

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN INOVASI
TEKNOLOGI TERHADAP APLIKASI GO PAY DARI PT.
GOJEK INDONESIA**

(Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Rurie Wiedya Rahayu

No. Mahasiswa : 14312186

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN,
PERSEPSI RISIKO, DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP
APLIKASI GO PAY DARI PT. GOJEK INDONESIA**

(Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Rurie Wiedya Rahayu

No Mahasiswa : 14312186

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Penulis



(Rurie Wiedya Rahayu)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN,
PERSEPSI RISIKO, INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP APLIKASI GO-
PAY DARI PT. GOJEK INDONESIA**

(Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Rurie Wiedya Rahayu

No. Mahasiswa: 14312186

Telah disetujui oleh Dosen pembimbing

Pada Tanggal *2 Mei 2018*

Dosen pembimbing,



(Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO,
INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP APLIKASI GO PAY DARI PT. GOJEK INDONESIA
(STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SLEMAN DAN KOTA YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **RURIE WIEDYA RAHAYU**

Nomor Mahasiswa : **14312186**

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

Pada hari Rabu, tanggal: 6 Juni 2018

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

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



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

***”HAI ORANG-ORANG YANG BERIMAN, JADIKANLAH SABAR DAN
SHALAT SEBAGAI PENOLONGMU, SESUNGGUHNYA ALLAH BESERTA
ORANG-ORANG YANG SABAR”***

(QS. AL-BAQARAH:153)

“IF THERE IS A GOOD WILL, THERE IS GREAT WAY”

(WILLIAM SHAKESPEARES)

“DO WHAT YOU LOVE AND LOVE WHAT YOU DO”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk:

Kedua Orang Tua dan Kakakku Tersayang,

Bapak Tri Darmo

Mamah Rusmiyati

Mba Ratih Ria Anggraeni

Seluruh Sahabat yang telah mendukung terciptanya karya tulis ini.

KATA PENGANTAR



Assalamu' alaikum warahmatullaahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamiin, puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sleman Dan Kota Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak dapat lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan baik material dan spiritual dari berbagai pihak, oleh karena itu perkenankanlah penulis menghaturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik
2. Bapakku Tri Darmo dan Mamaku Rusmiyati, yang selalu memberikan doa, nasehat, semangat, dorongan, kasih sayang yang tak terhingga, serta semua kebutuhan hidupku selama kuliah.

3. Kakak Perempuan tersayang, Mba Ratih Ria Anggraeni yang selalu memberikan dukungan apapun agar penulis bersemangat mengerjakan skripsi
4. Keluarga Jogja yaitu Bude Rus, Pakde Kamidi, Lek Kapti yang selalu menyemangati penulis untuk segera menyelesaikan skripsi
5. Ibu Dra. Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dari penulis yang memberikan banyak sekali masukan dan bantuan langsung pada karya tulis ini.
6. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis.
7. Dr. Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung penyelesaian studi
8. Dekar Urumsah SE., S.Si., M.Com (IS)., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung penyelesaian studi
9. Fitra Roman Cahaya S.E., M.Com., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
10. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam proses perkuliahan.
11. Sahabatku satu dekade Legislatif, Yantia Hariesta Purnomo, Diah Aulia, Muthia Annisa Elvira, Erinda Alfiani Fauzi, dan Nabilla Syahvalensi yang hingga sekarang masih terus berkomunikasi walaupun sudah berbeda

universitas. Terimakasih untuk segala suka, duka serta dukungannya selama ini.

12. Zhafira Fernanda Azhari dan Cynthia Krisnawati Sukamto, sahabat penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang, terimakasih untuk segala nasihat, saran, dan motivasinya sangat berarti bagi penulis
13. Ifki Attin Asshodhiqoh, Rosy Amalia Rosyada, Wulan Suci Maharesti, sahabat yang selalu ada untuk mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan nasihat serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
14. Sahabatku sejak SMA, Dea Yanudita, Maghfira, Conny Herdiyani L, Alzena Wandha, yang selalu ada untuk berbagi kisah bersama penulis
15. Teman tidurku satu bulan, KKN Unit 86 angkatan 55, Ade Ridwan Pahlevi, Rizky Yustisiawan, Luthfian Taufik, Inggit fajar, Deby Puspita Damayanti, Inayatun S, dan Fadhila Nanda, yang memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
16. Fariz Zhafiri dan Paquita Bela Spreadika yang dengan sangat baik hati mau membantu penulis untuk mengolah data dengan PLS dan SPSS.
17. Dewi Inggit Monalisa tetangga samping kamar kos yang selalu bersedia dibuat repot oleh penulis. Terimakasih udah sabar dan mau bantuin ngedit skripsi sampai selesai.
18. Teman – teman seperjuangan Akuntansi angkatan 2014
19. Responden yang berkenan untuk mengisi kuesioner dari penulis.

20. Semua pihak yang membantu, mendukung, dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Penulis,

(Rurie Wiedya Rahayu)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA UJIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9

1.4	Manfaat Penelitian	10
1.5	Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA		12
2.1	Landasan Teori	12
2.1.1	Definisi <i>Electronic Money</i>	12
2.1.2	<i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	14
2.1.3	<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	15
2.1.4	<i>Theory Acceptance Model (TAM)</i>	17
2.1.5	<i>Minat</i>	18
2.2	Pengembangan Hipotesis.....	18
2.2.1	<i>Persepsi Manfaat</i>	18
2.2.2	<i>Persepsi Kemudahan</i>	19
2.2.3	<i>Persepsi Risiko</i>	20
2.2.4	<i>Inovasi Teknologi</i>	21
2.2.5	<i>Minat Menggunakan Go Pay</i>	23
2.2.6	<i>Penggunaan Go Pay</i>	24
2.3	Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Penelitian	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Populasi dan Sampel.....	28
3.2 Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	29
3.3.1 <i>Variabel Independen</i>	30
3.3.2 <i>Variabel Dependen</i>	32
3.3.3 <i>Variabel Intervening</i>	32
3.4 Metode Analisis Data.....	36
3.4.1 <i>Statistik Deskriptif</i>	36
3.4.2 <i>Analisis Data</i>	37
3.4.3 <i>Model Penelitian</i>	38
3.4.4 <i>Outer Model (Model Pengukuran)</i>	39
3.4.5 <i>Inner Model (Model Struktural)</i>	40
3.4.6 <i>Pengujian Hipotesa</i>	40
3.4.7 <i>Uji Mann Whitney U</i>	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	43

4.2.1	<i>Jenis Kelamin</i>	43
4.2.2	<i>Usia</i>	43
4.2.3	<i>Pendidikan Terakhir</i>	44
4.2.4	<i>Pekerjaan</i>	45
4.2.5	<i>Pendapatan</i>	46
4.2.6	<i>Jenis Fitur yang Digunakan Dengan Go Pay</i>	47
4.3	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
4.3.1	<i>Convergent Validity</i>	48
4.3.2	<i>Discriminant Validity</i>	50
4.3.3	<i>Uji Reliabilitas</i>	51
4.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	52
4.5	Pengujian Hipotesis	53
4.6	Hasil Uji Intervening	58
4.7	Hasil Uji <i>Mann Whitney U</i>	61
Bab V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Implikasi.....	68
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	68

5.4	Saran.....	69
	DAFTAR PUSTAKA.....	70
	LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Daftar Pertanyaan dan Sumbernya.....	34
4.1	Distribusi Kuesioner.....	42
4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	44
4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ..	44
4.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
4.7	<i>Outer Loading</i>	48
4.8	<i>Latent Variable Correlations</i>	50
4.9	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
4.10	<i>Composite Reliability</i>	52
4.11	<i>R Square</i>	53
4.12	Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.13	Pengujian Hasil Intervening.....	59
4.14	Hasil Uji <i>Mann Whitney U</i>	62

DAFTAR GAMBAR

1.1	Survey <i>E-money</i> oleh dailysocial.id.....	6
2.1	<i>Theory of Reasoned Action</i>	15
2.2	<i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.3	<i>Theory Acceptance Model</i>	18
2.4	Kerangka Penelitian	27
3.1	Model Utama Penelitian.....	38
3.2	Uji Intervening: Hubungan Langsung IV dengan DV	38
4.1	Grafik Jenis-Jenis Fitur yang Digunakan Dengan Go Pay.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian	74
LAMPIRAN 2 : Data Kuesioner.....	78
LAMPIRAN 3 : Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	94
LAMPIRAN 4 : Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	97
LAMPIRAN 5 : Hasil Pengujian Hipotesis	98
LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Intervening.....	99
LAMPIRAN 7 : Hasil Uji <i>Mann Whitney U</i>	100
LAMPIRAN 8 : Tabel Distribusi T	101

ABSTRACT

This study aims to analyze and examine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived of risk and technological innovations on the use of go pay in Sleman and Yogyakarta to knowing the difference of its use. The study also used intervening variables of interest in using. This research combines two theoretical models, Theory Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB), as the basic framework of research. This study took samples on respondents who use go pay in Sleman and Yogyakarta. Samples were collected using convenience random sampling method, from all 140 questionnaire distributed can be returned and processed as many as 140 samples. Testing is done by using program of PLS 2.0 and IBM SPSS statistics 25. The result of research indicate that percivied of usefulness, percivied ease of use, and technological innovation have a significant positive effect to interest in using go pay. While the perception of risk has a negative and insignificant effect on interest in using go pay. the intervening variables interest variable using go pay have a significant positive impact on go pay usage.

Keywords: TAM, electronic money, perceived usefulness, percivied ease of use, percivied of risk, technological innovations

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan inovasi teknologi terhadap penggunaan go pay di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Serta mengetahui perbedaan penggunaannya. Penelitian ini juga menggunakan variabel intervening minat menggunakan. Penelitian ini menggabungkan dua model teori, yaitu Theory Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB), sebagai kerangka dasar penelitian. Penelitian ini mengambil sampel pada responden yang menggunakan go pay di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Sampel diambil dengan menggunakan metode convenience random sampling., dari seluruh kuesioner yang tersebar sejumlah 140 dapat kembali dan diolah sebanyak 140 sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program PLS 2.0 dan IBM SPSS statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Lalu variabel minat menggunakan go pay berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan go pay

Kata kunci: TAM, electronic money, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, inovasi teknologi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang relatif cepat dewasa ini telah mempengaruhi perkembangan perekonomian dunia. Pada kurun waktu 1999 sampai 2000, negara-negara sedang berkembang di wilayah Asia Pasifik, termasuk Indonesia menunjukkan bahwa difusi teknologi informasi berkorelasi positif cukup kuat dengan tingkat pendapatan perkapita salah satu ukuran kesejahteraan sebuah negara (Kim, 2004). Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Misalnya saja dalam bidang budaya, perekonomian, pertahanan dan keamanan serta pendidikan. Untuk itu semua pihak yang ada didalamnya wajib berbenah dan mengikuti perkembangan yang ada.

Saat ini banyak kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk memudahkan masyarakat seperti transaksi jual beli online, transfer mobile, atau juga pembayaran untuk pembelian dan tagihan melalui kartu kredit atau debit yang dikeluarkan oleh bank (Abidin 2014). Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa

data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik (Adiyanti 2015).

Dalam perkembangannya, sistem pembayaran secara elektronik atau bisa disebut non tunai dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat dan kemajuan perkembangan teknologi. Saat ini perkembangan alat pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang membawa dampak cukup besar terhadap pihak-pihak yang terlibat. Transaksi secara non tunai atau elektronik (*e-payment*) dinilai mendorong efisiensi ekonomi sekaligus menahan inflasi. Sebab, salah satu penyebab kenaikan inflasi adalah tingginya peredaran uang. Menurut Ekonom Universitas Padjadjaran, Kodrat Wibowo dalam Kompas (2017), menyatakan makin maraknya penggunaan transaksi elektronik di Indonesia harus terus didukung secara positif karena keuntungannya dalam hal efisiensi waktu dan fisik sangat dapat dirasakan. Efisiensi tersebut berupa pemangkasan waktu transaksi oleh masyarakat, sehingga mempercepat pelayanan dan penghematan waktu. Keberadaan para pengguna transaksi elektronik juga mempercepat pembentukan komunitas non-tunai (*less cash society*) yang bisa mengurangi peredaran uang di masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam rangka mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran. Penetapan penggunaan alat pembayaran ini dimaksudkan agar alat pembayaran yang digunakan dalam masyarakat memenuhi persyaratan keamanan

dan efisiensi bagi penggunanya. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronis (*Electronic Payment*). Untuk menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang bergerak cepat, kompetitif, dan terintegrasi Bank Indonesia mengeluarkan kebijakan sistem pembayaran melalui *e-money* yang telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 16/08/PBI/2014.

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur (1) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; (2) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; (3) digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan (4) nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia ditujukan untuk memisahkan Peraturan tentang Uang Elektronik dengan Peraturan tentang Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK) yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan uang elektronik. Perbedaannya terletak pada hal status konsumen. Untuk mendapatkan kartu ATM, kartu debit, atau rekening kartu kredit, konsumen APMK diharuskan menjadi nasabah bank yang bersangkutan, sehingga mereka harus memiliki rekening tabungan. Sedangkan para konsumen uang elektronik tidak perlu menjadi nasabah bank,

karena dapat secara langsung membeli uang elektronik melalui pihak penerbit (bank atau perusahaan telekomunikasi).

