	3	3	9
116	3	3	4	4	14

117	2	3	3	4	12
118	3	3	4	3	13
119	3	3	3	3	12
120	3	3	4	4	14
121	3	3	4	3	13
122	2	3	2	2	9
123	1	2	3	2	8
124	3	4	5	4	16
125	4	3	4	3	14
126	4	4	5	4	17
127	3	3	4	3	13
128	3	3	4	4	14
129	3	3	5	4	15
130	4	4	5	4	17
131	2	3	4	3	12
132	3	3	3	3	12
133	3	3	4	4	14
134	2	3	2	3	10
135	3	2	3	3	11
136	2	4	5	3	14
137	2	2	3	3	10
138	2	2	3	2	9
139	3	4	4	4	15
140	3	4	4	4	15
141	3	3	3	3	12
142	4	3	4	3	14
143	4	4	5	4	17
144	3	3	4	3	13
145	2	4	3	3	12
146	4	4	5	4	17
147	3	4	4	3	14
148	4	4	4	4	16
149	4	4	4	4	16
150	3	3	4	3	13

responden	self efficacy					total x4
	x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	
1	2	4	3	3	2	14
2	4	4	4	4	4	20

3	4	3	3	4	4	18
4	3	4	4	4	2	17
5	3	4	3	3	5	18
6	4	4	4	4	3	19
7	4	4	4	4	1	17
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	2	18
10	3	4	4	4	5	20
11	2	2	3	3	3	13
12	4	4	4	4	5	21
13	3	4	3	3	4	17
14	4	4	4	4	2	18
15	3	3	3	3	3	15
16	3	4	4	4	3	18
17	4	4	4	4	5	21
18	4	4	4	4	4	20
19	2	4	4	4	1	15
20	1	4	4	4	2	15
21	4	4	4	4	4	20
22	3	4	4	3	1	15
23	4	4	4	4	4	20
24	3	3	3	3	4	16
25	3	4	4	4	4	19
26	4	4	3	3	3	17
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	4	4	4	20
29	3	4	3	3	4	17
30	3	4	4	4	3	18
31	4	3	4	4	3	18
32	4	4	4	4	5	21
33	4	2	2	3	3	14
34	3	4	3	3	3	16
35	4	4	4	4	5	21
36	4	4	4	4	1	17
37	4	4	4	4	5	21
38	3	4	3	4	5	19
39	2	4	4	4	1	15
40	3	4	3	3	1	14
41	4	4	4	4	5	21

42	3	4	4	4	3	18
43	3	4	4	4	4	19
44	3	4	3	3	1	14
45	2	2	2	3	3	12
46	3	4	4	4	4	19
47	3	3	4	4	4	18
48	4	4	4	4	4	20
49	3	3	3	3	3	15
50	4	4	4	4	5	21
51	3	1	2	3	1	10
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	5	21
54	4	4	4	4	1	17
55	3	2	3	3	3	14
56	3	4	3	3	4	17
57	4	4	4	4	1	17
58	3	4	4	4	3	18
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	5	21
61	2	4	4	4	1	15
62	3	4	4	4	4	19
63	4	4	4	4	3	19
64	3	3	3	3	3	15
65	4	4	4	4	5	21
66	2	4	4	4	2	16
67	2	4	3	3	1	13
68	3	3	3	3	2	14
69	2	3	3	2	2	12
70	3	4	3	4	4	18
71	4	4	4	4	3	19
72	4	4	4	3	5	20
73	4	4	4	4	3	19
74	3	3	3	3	4	16
75	4	4	4	4	3	19
76	3	3	3	3	3	15
77	4	4	3	4	5	20
78	4	3	4	4	4	19
79	3	3	3	3	3	15
80	4	3	4	4	4	19

81	2	4	4	4	5	19
82	4	3	4	4	5	20
83	3	2	2	2	3	12
84	3	3	3	3	5	17
85	4	4	4	4	4	20
86	3	2	3	3	4	15
87	3	3	3	3	4	16
88	4	4	4	4	3	19
89	3	4	4	4	5	20
90	4	4	4	4	5	21
91	2	3	3	3	3	14
92	4	4	4	4	4	20
93	3	4	3	3	3	16
94	3	4	4	4	1	16
95	4	4	4	4	5	21
96	2	4	3	3	4	16
97	4	4	4	4	5	21
98	3	4	4	4	4	19
99	3	3	3	3	3	15
100	3	4	4	4	4	19
101	3	3	3	3	3	15
102	3	3	3	3	3	15
103	2	1	2	2	2	9
104	3	2	3	3	3	14
105	3	4	4	4	4	19
106	4	4	4	4	3	19
107	4	4	4	4	5	21
108	4	4	4	4	5	21
109	3	4	3	2	3	15
110	3	4	4	4	3	18
111	3	4	4	4	1	16
112	3	4	4	4	1	16
113	4	4	4	4	3	19
114	4	4	4	4	1	17
115	4	4	4	3	1	16
116	3	4	4	4	2	17
117	3	4	4	4	3	18
118	3	4	4	4	4	19
119	3	3	3	3	4	16