Perkembangan teknologi yang terus berkembang, sejalan dengan pembangunan infrastruktur *mobile broadband* serta semakin murah harga ponsel pintar (*smartphone*) di Indonesia membuat perkembangan bisnis digital, khususnya *e-commerce* mengalami peningkatan. Perkembangan teknologi ini memberikan pengaruh bagi dunia usaha, di antaranya meningkatkan produktivitas, penyederhanaan proses bisnis, penghematan biaya, penyediaan layanan pelanggan yang lebih baik, dan peluang munculnya lapangan kerja baru. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara dalam Kompas (2016) menyatakan bahwa *e-commerce* Indonesia akan tumbuh pesat, meskipun volume transaksinya mungkin masih lebih rendah daripada di China.

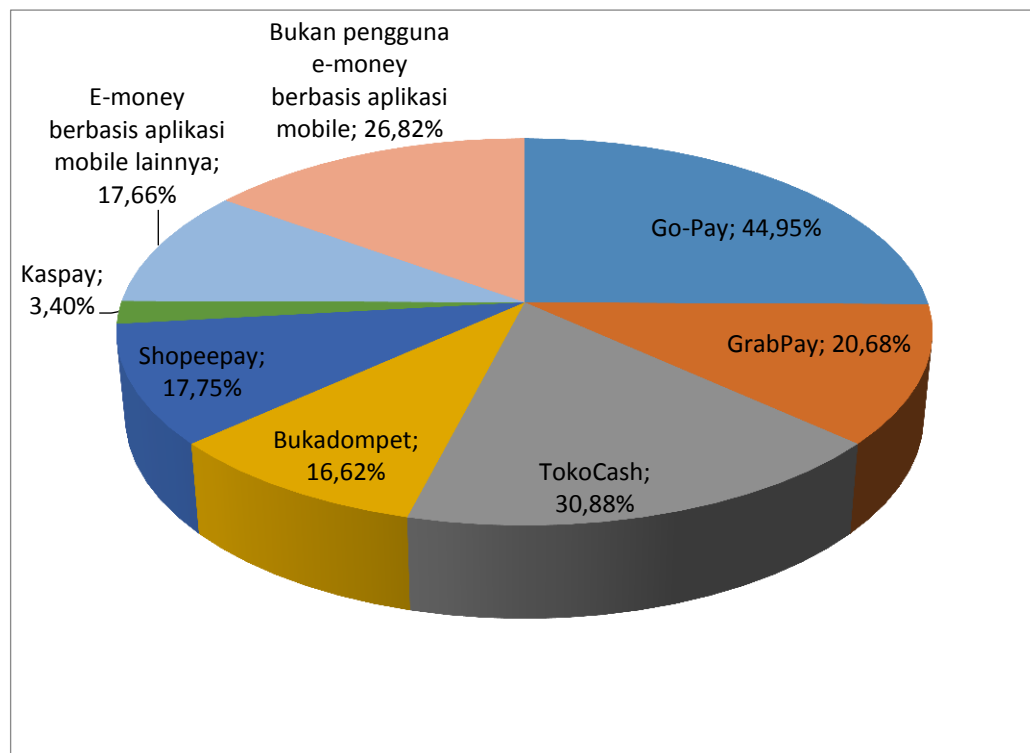
Saat ini di Indonesia muncul sebuah industri baru bernama *financial technology (fintech)*. Menurut Arner et al. (2015) dalam kuliah umum tentang *FinTech* oleh Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliawan D. Hadad, Ph.D di Indonesia Banking School, *FinTech* mengacu pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi finansial. *Sehingga FinTech merupakan lini bisnis yang berbasiskan perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan. Keberadaan FinTech di Indonesia terus mengoptimalkan peran sektor jasa keuangan dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional, stabil menjaga stabilitas sistem keuangan sebagai landasan bagi pembangunan yang berkelanjutan, serta membuka akses keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kalangan masyarakat.*

Menurut Asosiasi FinTech Indonesia dan OJK, Pelaku FinTech Indonesia masih dominan berbisnis pembayaran (payment) (43%), pinjaman (17%), dan sisanya berbentuk agregator, pembiayaan (crowdfunding), investasi, perencanaan keuangan dan lain-lain. Besarnya potensi bisnis fintech start-up di Indonesia perlu diberikan ruang untuk bertumbuh, pemerintah juga harus mengikuti perkembangannya dengan mulai mempersiapkan peraturan baru yang dapat diterapkan untuk mengatur jalannya bisnis ini.

*Salah satu perusahaan fintech yang tengah berkembang saat ini yaitu PT Dompot Anak Bangsa (Go pay) yang dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Go-Jek). Go-Jek pertama kali memperkenalkan layanan digital payment Go pay pada April 2016 setelah sebelumnya memiliki sistem kredit bernama Go-Jek Credit. Go pay dapat digunakan untuk membayar semua jenis layanan Go-Jek secara *cashless* atau *non tunai*, mulai dari jasa ojek online (Go-Ride), antar makanan Go-Food, hingga belanja lewat Go-Mart.*

Menurut Crystal Widjaja, Senior Vice President Business Intelligence Go-Jek Indonesia, pertumbuhan Go-Jek sangat pesat, jumlah pesanan Go-Ride di kuartal tiga 2017 ini tercatat menyamai seluruh jumlah pesanan Go-Ride di tahun 2016. Dikutip dari CNN Indonesia (2017), per bulannya pengguna fitur dompet digital menggunakan saldonya untuk melakukan *booking* layanan transportasi roda dua Go-Ride sebanyak 7 kali, pemesanan makan Go-Food sebanyak 2 kali, layanan transportasi roda empat Go-Car sebanyak 1 kali, serta pembelian pulsa Go-Pulsa sebanyak 2 kali atau setara dengan booking Go-Ride sebanyak 11 kali, Go-Food sebanyak 11 kali, Go-Car sebanyak 1 kali dan Go-Send sebanyak 2 kali.

CEO Go-Jek Nadiem Makarim dalam Kompas (2017) menuturkan bahwa lebih dari 50 persen transaksi dalam Go-Jek kini telah dilakukan melalui *Go pay*. Dengan tingkat adopsi pasar yang besar seperti *Go pay* pihak Go-Jek berencana membuka layanan *Go pay* untuk *merchant* lain. Go-Jek terus mengencangkan kerja sama dengan *merchant offline* maupun *online* di Indonesia. Hal tersebut membuat cakupan *Go pay* semakin luas dan lintas kalangan sehingga memungkinkan pengguna membayar hal-hal lain di luar lingkup layanannya. CEO Go-Jek Indonesia ini percaya diri dengan telah didapatkannya izin dari penyelenggara uang elektronik Bank Indonesia (BI), pada tahun 2018 fitur uang elektronik *Go pay* akan keluar dari ekosistem layanan Go-Jek



Gambar 1.1 Survey *E-money* oleh dailysocial.id

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh dailysocial.id pada tahun 2017, *e-money* berbasis aplikasi mobile yang paling banyak digunakan adalah *Go pay* lalu diikuti TokoCash dari Tokopedia.

Majalah *Fortune* menempatkan Go-Jek di posisi ke-17 dalam daftar perusahaan yang mengubah dunia. Ia bersanding dengan perusahaan populer seperti Apple, Microsoft, dan Unilever. *Fortune* mengatakan Go-Jek mampu melanjutkan perekonomian kota di mana bisnis-bisnis UMKM terbantu dengan pelonjakan pendapatan setelah menjadi mitra perusahaan. Mitra pengemudi juga sangat terbantu dari sebuah ekosistem yang dibangun oleh Go-Jek (Kumparan.com, 2017). Berkat keberhasilan dalam mendorong transaksi nontunai melalui fitur dompet digital, Bank Indonesia telah menobatkan perusahaan sebagai Perusahaan Fintech Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM Tahun 2017.

Mengacu pada teori TAM, dapat dilihat keefektifan *e-money* dari tingkat sikap penggunaannya. Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai 2 faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan persepsi kemudahan dalam menggunakannya. Perkembangan teknologi yang pesat serta banyaknya pengguna jasa Go-jek menjadikan dasar untuk membuat penelitian ini.

Penelitian oleh Shomad dan Purnomosidhi (2012) yang dilakukan pada mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dalam penelitiannya tentang perilaku penggunaan *E-Commerce* dengan

variabel independen pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko serta variabel dependen perilaku penggunaan *e-commerce* dan minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa minat dipengaruhi positif oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan dipengaruhi negatif oleh persepsi risiko. Perilaku secara positif dipengaruhi oleh minat individu menggunakan *electronic commerce*. Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *electronic commerce*. Penelitian Adiyanti (2015) tentang minat menggunakan layanan *e-money* dengan variabel independen pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, kepercayaan dan variabel dependen Minat menggunakan *e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Priambodo dan Prabawani (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada masyarakat di Kota Semarang. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) dengan variabel independen yang digunakan persepsi manfaat,

persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko. Peneliti juga menambah variabel inovasi teknologi dari penelitian Indriastuti dan Wicaksono (2014). Dengan variabel tersebut maka judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi *Go pay* dari PT. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *go pay*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *go pay*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *go pay*?
4. Apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap penggunaan *go pay*?
5. Apakah minat menggunakan *go pay* berpengaruh terhadap penggunaan *go pay*?
6. Apakah terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *go pay*.

2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan *go pay*.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *go pay*.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh inovasi teknologi terhadap minat menggunakan *e-money*.
5. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh minat menggunakan *e-money* terhadap sikap penggunaan *e-money*.
6. Untuk melakukan uji beda penggunaan *go pay* di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap minat penggunaan *e-money*.
2. Secara praktis memberikan referensi dan informasi kepada penerbit *e-money* mengenai minat masyarakat di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman dalam penggunaan *e-money*.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini akan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini akan menjelaskan tentang populasi, subyek dan obyek penelitian, alat analisis data, pengujian hipotesis dan data penelitian

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan analisis terhadap data yang telah diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini, analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis

BAB V : Penutup

Bab ini berisi simpulan yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian, kelemahan dan kelebihan dalam menguraikan hasil penelitian, dan saran terhadap pihak yang berkepentingan

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi *Electronic Money*

Dalam salah satu publikasi yang dikeluarkan oleh *Bank for International Settlement (BIS)* pada bulan Oktober 1996, mendefinisikan *e-money* sebagai produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran dan bertambah ketika melakukan pengisian kembali.

E-money dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran (*multi-purposed*) berbeda dengan kartu telepon yang merupakan *single-purpose prepaid card*. *E-money* juga berbeda dengan alat pembayaran elektronik berbasis kartu lainnya seperti kartu kredit dan kartu debit. Kartu kredit dan kartu debit merupakan "*access products*". Secara umum perbedaan karakteristik antara "*prepaid product*" dan "*access product*" adalah sebagai berikut:

1. *Prepaid product (e-money)*
 - a. Nilai uang telah tercatat dalam instrumen *e-money*, atau sering disebut dengan *stored value*.
 - b. Dana yang tercatat dalam *e-money* sepenuhnya berada dalam penguasaan konsumen.

- c. Pada saat transaksi, perpindahan dana dalam bentuk *electronic value* dari kartu *e-money* milik konsumen kepada terminal merchant dapat dilakukan secara *off-line*. Dalam hal ini verifikasi cukup dilakukan pada level merchant (*point of sale*), tanpa harus *on-line* ke komputer *issuer*.
2. *Access product* (kartu debit dan kartu kredit)
 - a. Tidak ada pencatatan dana pada instrumen kartu.
 - b. Dana sepenuhnya berada dalam pengelolaan bank, sepanjang belum ada otorisasi dari nasabah untuk melakukan pembayaran.
 - c. Pada saat transaksi, instrumen kartu digunakan untuk melakukan akses secara *on-line* ke komputer *issuer* untuk mendapatkan otorisasi melakukan pembayaran atas beban rekening nasabah, baik berupa rekening simpanan (kartu debit) maupun rekening pinjaman (kartu kredit). Setelah di-otorisasi oleh *issuer*, rekening nasabah kemudian akan langsung didebet. Dengan demikian pembayaran dengan menggunakan kartu kredit dan kartu debit mensyaratkan adanya komunikasi *on-line* ke komputer *issuer*.

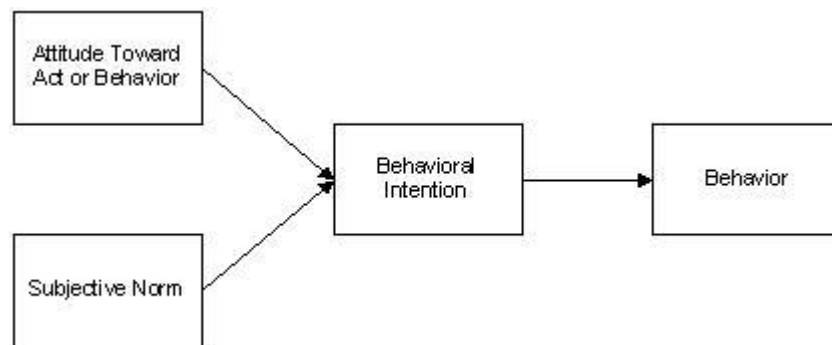
Menurut Adiyanti (2015), diperkirakan pemakaian *e-money* di masa datang berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran bersifat retail. Pemakaian *e-money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan memakai uang tunai dan alat pembayaran non-tunai lainnya. Menurut (Hidayati et al. 2006) Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money*

dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain:

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

2.1.2 Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Teori ini digunakan untuk memahami dan memprediksi sikap dan perilaku individu. TRA menyatakan bahwa penentu utama perilaku konsumen yang sebenarnya adalah keinginan untuk berperilaku. Keinginan untuk perilaku ini dipengaruhi oleh sikap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subyektif (*subjective norms*). Secara skematik model TRA dapat digambarkan seperti gambar 2.1



Gambar 2.1 Theory of Reasoned Action

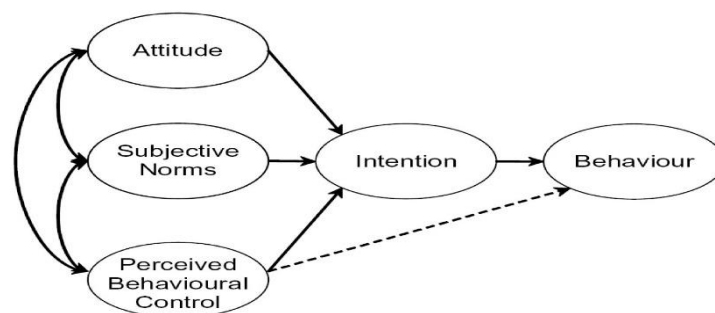
2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini dikembangkan oleh oleh Ajzen (1985). Teori ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari Theory of Reasoned Action (TRA). Theory of Planned Behavior (TPB) ditujukan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik. Ajzen (1985) menambahkan persepsi variabel kontrol perilaku (perceived behavior control) di antara sikap dan perilaku norma subjektif. Persepsi variabel kontrol perilaku digunakan untuk menjelaskan situasi di mana individu tidak memiliki kendali atas perilaku yang diinginkan. Taylor dan Todd (1995) dalam Indriastuti dan Wicaksono (2014) memodifikasikan definisi ini dalam konteks penelitian sistem informasi sebagai persepsi kendala internal dan eksternal terhadap perilaku. Perilaku seseorang mungkin tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan seseorang untuk berperilaku dan berpandangan tentang perilaku orang lain, namun juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti peluang dan sumber daya seperti: waktu, uang, kemampuan/ keterampilan dan kerja sama dengan orang lain. (Harrison et al, 1997).

Ajzen (2005) dalam Ramdhani (2011) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu

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

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (significant others) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu. Persepsi ini sifatnya subjektif sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Sebagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Bedanya adalah apabila sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (behavioral belief) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan individu yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (normative belief).

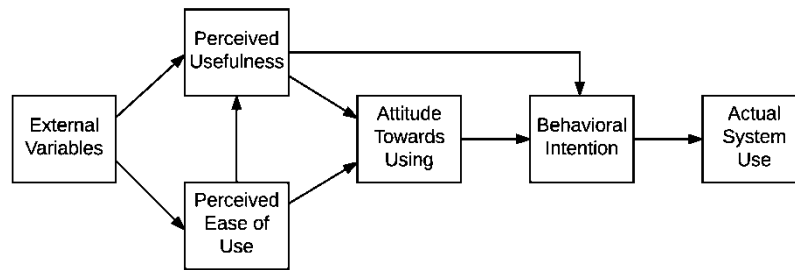


Gambar 2.2 Theory of Planned Behavior

2.1.4 Theory Acceptance Model (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Model yang dikembangkan oleh Davis (1989) ini adalah pengembangan dari teori sebelumnya yaitu TRA dan TPB. Model ini dirancang untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan teknologi oleh pengguna dan manfaat dalam pekerjaan. *Technology Acceptance Model* menyatakan bahwa keinginan untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh dua faktor penentu utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Penerimaan teknologi dapat diprediksi dengan sikap dan perilaku penggunaan pelanggan (Davis et al, 1986). Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), konsep mengukur kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan sebagai kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi baru. Keyakinan individu beralih ke sikap mereka terhadap penggunaan dan mengarah pada niat untuk menggunakan teknologi baru (Davis et al, 1986). Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan bebas dari usaha (Davis et al, 1986).



Gambar 2.3 Theory Acceptance Model

2.1.5 Minat

Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Hartono, 2007:116 dalam Shomad dan Purnomosidhi, 2012). Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan memiliki manfaat, maka akan menjadi berminat, lalu hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ini berarti minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya.

Minat menggunakan *e-money* didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat individu untuk menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*)

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan

meningkatkan kinerjanya. Wibowo (2008:10-20) dalam Shomad dan Purnomosidhi (2012) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Pengukuran konstruk kegunaan (*usefulness*) menurut (Davis 1989) terdiri dari: 1). Menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*), 2). Bermanfaat (*useful*), 3). Menambah produktivitas (*increase productivity*), 4). Meningkatkan efektivitas (*enchance efectiveness*), dan 5). Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).

Menurut Adiyanti (2015) manfaat produk baru yang banyak akan meningkatkan minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan *e-money*, ketika produk baru tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak pengguna yang semakin minat dan tertarik dalam menggunakan produk baru ini, baik yang dikeluarkan oleh perbankan maupun non-bank.

Hasil ini didukung oleh Shomad dan Purnomosidhi (2012), Indriastuti dan Wicaksono (2014), dan Yutadi dan Haris (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor yang dipertimbangkan pada pelanggan untuk menggunakan *e-money*

H1: Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*.

2.2.2 Persepsi Kemudahan (*Perceived ease of use*)

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah

dipahami. Davis (1989) juga memberikan kemudahan penggunaan sistem informasi yang meliputi: mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan dari klien atau pelanggan. Dengan demikian, setiap biaya layanan *e-money* dirasakan mudah digunakan oleh konsumen, maka biaya layanan kemudian akan diadopsi oleh pelanggan dalam suatu transaksi.

Dengan demikian, setiap biaya layanan *e-money* yang dirasa mudah digunakan oleh konsumen, maka biaya layanan kemudian akan diadopsi oleh pelanggan dalam suatu transaksi. Seperti yang diungkapkan Davis dalam Jogiyanto, (2007: 115) jika seseorang merasa atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa atau percaya bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan, ia tidak bisa menggunakannya. Hal ini sesuai dengan analisis yang dilakukan oleh Adiyanti (2015) dan Priambodo dan Prabawani (2016) untuk menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang dipertimbangkan pelanggan untuk menggunakan *e-money*.

H2: Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*.

2.2.3 Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Pavlou (2003) menjelaskan bahwa terdapat dua bentuk ketidakpastian dalam bertransaksi online, yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian

lingkungan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou (2003:77) sebagai berikut: 1) Berupa adanya risiko tertentu, 2) Mengalami kerugian, 3) Pemikiran bahwa berisiko (Priambodo and Prabawani 2016).

Hasil wawancara mendalam juga mempertimbangkan keamanan dan risiko sebagai salah satu alasan mengapa mereka menggunakan *e-money*. Variabel ini diteliti sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan *e-money* (Miliani, Purwanegara, and Indriani 2013).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan *e-money*, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Miliani, Purwanegara, dan Indriani (2013), Priambodo dan Prabawani (2016), dan Priyono (2017),

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *go pay*.

2.2.4 Inovasi Teknologi

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru (Kotler, 2002 dalam Adiyanti, 2015). Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru (Bhatti, 2007 di Hatta, 2010).

Proses penggunaan konsumen terfokus pada proses mental dan melalui proses ini seseorang beralih dari mendengarkan pertama kali tentang inovasi

hingga akhirnya menggunakannya. Pengguna produk baru telah diamati melewati lima tahap:

1. Kesadaran (*awareness*)
Konsumen menyadari inovasi tersebut, tetapi masih kekurangan informasi mengenai hal itu
2. Minat (*interest*)
Konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi tersebut.
3. Evaluasi (*evaluation*)
Konsumen mempertimbangkan apakah harus mencoba inovasi tersebut.
4. Uji coba (*trial*)
Konsumen mencoba inovasi tersebut untuk meningkatkan perkiraannya tentang nilai inovasi tersebut.
5. Penggunaan (*adoption*)
Konsumen memutuskan untuk memakai inovasi tersebut sepenuhnya secara teratur.

Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan *e-money*, pelanggan akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja.

Beberapa penelitian telah menemukan hubungan antara keinovatifan konsumen dengan keputusan untuk mengadopsi berbagai teknologi (Citrin et al., 2000 dalam Indriastuti dan Wicaksono (2014). Penelitian yang dilakukan oleh Chew (2006) mengemukakan bahwa tingkat keinovatifan konsumen memiliki

hubungan positif dengan sikap terhadap penggunaan M-Commerce. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Li, Fu, dan Li (2007)

H4: Inovasi Teknologi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*.

2.2.5 Minat menggunakan *Go pay*

Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Hartono, 2007:116 dalam Shomad dan Purnomosidhi, 2012). Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan memiliki manfaat, maka akan menjadi berminat, lalu hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ini berarti minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya.

Minat menggunakan *e-money* didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat individu untuk menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Sebuah konstruksi kunci dari TAM menunjukkan bahwa individu memiliki niat untuk melakukan perilaku tertentu yang sebagian didasarkan pada perasaan afektif mereka tentang sistem (Lu and Viehland 2008).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lu dan Viehland (2008) menyebutkan bahwa sikap terhadap penggunaan pembelajaran seluler akan

berhubungan secara positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi pembelajaran seluler. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Muntianah, Tutik S. Astuti (2012) bahwa dikatakan dalam penelitiannya minat perilaku berpengaruh terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual use*).

H5: Minat menggunakan *go pay* berpengaruh positif terhadap penggunaan *go pay*.

2.2.6 Penggunaan *Go pay*

Go pay adalah dompet elektronik untuk menyimpan saldo atau *go jek credit* yang dapat digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Gojek. Cara mengisi ulang saldo *go pay* dapat melalui pengemudi gojek, *mini market* atau melalui bank.

Merujuk pada *Theory Acceptance Model* yang dirancang untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan teknologi oleh pengguna, maka dalam penelitian ini ingin melihat ada atau tidaknya perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Penggunaan *go pay* disini adalah kondisi dimana pengguna sudah benar-benar menggunakan *go pay*.

Mengingat Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta merupakan kota dengan penduduk terbanyak di DIY serta sudah dapat dikatakan sebagai kota besar dengan perkembangan yang pesat akibat kemajuan arus informasinya. Oleh sebab itu peneliti merasa tidak ada perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

H6: Tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai acuan untuk meneliti pengaruh-pengaruh terhadap penerimaan teknologi baru. Beberapa penelitian tersebut diuraikan di bawah ini:

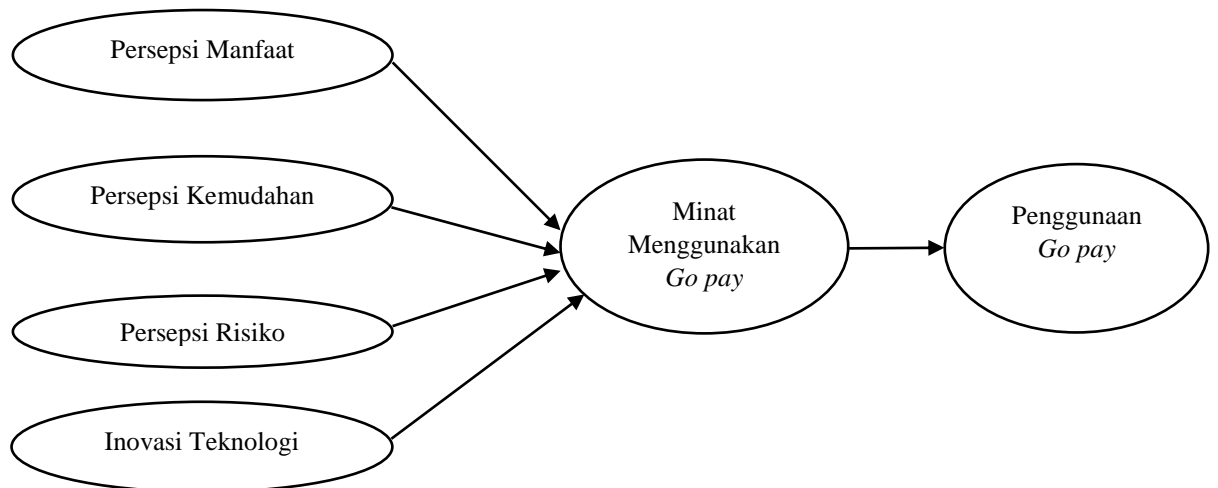
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang)	Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, 2016	Variabel Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko Variabel Dependen: Minat menggunakan layanan uang elektronik	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2	Influencers <i>e-money</i> in banking sector	Maya Indriastuti dan Rizki Herdian Wicaksono, 2014	Variabel Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, keinovatifan teknologi, dan persepsi kredibilitas Variabel Dependen: Penggunaan nyata (<i>Actual Use</i>)	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan keinovatifan teknologi sesuai dengan hipotesis peneliti, signifikan terhadap variabel penggunaan nyata <i>e-money</i> . Hanya variabel persepsi kredibilitas yang berbeda dengan hipotesis menghasilkan nilai positif dan berpengaruh terhadap penggunaan <i>e-money</i>
3	Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik <i>Go pay</i>	Anjar Priyono, 2017	Variabel Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, risiko, kepercayaan, kepuasan, reputasi, familiaritas Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>go pay</i>	Penelitian ini menganalisis apakah teknologi <i>Go pay</i> diterima oleh masyarakat, terutama oleh para early adopters of innovation yang dalam penelitian ini diproksi dengan mahasiswa. Mahasiswa adalah kelompok usia yang relatif muda sehingga cenderung memiliki tingkat penerimaan yang tinggi terhadap risiko dari inovasi baru. Disamping itu, mereka juga dipandang lebih familiar dengan teknologi baru. Atas dasar itulah mereka dipilih menjadi sampel penelitian. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah technology acceptance model yang banyak digunakan untuk analisis penerimaan inovasi teknologi.