120	4	4	4	4	5	21
121	3	4	3	4	4	18
122	2	3	3	3	4	15
123	2	2	2	2	3	11
124	4	4	4	4	4	20
125	3	3	3	3	4	16
126	4	4	3	3	5	19
127	3	4	4	4	3	18
128	4	4	4	4	3	19
129	4	4	4	4	5	21
130	4	1	3	3	5	16
131	3	4	4	4	4	19
132	3	4	3	3	3	16
133	4	3	4	4	1	16
134	2	4	4	4	4	18
135	3	4	4	4	2	17
136	2	4	4	4	4	18
137	3	4	4	4	2	17
138	2	4	4	4	2	16
139	4	4	4	4	5	21
140	3	4	4	4	5	20
141	4	3	4	4	3	18
142	3	4	4	4	4	19
143	4	4	4	4	5	21
144	3	4	4	4	3	18
145	4	4	4	4	4	20
146	4	2	2	3	3	14
147	4	4	4	4	4	20
148	4	4	4	4	4	20
149	4	4	4	4	4	20
150	3	4	4	3	1	15

responden	minat penggunaan				total y
	y.1	y.2	y.3	y.4	
1	2	2	1	1	6
2	4	4	4	4	16
3	4	2	3	4	13
4	4	1	4	4	13
5	3	3	3	2	11

6	4	3	3	4	14
7	3	4	3	3	13
8	4	4	4	4	16
9	3	3	2	3	11
10	4	3	2	2	11
11	3	3	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	3	3	3	3	12
15	3	3	3	3	12
16	4	3	3	3	13
17	4	2	1	1	8
18	4	4	4	4	16
19	3	2	2	2	9
20	4	3	4	3	14
21	4	3	3	3	13
22	3	2	4	2	11
23	4	4	3	4	15
24	3	3	3	3	12
25	4	4	4	3	15
26	4	3	4	3	14
27	3	3	3	4	13
28	4	4	4	4	16
29	3	3	2	2	10
30	3	3	3	2	11
31	4	3	4	3	14
32	4	4	4	4	16
33	3	4	3	3	13
34	4	4	3	3	14
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	3	4	15
39	3	4	2	3	12
40	3	3	3	3	12
41	4	4	4	4	16
42	4	3	2	4	13
43	3	2	2	3	10
44	4	2	2	3	11

45	4	4	4	4	16
46	3	3	3	3	12
47	3	3	3	3	12
48	4	4	4	4	16
49	3	1	1	2	7
50	4	3	3	4	14
51	2	2	1	1	6
52	4	3	3	3	13
53	4	4	3	4	15
54	4	2	2	2	10
55	2	3	2	3	10
56	4	4	3	3	14
57	4	3	2	3	12
58	3	3	2	2	10
59	4	4	4	3	15
60	4	4	2	4	14
61	3	3	4	4	14
62	4	4	4	4	16
63	3	3	1	2	9
64	3	3	3	3	12
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	2	14
67	3	3	3	2	11
68	3	3	3	2	11
69	2	3	3	3	11
70	3	2	2	3	10
71	4	4	2	3	13
72	4	3	4	3	14
73	3	4	4	3	14
74	3	3	3	3	12
75	4	3	3	3	13
76	3	3	3	3	12
77	4	4	4	4	16
78	4	3	3	3	13
79	3	2	2	3	10
80	3	4	4	4	15
81	4	2	3	2	11
82	4	4	4	4	16
83	2	2	2	3	9

84	4	4	3	4	15
85	4	3	3	3	13
86	3	3	2	2	10
87	3	3	2	3	11
88	4	3	3	4	14
89	3	3	3	3	12
90	4	4	4	4	16
91	2	2	3	2	9
92	4	3	3	3	13
93	3	3	3	3	12
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	3	2	3	3	11
97	4	4	4	4	16
98	3	3	2	2	10
99	3	3	3	3	12
100	3	3	2	3	11
101	3	2	2	2	9
102	3	3	3	2	11
103	2	4	3	4	13
104	2	2	2	2	8
105	4	3	2	3	12
106	4	4	4	4	16
107	4	4	4	4	16
108	4	4	3	3	14
109	4	4	3	3	14
110	4	4	4	3	15
111	4	3	3	3	13
112	4	3	3	3	13
113	4	4	3	3	14
114	4	4	4	3	15
115	4	3	2	2	11
116	4	3	3	3	13
117	3	3	2	1	9
118	3	4	3	4	14
119	3	3	3	3	12
120	4	4	4	4	16
121	3	4	4	4	15
122	2	2	1	2	7

123	2	2	1	1	6
124	3	3	3	3	12
125	4	3	3	4	14
126	4	3	3	4	14
127	3	3	2	2	10
128	3	2	2	4	11
129	4	4	4	4	16
130	4	4	3	4	15
131	3	3	2	3	11
132	3	3	3	3	12
133	3	2	2	3	10
134	3	4	3	3	13
135	4	3	3	3	13
136	3	4	4	4	15
137	4	4	3	3	14
138	3	2	3	2	10
139	4	4	3	3	14
140	4	3	3	4	14
141	3	3	3	3	12
142	4	4	3	4	15
143	4	4	4	4	16
144	4	3	3	3	13
145	4	3	3	4	14
146	2	2	1	2	7
147	4	4	4	4	16
148	4	4	3	3	14
149	4	4	3	3	14
150	3	4	4	3	14