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> (studi kasus : mahasiswa universitas brawijaya)	Arsita Ika Adiyanti, 2015	Variabel Independen: Pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, kepercayaan Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>e-money</i>	Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.4 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang menggunakan aplikasi Go-jek. Pemilihan populasi tersebut dalam penelitian ini dikarenakan peneliti melihat banyaknya pengguna *Go-Jek* di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Sehingga membuat peneliti ingin mengetahui seberapa banyak pengguna gojek yang menggunakan dompet elektronik *go pay*. Serta mengukur seberapa besar minat masyarakat terhadap penggunaan *go pay*.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasinya. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *convenience random sampling*. Metode ini dipilih berdasarkan kemudahan peneliti untuk menjangkau subyek yang dipilih untuk diikuti dalam penelitian.

3.2 Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber langsung dari masyarakat kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang menggunakan dompet digital dari aplikasi gojek. Metode pengambilan data

adalah dengan menggunakan angket atau kuisioner yang berisi seperangkat pernyataan yang digunakan untuk mengukur tiap-tiap variabel yang akan diuji. Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *nonprobability sampling* dengan metode *convenience random sampling*. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti dengan dibantu oleh rekan-rekan peneliti melalui penyebaran kuisioner secara langsung maupun dengan media *google form* kepada responden. Data dalam penelitian ini akan diolah menggunakan *software* SmartPLS 2.0 dan IBM SPSS *Statistics* 25 kemudian dianalisis menggunakan alat statistik.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel independen atau variabel bebas, variabel dependen atau variabel terikat, dan variabel intervening atau variabel mediasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan inovasi teknologi. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah penggunaan (*actual use*) dari *go pay* dan variabel mediasi atau variabel intervening adalah minat menggunakan *go pay*.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang merupakan skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini instrumen diukur dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk menentukan tingkatan jawaban responden sebagai berikut:

- Angka 1 akan mewakili keterangan (sangat tidak setuju)

- Angka 2 akan mewakili keterangan (tidak setuju)
- Angka 3 akan mewakili keterangan (netral)
- Angka 4 akan mewakili keterangan (setuju)
- Angka 5 akan mewakili keterangan (sangat setuju)

Peneliti mencoba untuk mendefinisikan variabel yang akan digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko, dan inovasi teknologi.

1. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan dalam menggunakan *e-money* dimana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja dalam bekerja. Penggunaan sistem tersebut dapat meningkatkan produktifitas, kinerja tugas atau efektivitas, dan kegunaan tugas secara menyeluruh. Terdapat 5 dimensi pengukuran dalam *e-money* yang dapat berpengaruh terhadap penggunaan *e-money* yaitu cepat, meningkatkan kinerja, lebih banyak manfaatnya, lebih mudah, dan lebih praktis.

2. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan sistem meliputi mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan

menambah keterampilan pengguna. Menurut Istiarni (2014) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan terhadap penggunaan sistem yaitu:

- a. Mudah dipelajari dan penggunaannya fleksibel.
- b. Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
- c. Penggunaan mudah serta pengefisiensian waktu.
- d. Mudah untuk dioperasikan.

3. Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi pelanggan mengenai ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan aktivitas. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou (2003) yaitu: berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, pemikiran bahwa berisiko. Indikator pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingginya tingkat risiko, keamanan bertransaksi, keamanan sistem, kenyamanan bertransaksi, dan keandalan sistem.

4. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru (Bhatti, 2007 dalam Indriastuti dan Wicaksono, 2014). Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.

3.3.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Ghozali (2008) menjelaskan bahwa disebut variabel endogen karena variabel ini dipengaruhi variabel sebelumnya. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu

1. Penggunaan *go pay* (*Actual System Use*)

Actual system use adalah kondisi dimana pengguna sudah benar-benar menggunakan sistem. Konsep pengukurannya dilihat berdasarkan frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan merasa puas menggunakan sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas, yang biasanya tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

3.3.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang menghubungkan pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel intervening merupakan variabel yang terletak diantara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. Baron dan Kenny (1986) menyatakan bahwa suatu variabel dapat berfungsi sebagai variabel mediasi apabila memenuhi kondisi sebagai berikut:

- a. *Full mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel-variabel dependen tanpa melalui variabel mediator.
- b. *Part mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melalui atau melibatkan variabel mediator.
- c. *No mediation*. artinya variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan tanpa harus melibatkan variabel intervening atau variabel moderator.

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel intervening adalah

1. Minat menggunakan *Go pay*

Minat penggunaan *e-money* adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam menggunakan produk *e-money*. Faktor-faktor yang kemungkinan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *e-money* diantaranya adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi. Menurut Davis et al, (1989) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Jogiyanto,2007:116). Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu. Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Jogiyanto, 2007:77)

Berikut ini merupakan daftar pertanyaan yang dibuat pada kuesioner

Tabel 3.1
Daftar Pertanyaan dan Sumbernya

No	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Persepsi Manfaat	Dengan menggunakan <i>go pay</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih cepat	Utami (2016), modifikasi
2		Dengan menggunakan <i>go pay</i> dapat meningkatkan kinerja saya	
3		<i>Go pay</i> dapat meningkatkan efisiensi saya dalam pembayaran transaksi pribadi	
4		<i>Go pay</i> dapat meningkatkan efektifitas saya dalam pembayaran transaksi pribadi	
5		Secara keseluruhan, saya merasa <i>go pay</i> bermanfaat dalam pembayaran transaksi pribadi	
1	Persepsi Kemudahan	Menurut saya <i>go pay</i> mudah untuk digunakan	Utami (2016), modifikasi
2		<i>Go pay</i> mempercepat proses pekerjaan saya	
3		Menurut saya mudah untuk memahami cara menggunakan <i>go pay</i>	
4		Menggunakan <i>go pay</i> sangat fleksibel	

No	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Persepsi Risiko	Saya khawatir apabila <i>go pay</i> yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik	Utami (2016), modifikasi
2		Saya merasa tidak aman ketika bertransaksi menggunakan <i>go pay</i>	
3		Saya khawatir apabila saldo <i>go pay</i> saya berkurang tanpa sebab	
4		Saya merasa tidak nyaman menggunakan <i>go pay</i>	
5		Saya menemukan banyak risiko ketika melakukan transaksi menggunakan <i>go pay</i>	
6		Saya tidak bisa mengandalkan <i>go pay</i> untuk transaksi pembayaran	
1	Inovasi Teknologi	Inovasi dari PT. Gojek membuat saya tertarik untuk menggunakan <i>go pay</i>	Indriastuti dan Wicaksono (2014), modifikasi
2		Aplikasi <i>go pay</i> sangat bermanfaat	
3		<i>Go pay</i> sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari	
4		Pengisian top up <i>go pay</i> sangat mudah	
5		Menurut saya akan lebih baik lagi apabila <i>Go pay</i> dapat digunakan untuk pembayaran yang lainnya (selain yang ada di aplikasi gojek)	

No	Variabel	Pernyataan	Sumber
1	Minat Menggunakan <i>Go pay</i>	Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai	Sari (2012), modifikasi
2		Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah	
3		Anda dapat bertransaksi dengan cepat sesuai dengan kebutuhan	
4		Dalam bertransaksi menggunakan <i>go pay</i> menjadi praktis	
1	Penggunaan <i>Go pay</i>	Saya selalu menggunakan <i>go pay</i> setiap kali melakukan transaksi	Cahyo (2014), modifikasi
2		Saya menggunakan <i>go pay</i> beberapa kali dalam satu minggu	
3		Saya selalu menggunakan <i>go pay</i> karena membantu pekerjaan saya	
4		Menurut saya <i>go pay</i> sangat berguna sebagai alat pembayaran	

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data. Statistik deskriptif digunakan untuk memberi gambaran atau deskripsi responden dan variabel-variabel penelitian (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi)

3.4.2 Analisis Data

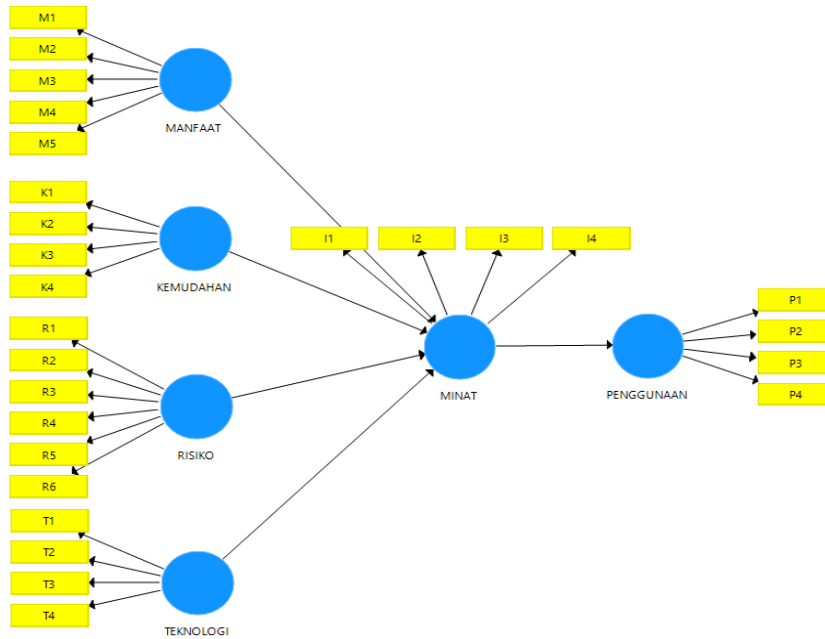
Penelitian ini menggunakan alat analisis data *Partial Least Square* (PLS) yang pertama kali dikembangkan oleh Herman O.A. Wold. *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS adalah salah satu metoda statistika SEM (*structural equation modelling*) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing values*), dan multikolinearitas. Selain digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (*prediction*), PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori.

Estimasi parameter PLS dibagi menjadi tiga kategori. Kategori pertama yaitu *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Estimasi kedua menggambarkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dengan blok indikatornya (*loading*). Kategori terakhir berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi tiga tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (konstanta).

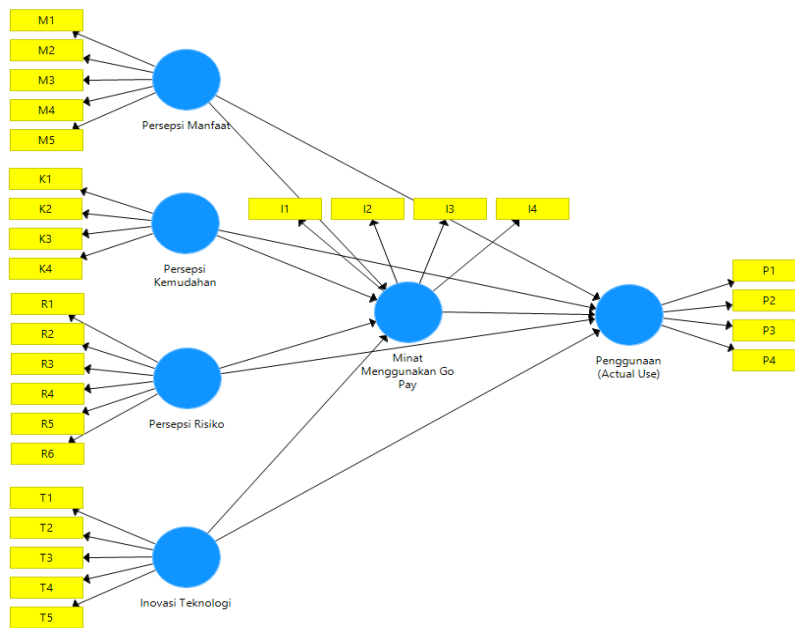
Penelitian ini juga menggunakan alat analisis data IBM SPSS *statistics 25* yaitu uji non parametrik *Mann Whitney* yang digunakan untuk melihat ada atau

tidaknya perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta.

3.4.3 Model Penelitian



Gambar 3.1 Model Utama Penelitian



Gambar 3.2. Uji Intervening: Hubungan Langsung IV dengan DV

3.4.4 *Outer Model (Model Pengukuran)*

Outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui validitas konvergen dan validitas diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya.

Uji validitas konvergen dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Ukuran yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* $> 0,7$, *communality* $> 0,5$ dan *average variance extracted (AVE)* $> 0,5$.

Validitas diskriminan merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain (Hussein 2015).

Selain uji validitas, terdapat uji reliabilitas yang dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metoda, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability*. Penggunaan *Cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas *Cronbach's*

Alpha diharapkan memiliki nilai $> 0,6$ untuk semua konstruk dan nilai composite reliability harus $> 0,7$ untuk mendapatkan reliabilitas yang tinggi

3.4.5 Inner Model (Model Struktural)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Nilai R-square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R-square maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Selain melihat nilai R-square, evaluasi model PLS dapat dilakukan dengan Q-square *predictive relevance*. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai Q-square < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

3.4.6 Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa dapat menggunakan nilai T-table dan T-statistic sebagai ukuran perbandingan. Jika T-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai T-table, maka hipotesis dapat diterima. Uji statistik yang digunakan adalah uji-t dimana dalam membentuk DF adalah sebagai berikut:

$$Df = n - k - 1$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel

n = Jumlah sampel

Apabila diperoleh nilai *P-value* kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka dapat disimpulkan signifikan, dan sebaliknya. Jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah signifikan, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

3.4.7 Uji *Mann Whitney U*

Uji *Mann Whitney U* merupakan uji non parametrik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata data dua sampel yang tidak berpasangan. Uji ini dipilih dikarenakan tidak adanya syarat bahwa data penelitian harus berdistribusi normal dan homogen.

Dasar yang menjadi acuan untuk pengambilan keputusan dalam uji *man whitney* yaitu apabila nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (*2-tailed*) lebih kecil dari probabilitas 0.05 maka hipotesis diterima, begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (*2-tailed*) lebih besar dari probabilitas 0.05 maka hipotesis ditolak.

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap penggunaan *go pay* di kota Yogyakarta dan kabupaten Sleman dengan minat menggunakan sebagai variabel intervening. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 140 orang dengan menggunakan media *google form* sebagai cara untuk melakukan distribusi kuisisioner. Hasil pengumpulan data berupa kuisisioner yang berhasil dikembalikan dan layak untuk dianalisis dapat disajikan pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1
Distribusi Kuesioner

Keterangan	Jumlah	%
Kuisisioner yang di sebar	140	100%
Kuisisioner yang terkumpul	140	100%
Kuisisioner yang tidak dapat di gunakan	0	0%
Kuisisioner yang memenuhi syarat	140	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari jumlah kuisisioner yang disebarkan ke responden sebanyak 140 yang kemudian seluruhnya dapat kembali kepada peneliti dengan diisi secara lengkap sehingga dapat dipergunakan.

4.2 Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menjelaskan karakteristik dari pengguna *go pay* di kota Yogyakarta dan kabupaten Sleman, karakteristik ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan jenis fitur yang digunakan dengan menggunakan *go pay*.

4.2.1 Jenis Kelamin

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	63	45%
Perempuan	77	55%
Total	140	100%

Berdasarkan data diatas jumlah laki laki dari keseluruhan sampel adalah 63 orang atau 45% total keseluruhan sampel, sedangkan jumlah perempuan sebanyak 77 orang atau 55% dari total keseluruhan sampel.

4.2.2 Usia

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
16-20 Tahun	32	22.86%
21-25 Tahun	56	40.00%
26- 30 tahun	25	17.86%
31-35 Tahun	17	12.14%
> 35 tahun	10	7.14%
Total	140	100.00%

Berdasarkan data diatas, pada kelompok usia 16-20 tahun berjumlah 32 orang yang mewakili 22.86% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 21-25 menempati jumlah sampel terbanyak yaitu 56 orang yang mewakili 40.00% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 26-30 tahun berjumlah 25 orang yang mewakili 17.86% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 31-35 terdapat 17 orang yang mewakili 12.14% dari keseluruhan sampel. Terdapat 10 orang yang mewakili 7.14% dari keseluruhan sampel dalam kelompok usia lebih dari 35 tahun.

4.2.3 Pendidikan Terakhir

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	11	7.86%
SMA	54	38.57%

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Diploma	8	5.71%
S1	52	37.14%
S2	15	10.72%
Total	140	100.00%

Berdasarkan data diatas, terdapat 11 orang atau 7.86% dari keseluruhan yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMP. Kemudian ada 54 orang atau 38.57% dari keseluruhan sampel yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMA. Lalu terdapat 8 orang yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Diploma atau setara dengan 5.71% dari total keseluruhan sampel. Terdapat 52 orang atau 37.14% dari total keseluruhan sampel yang memiliki pendidikan terakhir setingkat Strata-1. Serta terdapat 15 orang atau setara dengan 10.72% total keseluruhan sampel yang memiliki tingkat pendidikan akhir Strata-2.

4.2.4 Pekerjaan

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	11	7.86%
Mahasiswa	47	33.57%
PNS	25	17.86%
Pegawai Swasta	29	20.71%
Wiraswasta	15	10.71%
Lainnya	13	9.29%
Total	140	100.00%

Berdasarkan data diatas, jumlah responden terbesar dalam pengambilan sampel paling banyak memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang berjumlah 47 orang dan merepresentasikan sejumlah 33.57% dari total keseluruhan sampel. Lalu ada 29 orang pegawai swasta yang setara dengan 20.71% dari total keseluruhan sampel. Bekerja sebagai PNS sebanyak 25 orang yang merepresentasikan 17.86% dari total keseluruhan sampel. Pelajar sebanyak 11 orang atau 7.86%. Masyarakat yang berwiraswasta sebanyak 15 orang atau 10.71% dari total keseluruhan sampel serta masyarakat yang berprofesi lainnya yang tidak disebutkan di dalam kuesioner sebanyak 13 orang atau yang merepresentasikan 9.29% dari total keseluruhan sampel.

4.2.5 Pendapatan

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Jumlah pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp1.000.000	27	19.29%
Rp1.000.000 – Rp2.500.000	40	28.57%
Rp2.500.000 – Rp5.000.000	43	30.71%
Rp5.000.000 – Rp10.000.000	26	18.58%
>Rp10.000.000	4	2.85%
Total	140	100.00%

Berdasarkan data diatas jumlah responden yang memilki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 27 orang atau 19.29%. Pendapatan

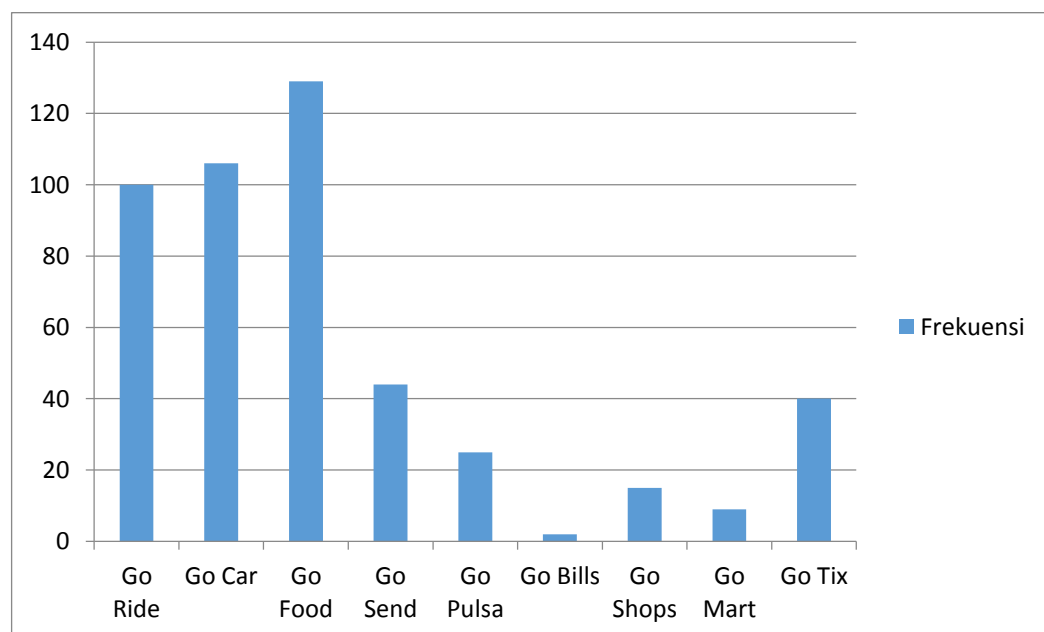
Rp1.000.000 – Rp2.500.000 berjumlah 40 orang atau 28.57%. Pendapatan Rp2.500.000 – Rp5.000.000 berjumlah 43 orang atau 30.71%. Pendapatan Rp5.000.000 – Rp10.000.000 berjumlah 26 orang atau 18.58% dari keseluruhan responden dan yang memiliki pendapatan lebih dari Rp10.000.000 hanya 4 orang atau mewakili 2.85% dari keseluruhan responden.

4.2.6 Jenis Fitur yang Digunakan Dengan *Go pay*

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut

Gambar 4.1

Grafik Jenis-Jenis Fitur yang Digunakan Dengan *Go pay*



Berdasarkan grafik diatas, responden di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta paling banyak menggunakan *go pay* untuk memesan *go food* di urutan pertama. Kemudian disusul oleh *go car* diikuti *go ride*, *go send*, *go tix*, *go shops*, *go mart*, dan yang terakhir fitur yang sedikit digunakan yaitu *go bills*.

4.3 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian outer model dimaksudkan untuk meneliti hubungan antara indikator dan variabel latennya. Dikarenakan indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat formatif dalam pembentukan variabel dependen dan independen sehingga di asumsikan tidak adanya korelasi antar indikator. Uji yang di lakukan dalam *outer model* adalah untuk melihat tingkat validitas dan reliabilitas setiap indikator.

4.3.1 Convergent Validity

Nilai *convergent validity* digunakan untuk mengukur apakah suatu instrument dapat dikatakan sebuah instrument yang valid atau tidak. dalam penelitian ini digunakan loading faktor lebih dari 0.5, apabila lebih dari 0.5 maka instrument dapat dikatakan valid, namun apabila nilai *loading factor* kurang dari 0.5 maka akan dinyatakan gugur atau tidak valid. Nilai nilai hasil pengujian *outer loading* bagian *convergent validity* ditunjukkan dengan tabel di bawah ini.

Tabel 4.7
Outer Loading

Variabel	Kode	<i>Outer Loading</i>	AVE
Persepsi Manfaat	M1	0.646	0.561
	M2	0.671	
	M3	0.834	
	M4	0.783	
	M5	0.790	
Persepsi Kemudahan	K1	0.801	0.569

Variabel	Kode	<i>Outer Loading</i>	AVE
	K2	0.767	
	K3	0.692	
	K4	0.751	
Persepsi Risiko	R1	0.602	0.519
	R2	0.786	
	R3	0.552	
	R4	0.870	
	R5	0.739	
	R6	0.722	
Inovasi Teknologi	T1	0.808	0.627
	T2	0.863	
	T3	0.876	
	T4	0.797	
	T5	0.577	
Minat menggunakan <i>Go pay</i>	I1	0.857	0.765
	I2	0.902	
	I3	0.880	
	I4	0.856	
Penggunaan <i>Go pay</i>	P1	0.734	0.581
	P2	0.592	
	P3	0.825	
	P4	0.866	

Dapat dilihat dari data diatas bahwa secara keseluruhan nilai *convergent validity* kesemua indikator sudah lebih dari 0.5 dan nilai AVE secara keseluruhan

nilai variabel laten lebih dari 0.5 yang artinya validitas dari indikator-indikator yang ada telah terpenuhi tanpa harus adanya indikator yang dihapus.

4.3.2 Discriminant Validity

Untuk melihat validitas dari konstruk, dapat diketahui dengan cara membandingkan nilai AVE setiap konstruk dengan korelasi konstruk lainnya. Menurut oleh Ghozali (2014) model mempunyai discriminant validity yang baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Tabel di bawah ini akan menunjukkan hasil output korelasi antar konstruk.

Tabel 4.8

Latent Variable Correlations

	Persepsi Kemudahan	Persepsi manfaat	Minat menggunakan <i>go pay</i>	Penggunaan <i>go pay</i>	Persepsi risiko	Inovasi teknologi
Persepsi kemudahan	1.000					
Persepsi manfaat	0.679	1.000				
Minat menggunakan <i>go pay</i>	0.613	0.671	1.000			
Penggunaan <i>go pay</i>	0.471	0.487	0.497	1.000		
Persepsi risiko	-0.317	-0.272	-0.344	-0.268	1.000	
Inovasi teknologi	0.491	0.535	0.637	0.638	-0.256	1.000

Tabel 4.9
Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AKAR (AVE)
Persepsi kemudahan	0.569	0.754
Persepsi manfaat	0.561	0.749
Minat menggunakan <i>go pay</i>	0.765	0.875
Penggunaan <i>go pay</i>	0.581	0.762
Persepsi risiko	0.519	0.720
Inovasi teknologi	0.627	0.792

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa akar AVE pada seluruh konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar variabel seperti pada tabel 4.8. Sebagai contoh pada variabel inovasi teknologi memiliki koefisien AVE sebesar 0.627 dan akar AVE sebesar 0,792. Nilai Akar AVE ini lebih tinggi dibandingkan dengan koefisien korelasi pada variabel inovasi teknologi yang memiliki rentang antara -0,256– 0,638. Dengan demikian konstruk persepsi inovasi teknologi dapat dinyatakan valid karena akar AVE lebih besar dari koefisien korelasinya. Demikian juga untuk variabel yang lain dapat dilihat dengan cara yang sama, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel ini telah memiliki discriminant validity yang tinggi.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Untuk mengatakan sebuah variabel laten sebagai alat ukur yang reliabel hal ini dapat dilihat dari besaran nilai pada *composite reliability*. Angka yang diharapkan dari uji ini adalah lebih dari 0.8 sehingga sebuah variabel laten dapat

dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasil pengujian yang telah dilakukan pada data penelitian, menunjukkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.10
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Persepsi manfaat	0.863
Persepsi kemudahan	0.840
Persepsi risiko	0.863
Inovasi Teknologi	0.892
Minat menggunakan <i>go pay</i>	0.928
Penggunaan <i>go pay</i>	0.844

Berdasarkan data dari tabel diatas, nilai *composite reliability* terendah terdapat di variabel persepsi kemudahan sebesar 0.840, sedangkan yang tertinggi ada di angka 0.928 pada variabel minat menggunakan *go pay*. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas tinggi dengan hasil *composite reliability* lebih dari 0.8.

4.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian lanjutan setelah memastikan tingkat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian adalah menguji *inner model*, fungsi dari pengujian ini adalah untuk menunjukkan hubungan antara konstruk variabel-variabel laten melalui nilai signifikansinya, serta nilai R-square yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dari

pengolahan data hasil penelitian yang dilakukan, di temukan hasil R-square sebagai berikut.

Tabel 4.11
R Square

Variabel	R-square
Minat menggunakan <i>go pay</i>	0.591
Penggunaan <i>go pay</i>	0.247

Dari nilai R-square diatas, dapat di intepretasikan sebagai berikut. Variabel minat menggunakan *go pay* sebesar 59.1% dapat dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan inovasi teknologi, dan sisanya di jelaskan oleh variabel lain. Untuk penggunaan *go pay* hanya mampu dijelaskan oleh variabel minat menggunakan *go pay* sebesar 24.7% dan sisanya di jelaskan oleh variabel lain.

4.5 Pengujian Hipotesis

Setelah pengolahan data dan memperhatikan hasilnya, tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis, hal ini dilakukan dengan cara melihat nilai dari tingkat signifikansi dan nilai dari parameter path antara variabel laten. Menurut Sofyani (2015), *Rule of thumbs* dari terdukungnya suatu hipotesis penelitian adalah: (1) jika koefisien atau arah hubungan variabel (ditunjukkan oleh nilai *original sample*) sejalan dengan yang dihipotesiskan, dan (2) jika nilai t statistik lebih dari t tabel, dan *probability value (p-value)* kurang dari 0,05 atau 5%. Dalam penelitian ini dengan sampel 140 dan df 134 maka nilai t tabelnya adalah 1.66. Pengambilan

keputusan berdasarkan pada arah hubungan dan signifikansi dari model pengujian dan korelasinya dijelaskan dalam tabel berikut

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Path	Original Sample (O)	T Statistics	Keputusan
H1	Persepsi manfaat → minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)0.334	3.108	Didukung
H2	Persepsi kemudahan → minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)0.184	1.737	Didukung
H3	Persepsi risiko → minat menggunakan <i>go pay</i>	(-)0.107	1.312	Tidak didukung
H4	Inovasi teknologi → minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)3.400	3.816	Didukung
H5	Minat menggunakan <i>go pay</i> → penggunaan <i>go pay</i>	(+)0.497	6.501	Didukung

Hasil pengujian hipotesis di adalah sebagai berikut

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Hasil penelitian diatas menunjukkan nilai positif 0.334 yang artinya persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Namun, untuk di katakan

hubungan tersebut signifikan, nilai *T statistics* yang ada harus lebih besar dari 1,66 (*one-tiled*), dilihat dari hasil di atas, nilai *T statistics* untuk hipotesis pertama adalah sebesar 3.108 sehingga persepsi manfaat benar berhubungan positif, dan hubungan tersebut signifikan. Pengguna akan menggunakan *go pay* ketika merasa penggunaan tersebut mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. ketika penggunaan *go pay* tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak pengguna yang semakin minat dan tertarik dalam menggunakan *go pay*. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Shomad dan Purnomosidhi (2012), Indriastuti dan Wicaksono (2014), dan Yutadi dan Haris 2014) bahwa persepsi manfaat menjadi faktor yang dipertimbangkan pada pelanggan untuk menggunakan *e-money*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama penelitian ini **Didukung**

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan nilai *original sample* atau hubungan antara kedua variabel ini adalah positif 0.184 dan dengan tingkat signifikansi atau *T statistics* sebesar 1.737 yang artinya lebih besar dari 1.66. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berhubungan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *go pay*. Apabila pengguna merasa atau meyakini bahwa system *go pay* mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila pengguna merasa sulit untuk menggunakan *go pay* maka ia tidak akan menggunakannya. Hasil ini

mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adiyanti (2015) dan Priambodo dan Prabawani (2016) bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang dipertimbangkan pelanggan untuk menggunakan *e-money*. Sehingga hipotesis kedua penelitian ini **Didukung**.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *go pay* merupakan hipotesis ketiga. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai hubungan antara kedua variabel ini adalah -0.107 yang artinya bahwa memang benar bila variabel risiko berhubungan negatif terhadap minat menggunakan *go pay* dan nilai *T statistics* atau tingkat signifikansi dari variabel ini adalah sebesar 1.312 yang mana lebih kecil dari *T* tabel 1.66 sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh persepsi risiko tidak signifikan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa benar adanya variabel risiko berhubungan negatif namun tidak signifikan terhadap variabel minat menggunakan *go pay*. Pengguna *go pay* mempertimbangkan keamanan dan risiko sebagai salah satu alasan menggunakan *go pay*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa memang benar variabel risiko berhubungan negatif namun tidak signifikan terhadap variabel *minat menggunakan go pay*. Hal ini dapat diperkirakan karena penggunaan *go pay* di masyarakat belum tereduksi mengenai adanya risiko dari penggunaan *go pay* sehingga hipotesis ketiga

Tidak Didukung

d. Pengujian Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat adalah hubungan antara inovasi teknologi dengan minat menggunakan *go pay* berhubungan positif. Di kabupaten Sleman hasil penelitian menunjukkan nilai original sample sebesar positif 3.400 yang artinya benar inovasi teknologi berhubungan positif terhadap minat menggunakan *go pay*, dan dengan nilai *T statistics* 3.816 yang artinya di atas *T* tabel 1.66 sehingga dapat dinyatakan pengaruh yang diberikan oleh inovasi teknologi adalah signifikan. Kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan hasil penelitian yaitu benar adanya variabel inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *go pay*. Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan *go pay*, pengguna akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chew (2006) dan Li, Fu, dan Li (2007) yang mengemukakan bahwa tingkat keinovatifan konsumen memiliki hubungan positif dengan sikap terhadap penggunaan M-Commerce. Sehingga hipotesis keempat penelitian ini **Didukung**.

e. Pengujian Hipotesis Kelima

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *go pay* berpengaruh positif terhadap penggunaan *go pay*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai hubungan antara kedua variabel ini adalah sebesar 0.497 dengan nilai *T statistics* 6.501. Dengan nilai *T statistics* di atas *T* tabel maka dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *go pay* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *go pay*. Sebuah konstruksi kunci

dari TAM menunjukkan bahwa individu memiliki niat untuk melakukan perilaku tertentu yang sebagian didasarkan pada perasaan afektif mereka tentang sistem (Lu & Viehland, 2008). Ketika pengguna memiliki keinginan atau niat untuk menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Maka ia akan menggunakan layanan tersebut. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntianah, Tutik S. Astuti (2012) bahwa minat perilaku berpengaruh terhadap penggunaan sesungguhnya (*actual use*). Sehingga hipotesis kelima **Didukung**

4.6 Hasil Uji Intervening

Mengarah pada Baron dan Kenney (1986) pengujian efek dari variabel intervening atau mediasi dapat dilakukan apabila efek utama variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Jika hal tersebut tidak terpenuhi, maka pengujian efek mediasi tidak perlu dilanjutkan karena biasanya hasilnya pasti tidak signifikan. Dari hasil uji diatas diketahui bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay* dan juga berpengaruh positif terhadap variabel dependen penggunaan *go pay*. Dengan demikian, syarat untuk melakukan uji efek mediasi telah terpenuhi dan dapat dilakukan.

Untuk menyatakan bahwa variabel minat menggunakan *go pay* adalah benar merupakan variabel intervening yang mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen maka dilihat melalui tingkat signifikansinya yang di tampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13

Pengujian Hasil Intervening

Path	Original Sample	T Statistics	Kesimpulan	Jenis Mediasi
Persepsi manfaat → Penggunaan <i>go pay</i>	(+)0.156	1.220	Tidak Signifikan	<i>Full Mediation</i>
Persepsi manfaat → Minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)0.334	3.108	Signifikan	
Persepsi kemudahan → Penggunaan <i>go pay</i>	(+)0.129	1.072	Tidak Signifikan	<i>Full Mediation</i>
Persepsi Kemudahan → Minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)0.184	1.737	Signifikan	
Persepsi Risiko → Penggunaan <i>go pay</i>	(-)0.069	0.704	Tidak Signifikan	<i>No Mediation</i>
Persepsi Risiko → Minat menggunakan <i>go pay</i>	(-)0.107	1.312	Tidak Signifikan	
Inovasi teknologi → Penggunaan <i>go pay</i>	(+)0.473	3.859	Signifikan	<i>Part Mediation</i>
Inovasi teknologi → Minat menggunakan <i>go pay</i>	(+)3.400	3.816	Signifikan	

Dengan menggunakan nilai *T statistics* sebesar 1.64 sebagai pengukur signifikan atau tidaknya hubungan antar variabel, maka hasil data tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pada penelitian ini variabel minat menggunakan *go pay* berperan sebagai variabel intervening *full mediation* antara variabel independen persepsi manfaat dan variabel dependen penggunaan *go pay*. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi manfaat hanya berpengaruh terhadap variabel dependen penggunaan *go pay* melalui variabel minat menggunakan *go pay*. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi

manfaat dan penggunaan *go pay* tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan manfaat yang diberikan oleh *go pay* maka akan timbul minat menggunakan yang selanjutnya mendorong orang tersebut untuk menggunakan *go pay*. Dengan kata lain, apabila sebuah teknologi informasi dirasa bermanfaat positif bagi pengguna, maka pengguna akan menggunakan teknologi informasi tersebut sebab berguna untuk meningkatkan produktivitas dan keefektifan pekerjaannya.

- b. Pada penelitian ini variabel minat menggunakan *go pay* berperan sebagai variabel intervening *full mediation* antara variabel independen persepsi kemudahan dan variabel dependen penggunaan *go pay*. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi kemudahan hanya berpengaruh terhadap variabel dependen penggunaan *go pay* melalui variabel minat menggunakan *go pay*. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi kemudahan dan penggunaan *go pay* tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang sudah merasakan kemudahan yang diberikan oleh *go pay* maka akan timbul minat menggunakan yang selanjutnya mendorong orang tersebut untuk menggunakan *go pay*. Dengan kata lain, apabila sebuah teknologi informasi dirasa mudah digunakan oleh pengguna, maka pengguna akan menggunakan teknologi informasi tersebut sebab dapat meningkatkan keefektifan pekerjaannya.
- c. Pada penelitian ini variabel minat menggunakan *go pay* berperan sebagai variabel intervening *no mediation* antara variabel independen persepsi

risiko dan variabel dependen penggunaan *go pay*. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi risiko tidak mampu berpengaruh secara signifikan baik terhadap variabel minat menggunakan *go pay* maupun variabel penggunaan *go pay*. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara persepsi risiko dengan variabel minat menggunakan *go pay* dan penggunaan *go pay* yang tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko tidak dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *go pay*.

- d. Pada penelitian ini variabel minat menggunakan *go pay* berperan sebagai variabel intervening *part mediation* antara variabel independen inovasi teknologi dan variabel dependen penggunaan *go pay*. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel inovasi teknologi mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen penggunaan *go pay* dengan atau tanpa melibatkan variabel intervening minat menggunakan *go pay*. Hal ini dibuktikan dengan hubungan langsung antara inovasi teknologi dengan variabel minat menggunakan *go pay* dan penggunaan *go pay* yang signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi teknologi mampu mempengaruhi secara langsung variabel penggunaan *go pay* dengan atau tanpa melalui minat menggunakan *go pay*.

4.7 Hasil Uji Man Whitney U

Uji *Mann Whitney Test* digunakan dalam pengujian hipotesis untuk melihat apakah terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman

dan Kota Yogyakarta. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS *statistics* 25. Pengujian tersebut dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed). Dasar pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai p value, apabila nilai T statistik < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung dan T statistik $> 0,05$, maka hipotesis tidak didukung. Dalam hal ini nilai signifikansi yang digunakan untuk uji satu arah sebesar 5%.

Tabel 4.14
Hasil Uji Mann Whitney U

	Manfaat	Kemudahan	Risiko	Inovasi Teknologi	Minat Menggunakan Go pay	Penggunaan Go pay
Mann-Whitney U	2210,000	2266,500	1977,500	1846,000	2402,500	1705,000
Z	-1,009	-,774	-1,979	-2,537	-,202	-3,132
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,313	0,439	0,048	0,011	0,840	0,002

a. Persepsi Manfaat

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari persepsi manfaat mendapatkan nilai T statistik sebesar 0.313. nilai T statistik tersebut lebih besar daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta tidak didukung. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi manfaat penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

b. Persepsi Kemudahan

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari persepsi kemudahan nilai T statistiknya sebesar 0.439. Nilai T statistik tersebut lebih besar daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta tidak didukung. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi kemudahan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

c. Persepsi Risiko

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari persepsi risiko nilai T statistiknya sebesar 0.048. Nilai T statistik tersebut lebih kecil daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta didukung. Oleh sebab itu, dapat

disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi risiko penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

d. Inovasi Teknologi

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari variabel inovasi teknologi nilai T statistiknya sebesar 0.011. Nilai T statistik tersebut lebih kecil daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta didukung. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan variabel inovasi teknologi penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

e. Minat Menggunakan *Go pay*

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari variabel minat menggunakan *go pay* nilai T statistiknya sebesar 0.840. Nilai T statistik tersebut lebih besar daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta tidak didukung. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan variabel minat menggunakan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

f. Penggunaan *Go pay*

Tabel 4.14 menunjukkan hasil dari pengujian uji beda terhadap penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari variabel penggunaan *go pay* nilai T statistiknya sebesar 0.002. Nilai T statistik

tersebut lebih kecil daripada 0.05, sehingga hipotesis tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta diterima. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan data dan analisis yang dilakukan, dapat di simpulkan bahwa:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Semakin tinggi manfaat *go pay* maka meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *go pay*.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *go pay* sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan *go pay* maka akan semakin tinggi pula minat untuk menggunakannya.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berhubungan tidak signifikan negatif terhadap minat menggunakan *go pay* yang artinya apabila persepsi risiko meningkat maka belum dapat di pastikan bahwa minat untuk menggunakan *go pay* akan menurun.
4. Penelitian ini menunjukkan inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *go pay*, yang mana apabila inovasi teknologi meningkat maka akan meningkatkan pula minat dalam penggunaan *go pay*.
5. Peran minat menggunakan *go pay* sebagai variabel intervening pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan bersifat *full mediation*

karena tanpa adanya variabel minat persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi penggunaan *electronic money*.

6. Peran minat menggunakan *go pay* sebagai variabel intervening pada variabel persepsi risiko bersifat *no mediation* karena variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel intervening
7. Peran minat menggunakan *go pay* sebagai variabel intervening pada variabel inovasi teknologi bersifat *part mediation* karena variabel inovasi teknologi dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel intervening
8. Hasil penelitian ini menunjukkan minat menggunakan *go pay* berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *go pay* yang artinya apabila minat untuk menggunakan meningkat maka akan meningkat pula penggunaan dari *go pay*.
9. Terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yaitu pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan *go pay*.
10. Tidak terdapat perbedaan penggunaan *go pay* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta yang didasari pada variabel persepsi risiko, inovasi teknologi, dan penggunaan *go pay*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan minat atau keinginan untuk menggunakan *go pay* secara langsung dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan inovasi teknologi informasi itu sendiri. Artinya, apabila masyarakat menyadari kemanfaatan dari *go pay* mampu meningkatkan kinerja mereka maka masyarakat akan terus menggunakan *go pay*. Begitu pula dengan persepsi kemudahan, apabila masyarakat merasa aplikasi *go pay* mudah digunakan akan meningkatkan penggunaan *go pay*. Ketika perusahaan gojek berinovasi dalam hal teknologi untuk meningkatkan fitur *go pay*, seperti dapat melakukan pembayaran makanan di Burger King atau Minuman di Cha Time dengan hanya scan kode QR tentu saja hal ini sangat praktis dan memudahkan masyarakat dimana tidak perlu membayar dengan uang tunai.

Dari penelitian ini PT. Gojek Indonesia dapat melihat persepsi yang ada di masyarakat tentang penggunaan nyata dari dompet elektronik *go pay*. Hal ini dapat digunakan PT. Gojek Indonesia sebagai pertimbangan untuk mengembangkan bisnisnya. Kemudian PT. Gojek Indonesia dapat meminimalkan risiko serendah mungkin, dapat dengan cara mengedukasi pelanggan agar menurunkan persepsi risiko yang muncul dari penggunaan teknologi dompet elektronik *go pay*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya terbatas pada responden yang berjumlah 140 orang masyarakat yang dirasa masih terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah pengguna *go pay* yang ada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta,

sehingga belum terlihat perbedaan penggunaan *go pay*, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu pengambilan data.

2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya meneliti 4 variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi sehingga tidak dapat mencakup dan mengetahui seluruh variabel yang memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *go pay*.

5.4 Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan untuk penelitian selanjutnya yaitu :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel agar dapat mencakup pengguna *go pay* dan memilih tempat lain untuk lokasi penelitiannya sehingga jangkauannya dapat lebih luas.
2. Menambah variabel lain yang diduga dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *go pay*, seperti variabel kepercayaan, daya tarik promosi dan lain sebagainya

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Muhammad Sofyan. 2014. "Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru." *Igarss 2014*, no. 1:1–5. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>.
- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya)." *Jurnal Ilmiah 2* (1):4–6.
- Ajzen, I., (1985), "From intention to actions : a Theory of Planned Behavior", in *Action Control: From Cognition to Behavior*
- Bank for International Settlements. (1996). Implications for central banks of the development of electronic money. *Bis*, (October). Retrieved from <http://www.bis.org/publ/bisp01.htm>
- Bank Indonesia. (2009a). Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 - Uang Elektronik (Electronic money). Bank Indonesia. Retrieved from http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_111209.aspx
- Bank Indonesia. (2009b). Uang Elektrtonik (Elektronik Money), (11), 1–55.
- Baron, R. M., & Kenny, D. a. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Cahyo, W. S. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chew, Aa. 2006. "The Adoption of M-Commerce in the United States." *Unpublished Honors Thesis, California State ...*, no. August. https://chemistry.csulb.edu/colleges/cba/honors/thesis/documents/Anthony_A._Chew_Thesis.pdf.
- Dailysocial.id. 2017. "E-money Survey 2017" Retrieved from <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-e-money-di-indonesia-2017>
- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And User Acceptance." *MIS Quarterly* 13 (3):319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Hidayati, Siti, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah, Aulia Fadly, and Isnu Yuwana Darmawan. 2006. "Operasional E-Money." *Bank Indonesia*, 1–5.
- Hussein, Ananda Sabil. 2015. "Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan SmartPLS 3.0." *Modul Ajar*, 1–29.
- Indriastuti, Maya, and Rizki Herdian Wicaksono. 2014. "Influencers E-Money in Banking Sector." *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law* 4 (2):10–17.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2014.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Julianto, P, A. 2017. "Transaksi Elektronik Dinilai Mendorong Efisiensi Ekonomi." *Kompas.Com*. Retrieved from <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/05/06/193000526/transaksi.elektronik.dinilai.mendorong.efisiensi.ekonomi>
- Li, Y., Z. T. Fu, and H. Li. 2007. "Evaluating Factors Affecting the Adoption of Mobile Commerce in Agriculture: An Empirical Study." *New Zealand Journal of Agricultural Research* 50 (5):1213–18. <https://doi.org/10.1080/00288230709510404>.
- Lu, Xu, and Dennis Viehland. 2008. "Factors Influencing the Adoption of Mobile Learning." *19th Australasian Conference on Information Systems*, 597–606. <http://aisel.aisnet.org/acis2008%5Cnhttp://aisel.aisnet.org/acis2008/56>.
- Miliani, Lani, Mustika Sufiati Purwanegara, and Mia Tantri Diah Indriani. 2013. "Adoption Behavior of E-Money Usage." *Information Management and Business Review* 5 (7):369–78.
- Muntianah, Tutik S. Astuti, Endang S. Azizah Devi F. 2012. "Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *Profit Universitas Brawijaya Malang* 6 (1):88–113.
- Pavlou, P. 2003. "Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk wiht the Technology Acceptance Model" 7 (3): 69-103.

- Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. 2016. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5 (2).
- Priyono, Anjar. 2017. "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik *Go pay*." *Jurnal Siasat Bisnis* 21 (1):88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.
- Ramdhani, Neila. 2011. "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior." *Buletin Psikologi* 19 (2):55–69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>.
- Sari, T. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Electronic Money Di Yogyakarta." Universitas Islam Indonesia.
- Shomad, Andrie Cesario, and Bambang Purnomosidhi. 2012. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce." *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 1 (2):1–20.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014
- Utami, Ri. A. 2016. "Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Sikap Penggunaan E- money." Universitas Islam Indonesia
- Yusuf, O. 2017. "Go pay Bakal Dibuka untuk "Merchant" di Luar Go-Jek." Kompas.Com. Retrieved from http://tekno.kompas.com/read/2017/01/12/09041477/go_pay.bakal.dibuka.untuk.merchant.di.luar.go-jek
- Yutadi, Krisnu Putra, and Lutfi Haris. 2014. "Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 3 (1):1–25.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/i Responden

Di tempat

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat yang harus saya penuhi untuk memperoleh gelas S-1 Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia, maka dimohon kesediaan Saudara untuk menjadi responden dengan cara mengisi kuesioner ini.

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi *Go pay* dari PT. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Sleman dan Yogyakarta).**

Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga akan terjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Atas kesediaan Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Yuni Nustini, Dra., MAFIS.,AK.,CA.,Ph.D

Rurie Wiedya Rahayu

BAGIAN I

Pada bagian ini responden diminta untuk mengisi data dirinya.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Lokasi tempat tinggal:
 - a. Sleman
 - b. Kota Yogyakarta
4. Usia :
 - a. 16 - 20 tahun
 - b. 21 - 25 tahun
 - c. 26 - 30 tahun
 - d. 31 – 35 tahun
 - e. > 35 tahun
5. Pendidikan terakhir :
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. Diploma
 - d. S1
 - e. S2
6. Pekerjaan :
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. PNS
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Wiraswasta
 - f. Lainnya
7. Pendapatan :
 - a. < Rp1.000.000
 - b. Rp1.000.000 – Rp2.500.000
 - c. Rp2.500.000 – Rp5.000.000
 - d. Rp5.000.000 – Rp10.000.000
 - e. > Rp10.000.000
8. Jenis fitur yang digunakan dengan menggunakan *go pay*:
 - a. Go-Ride
 - b. Go-Car
 - c. Go-Food
 - d. Go-Send
 - e. Go-Pulsa
 - f. Go-Bills
 - g. Go-Shops
 - h. Go-Mart

- i. Go-Tix
- j. Lainnya

BAGIAN II

(PERTANYAAN PENELITIAN)

Petunjuk Pengisian,

Berilah respon terhadap pernyataan dalam table dengan memberikan tanda centang pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/i mengenai pernyataan tersebut.

Skala respon adalah sebagai berikut:

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

Persepsi Manfaat	STS	TS	N	S	SS
Dengan menggunakan <i>go pay</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih praktis					
Dengan menggunakan <i>go pay</i> dapat meningkatkan kinerja saya					
<i>Go pay</i> dapat meningkatkan efisiensi saya dalam pembayaran transaksi pribadi					
<i>Go pay</i> dapat meningkatkan efektifitas saya dalam pembayaran transaksi pribadi					
Secara keseluruhan, saya merasa <i>go pay</i> bermanfaat dalam pembayaran transaksi pribadi					

Persepsi Kemudahan	STS	TS	N	S	SS
Menurut saya <i>go pay</i> mudah untuk digunakan					
<i>Go pay</i> mempercepat proses pekerjaan saya					
Menurut saya mudah untuk memahami cara menggunakan <i>go pay</i>					
Menggunakan <i>go pay</i> sangat fleksibel					

Persepsi Risiko	STS	TS	N	S	SS
Saya khawatir apabila <i>go pay</i> yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik					
Saya merasa tidak aman ketika bertransaksi menggunakan <i>go pay</i>					
Saya khawatir apabila saldo <i>go pay</i> saya berkurang tanpa sebab					
Saya merasa tidak nyaman menggunakan <i>go pay</i>					
Saya menemukan banyak risiko ketika melakukan transaksi menggunakan <i>go pay</i>					
Saya tidak bisa mengandalkan <i>go pay</i> untuk transaksi pembayaran					

Inovasi Teknologi	STS	TS	N	S	SS
Inovasi dari PT. Gojek membuat saya tertarik untuk menggunakan <i>go pay</i>					
Aplikasi <i>go pay</i> sangat bermanfaat					

Inovasi Teknologi	STS	TS	N	S	SS
<i>Go pay</i> sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					
Pengisian top up <i>go pay</i> sangat mudah					
Menurut saya akan lebih baik lagi apabila <i>Go Pay</i> dapat digunakan untuk pembayaran yang lainnya (selain yang ada di aplikasi gojek)					

Minat menggunakan <i>Go Pay</i>	STS	TS	N	S	SS
Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai					
Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah					
Anda dapat bertransaksi dengan cepat sesuai dengan kebutuhan					
Dalam bertransaksi menggunakan <i>go pay</i> menjadi praktis					

Penggunaan <i>Go Pay</i>	STS	TS	N	S	SS
Saya selalu menggunakan <i>go pay</i> setiap kali melakukan transaksi					
Saya menggunakan <i>go pay</i> beberapa kali dalam satu minggu					
Saya selalu menggunakan <i>go pay</i> karena membantu pekerjaan saya					
Menurut saya <i>go pay</i> sangat berguna sebagai alat pembayaran					

Lampiran 2. Data Kuesioner

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	31 – 35 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	> Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Laki-laki	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pengangguran	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	Diploma	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	26 - 30 tahun	Sleman	S1	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	31 – 35 tahun	Sleman	S1	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	S1	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S2	PNS	Rp2.500.000 –	Go-Ride, Go-Car, Go-Food

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
					Rp5.000.000	
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Laki-laki	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Car
Laki-laki	31 – 35 tahun	Sleman	S1	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Food, Go-Pulsa
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Send
Perempuan	31 – 35 tahun	Sleman	S2	Pegawai Swasta	> Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	26 - 30 tahun	Sleman	S2	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Car
Perempuan	26 -30 tahun	Sleman	S2	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa, Go-Shops
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Polri	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Food, Go-Pulsa
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	26 - 30 tahun	Sleman	S2	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	31 – 35 tahun	Sleman	S2	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	S1	Mahasiswa	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	POLRI	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Food
Perempuan	31 – 35 tahun	Sleman	S1	Wiraswasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Laki-laki	31 – 35 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Car
Laki-laki	26 - 30 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Tix
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	31 – 35 tahun	Sleman	Diploma	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa
Laki-laki	31 – 35 tahun	Sleman	SMA	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Mart
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Laki-laki	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	16 - 20 tahun	Sleman	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Food, Go-Send
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart
Perempuan	16 - 20 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S2	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Food

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Mart
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car
Laki-laki	26 - 30 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car
Perempuan	26 - 30 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Sleman	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Food, Go-Pulsa, Go-Bills
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Car
Laki-laki	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota	S1	Mencari	Rp1.000.000 –	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Tix

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
		Yogyakarta		pekerjaan	Rp2.500.000	
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Car
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Pegawai Swasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Shops
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Send, Go-Pulsa, Go-Mart
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Shops, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Laki-laki	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Food
Laki-laki	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMP	Pelajar	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Food, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Perempuan	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	pengajar	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Laki-laki	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Wiraswasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Tix
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	S2	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car
Perempuan	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	POLRI	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Wiraswasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Wiraswasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Pegawai Swasta	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa
Laki-laki	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S2	PNS	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Car, Go-Food
Laki-laki	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Perempuan	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	BUMN	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	Wiraswasta	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	Wiraswasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Car, Go-Food, Go-Shops
Perempuan	31 – 35 tahun	Kota Yogyakarta	S2	Wiraswasta	> Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	POLRI	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Pegawai Swasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Pegawai Swasta	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	Diploma	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa, Go-Tix
Perempuan	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	Mahasiswa	< Rp1.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Pulsa
Perempuan	26 - 30 tahun	Kota Yogyakarta	S1	PNS	Rp5.000.000 – Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send
Laki-laki	21 - 25 tahun	Kota Yogyakarta	S1	BUMN	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Food
Perempuan	16 - 20 tahun	Kota Yogyakarta	S1	Mahasiswa	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	SMA	BUMN	Rp2.500.000 – Rp5.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food

Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis fitur yang digunakan
Laki-laki	> 35 tahun	Kota Yogyakarta	S2	PNS	> Rp10.000.000	Go-Ride, Go-Car, Go-Food

Data Kuesioner (Lanjutan)

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4
1	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4
1	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
1	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	2	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	5	2	3
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	1	2	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
1	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
1	5	4	5	5	4	5	4	4	5	2	2	2	2	1	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	2	2	4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	2	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4
1	3	4	3	5	5	5	5	3	5	4	2	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	1	2	4
1	4	4	3	3	5	5	5	5	5	2	2	4	2	2	1	3	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5
1	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4
1	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
1	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	2	3	5

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4
1	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
1	5	5	3	2	5	5	5	5	5	3	3	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
1	4	4	3	2	5	4	4	5	5	2	2	2	1	2	1	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3
1	5	3	4	4	5	4	4	5	3	3	2	3	1	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
1	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	4	2	2	3	3	4	3	3	5	3	3	4	5	2	2	4	4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3
1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	2	4	2	2	2	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	5
1	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	2	2	4
1	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	3	4
1	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	3	2	3
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4
1	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	2	1	1	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
1	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	2	2	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3
1	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	5	3	2	2	2	2	2	2	2
1	5	3	4	4	4	5	5	4	5	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
1	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	1	3	1	2	1	4	4	4	4	1	1	1	1
1	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	1	2	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	1	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	1	1	1	1	1	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	3	3	3
1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	2	4
1	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	3	2	1	2	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4
1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	2	2	2	3
1	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	2	3	2	1	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
1	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	4
1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	1	1	1	4	4	4	5	3	5	5	5	5	2	3	3	4
1	5	4	4	4	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1	1	4	4	4	5	2	5	5	4	4	3	2	4	5
1	5	3	4	5	5	5	4	5	5	2	2	2	1	2	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	2	2	1	4	1	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	4	5
1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	4	2	2	1	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	2	4
1	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	3	4	2	4	4	3	3	2	4	3	5	5	3	4	3	4
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5
1	3	3	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3
1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	4	3	3	4	5	4	4	4	5	3	2	3	3
1	5	3	5	5	4	3	3	5	5	3	2	5	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5
1	5	5	3	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	5	5	1	2	2	3
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	2	1	1	1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4
1	5	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4
1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	1	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	2	4

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	
1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	1	1	1	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	2	3	5
2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	2	2	3	4	
2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	
2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	2	1	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	
2	5	3	4	4	5	5	3	4	3	3	2	3	2	2	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	
2	5	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	5	
2	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	1	4	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	5	
2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	1	3	4	2	1	1	3	2	2	2	4	5	5	5	5	2	3	5	4	
2	5	3	4	4	4	5	5	3	3	2	3	4	1	1	3	5	5	4	3	5	5	4	4	5	3	4	3	5	
2	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	
2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2	4	2	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	
2	3	3	5	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	
2	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	2	1	2	1	2	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	
2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	1	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	
2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	
2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	2	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4	
2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	1	2	2	2	2	1	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	
2	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	2	2	2	3	
2	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	1	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	
2	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	5	4	4	5	5	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	5
2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
2	5	3	4	4	2	3	3	4	4	4	2	2	1	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	4	4
2	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	1	1	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	5	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	2	2	2	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	
2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	2	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	
2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	5	
2	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
2	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	2	2	3	
2	5	3	5	5	5	5	3	5	5	2	2	3	2	2	2	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	
2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	
2	1	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	3	1	3	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	3	3	4	
2	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	2	2	1	2	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4
2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	5	3	4	3	5	4	3	5	4
2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	1	1	1	1	1	1	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	1	1	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	1	2	2	1	1	2	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	1	2	2	1	1	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	1	2	2	1	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	1	2	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	1	2	1	1	1	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	1	2	2	2	2	1	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	1	1	2	2	1	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	1	1	1	1	1	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1	2	2	2	2	1	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	3	3	4	5	4	5	4	2	2	5	1	1	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5
2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	2	3	1	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	4	5
2	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	1	3	2	1	2	3	4	4	5	3	4	3	5	5	2	2	2	4
2	4	4	5	4	4	5	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	2	5	2	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5

GROUP	M1	M2	M3	M4	M5	K1	K2	K3	K4	R1	R2	R3	R4	R5	R6	T1	T2	T3	T4	T5	I1	I2	I3	I4	P1	P2	P3	P4
2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5
2	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	2	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5
2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	2	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5

Lampiran 3. Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. *Convergent Validity*

Outer Loadings

	INOVASI TEKNOLOGI	MINAT MENGUNAKAN GO PAY	PENGGUNAAN ACTUAL USE	PERSEPSI KEMUDAHAN	PERSEPSI MANFAAT	PERSEPSI RISIKO
I1		0,857325				
I2		0,902970				
I3		0,880906				
I4		0,856560				
K1				0,801415		
K2				0,767675		
K3				0,692411		
K4				0,751000		
M1					0,646086	
M2					0,671839	
M3					0,834992	
M4					0,783792	
M5					0,790291	
P1			0,734285			
P2			0,592732			
P3			0,825872			
P4			0,866925			
R1						0,602043
R2						0,786092
R3						0,552955
R4						0,870991
R5						0,739826
R6						0,722105
T1	0,808338					
T2	0,863613					
T3	0,876832					
T4	0,797545					
T5	0,577976					

2. *Discriminant Validity*

Latent Variable Correlations

Latent Variable Correlations

	INOVASI TEKNOLOGI	MINAT MENGUNAKAN GO PAY	PENGGUNAAN ACTUAL USE	PERSEPSI KEMUDAHAN	PERSEPSI MANFAAT	PERSEPSI RISIKO
INOVASI TEKNOLOGI	1,000000					
MINAT MENGUNAKAN GO PAY	0,637483	1,000000				
PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,638312	0,497790	1,000000			
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,491381	0,613335	0,471924	1,000000		
PERSEPSI MANFAAT	0,535127	0,671309	0,487162	0,679497	1,000000	
PERSEPSI RISIKO	-0,256767	-0,344892	-0,268629	-0,317220	-0,272949	1,000000

Average Variance Extracted (AVE)

AVE

	AVE
INOVASI TEKNOLOGI	0,627641
MINAT MENGUNAKAN GO PAY	0,765012
PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,581032
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,568756
PERSEPSI MANFAAT	0,560979
PERSEPSI RISIKO	0,518927

[Table of contents](#)

3. Uji Reliabilitas
Composite Reliability

Composite Reliability

	Composite Reliability
INOVASI TEKNOLOGI	0,892145
MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,928653
PENGUNAAN ACTUAL USE	0,844757
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,840282
PERSEPSI MANFAAT	0,863536
PERSEPSI RISIKO	0,863549

Lampiran 4. Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)**R Square**

	R Square
INOVASI TEKNOLOGI	
MINAT MENGUNAKAN GO PAY	0,591758
PENGUNAAN ACTUAL USE	0,247795
PERSEPSI KEMUDAHAN	
PERSEPSI MANFAAT	
PERSEPSI RISIKO	

Lampiran 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Bootstrapping dengan Model Utama

Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
INOVASI TEKNOLOGI -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,340088	0,332259	0,089101	0,089101	3,816886
MINAT MENGGUNAKAN GO PAY -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,497790	0,507043	0,076564	0,076564	6,501608
PERSEPSI KEMUDAHAN -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,184933	0,185470	0,106445	0,106445	1,737356
PERSEPSI MANFAAT -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,334270	0,321285	0,107529	0,107529	3,108657
PERSEPSI RISIKO -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	-0,107665	-0,133135	0,082033	0,082033	1,312450

Lampiran 6. Hasil Uji Intervening

Hasil Bootstrapping dengan Model Pemanding

Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
INOVASI TEKNOLOGI -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,340844	0,342919	0,088604	0,088604	3,846802
INOVASI TEKNOLOGI -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,473731	0,466591	0,122748	0,122748	3,859391
MINAT MENGGUNAKAN GO PAY -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	-0,051428	-0,052232	0,136127	0,136127	0,377797
PERSEPSI KEMUDAHAN -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,193168	0,182027	0,118096	0,118096	1,635688
PERSEPSI KEMUDAHAN -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,129546	0,130736	0,120767	0,120767	1,072698
PERSEPSI MANFAAT -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	0,328988	0,330582	0,112795	0,112795	2,916680
PERSEPSI MANFAAT -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	0,156737	0,162261	0,128433	0,128433	1,220382
PERSEPSI RISIKO -> MINAT MENGGUNAKAN GO PAY	-0,091415	-0,105267	0,090797	0,090797	1,006812
PERSEPSI RISIKO -> PENGGUNAAN ACTUAL USE	-0,069815	-0,060939	0,099109	0,099109	0,704428

Lampiran 7. Hasil Uji *Mann Whitney U*

Test Statistics^a

	M	K	R	T	I	P
Mann-Whitney U	2210,000	2266,500	1977,500	1846,000	2402,500	1705,000
Wilcoxon W	4695,000	4751,500	4462,500	4331,000	4887,500	4190,000
Z	-1,009	-,774	-1,979	-2,537	-,202	-3,132
Asymp. Sig. (2-tailed)	,313	,439	,048	,011	,840	,002

a. Grouping Variable: GROUP

Lampiran 8. Tabel Distribusi T

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195