

model regresi adalah tetap. Resiko untuk variabel X_4 memiliki nilai sebesar 0,215 dan bertanda negative memiliki arti bahwa variabel resiko memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan variabel minat (Y). Maka setiap kenaikan resiko sebesar satu satuan maka variabel minat (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,215 dengan asumsi variabel lain di dalam model regresi adalah tetap.

KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.550 ^a	.302	.295	2.03575	1.711

a. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat

Dapat dilihat dari hasil output SPSS nilai R^2 sebesar 0,302 atau sebesar 30,2%. Interpretasinya adalah variabel resiko, perceived usefulness, perceived ease of use dan kepercayaan menjelaskan 30,2% variasi minat. Sedangkan sisanya sebesar 69,8% (100%-30,2%) dijelaskan oleh variabelvariabel lainnya di luar model.

UJI F (SIGNIFIKANSI MODEL SIMULTAN)

Tabel 4.17

Hasil Uji F (signifikansi model simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	679.859	4	169.965	41.012	.000^b
Residual	1570.680	379	4.144		
Total	2250.539	383			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

Dapat dilihat dari hasil output SPSS bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai F sebesar 41,012 dengan probabilitas 0,000. Dikarenakan probabilitas $0,000 < 0,05$ memiliki arti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat. Jadi dengan demikian variabel resiko, perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap minat.

UJI T

Tabel 4.18

Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.212	.506		6.352	.000
Perceived_Usefulness	.196	.044	.269	4.436	.000
Perceived_EaseofUse	.269	.042	.330	6.340	.000
Kepercayaan	.148	.067	.187	2.210	.028
Resiko	-.215	.059	-.262	-3.655	.000

Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu apakah perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

< 0,05 dan nilai $B_{\text{perceived usefulness}}$ sebesar +0,196 artinya perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Hasil pengujian hipotesis kedua yaitu apakah perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

< 0,05 dan nilai $B_{\text{perceived usefulness}}$ sebesar +0,269 artinya perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu apakah resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai $B_{\text{perceived usefulness}}$ sebesar -0,215 artinya resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Hasil pengujian hipotesis keempat yaitu apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

$< 0,05$ dan nilai $B_{\text{perceived usefulness}}$ sebesar $+0,148$ artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

6. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama di dalam penelitian ini terbukti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY (e-money). Semakin banyak manfaat yang akan didapatkan customer saat menggunakan GO-PAY akan berpengaruh kepada minat customer GOJEK untuk menggunakan metode pembayaran GO-PAY. Manfaat yang didapatkan customer apabila menggunakan GO-PAY akan lebih mendorong minat customer untuk menggunakannya, dengan menggunakan GO-PAY berarti membantu customer untuk memudahkan setiap keperluan customer. GO-PAY dirasa praktis oleh customer dalam melakukan setiap pembayaran atas transaksi yang dilakukan dalam aplikasi GO-JEK.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua di dalam penelitian ini terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Jadi dapat disimpulkan apabila GO-PAY mudah digunakan maka semakin besar pula minat customer GO-JEK untuk menggunakan GO-PAY. Kemudahan yang didapatkan oleh customer yaitu kemudahan untuk melakukan pembayaran dan penggunaannya mudah untuk dipahami. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anendro (2016) dimana kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use*

berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan e-money.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga di dalam penelitian ini terbukti bahwa resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin rendah resiko yang ada dalam menggunakan GO-PAY maka semakin tinggi minat customer untuk menggunakan GO-PAY. Resiko yang rendah dalam menggunakan GO-PAY dan rasa aman



yang ada mendorong customer untuk berminat menggunakan GOPAY.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat di dalam penelitian ini terbukti bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Rasa percaya yang tinggi terhadap penggunaan GO-PAY akan mendorong minat customer GO-JEK untuk menggunakannya. Dimana customer percaya dengan ketersediaan sistem GO-PAY yang baik dan rasa kepercayaan dimana GO-JEK tetap menjamin semua keperluan customer dalam menggunakan GO-PAY.



BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Determinat Minat Customer GO-JEK dalam Menggunakan Metode Pembayaran GO-PAY dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan :

1. Apakah perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

2. Apakah perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis kedua dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

3. Apakah perceived resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis ketiga dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

4. Apakah perceived kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis keempat dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

B. SARAN

1. Bagi pihak GO-JEK sebaiknya terus melakukan sosialisasi dan promosi mengenai sistem pembayaran menggunakan GO-PAY dalam layanan aplikasi GO-JEK sehingga individu lain di luar yang belum merasakan manfaat dan kemudahan menggunakan GO-PAY dapat juga merasakan manfaat dan kemudahan apabila menggunakan GO-PAY. Dan dengan begitu jumlah pengguna GO-PAY diharap dapat terus mengalami peningkatan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian pada layanan aplikasi GO-JEK lainnya dan mengembangkan dengan model dan kerangka penelitian lainnya. Dan juga dapat menambahkan variabel lainnya guna mendukung penelitian yang sudah ada dan penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dan lebih berkembang.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	384	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		384	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	5.0755	3.365	.379	.646
M2	5.4193	2.860	.504	.476
M3	5.2083	3.001	.485	.505

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.8516	5.876	2.42406	3

PERCEIVED USEFULNESS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	384	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	384	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PU1	10.3177	7.925	.341	.580
PU2	10.4427	7.553	.395	.552
PU3	10.3099	7.990	.377	.562
PU4	10.4479	7.606	.369	.566
PU5	10.3359	7.728	.379	.561

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.9635	11.069	3.32704	5

PERCEIVED EASE OF USE
Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	384	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	384	100.0

a. Listwise deletion based on all variables
in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	7.7943	5.459	.478	.562
PE2	7.9479	5.339	.450	.580
PE3	7.9453	5.425	.469	.567
PE4	7.8750	5.916	.355	.643

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.5208	8.830	2.97151	4

KEPERCAYAAN
Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	384	100.0
Excluded ^a	0	.0
Cases Total	384	100.0

a. Listwise deletion based on all variables
in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	7.7760	5.897	.448	.615
K2	7.8802	5.798	.459	.608
K3	7.7630	5.946	.431	.626
K4	7.8698	5.628	.489	.587

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.4297	9.332	3.05481	4

RESIKO Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	384	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		384	100.0

a. Listwise deletion based on all variables

in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	7.89	5.204	.490	.508
R2	7.89	5.177	.485	.511
R3	8.08	5.554	.373	.593
R4	7.84	5.983	.312	.632

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.57	8.679	2.946	4

UJI ASUMSI

**UJI NORMALITAS
NPar Tests**

Descriptive Statistics

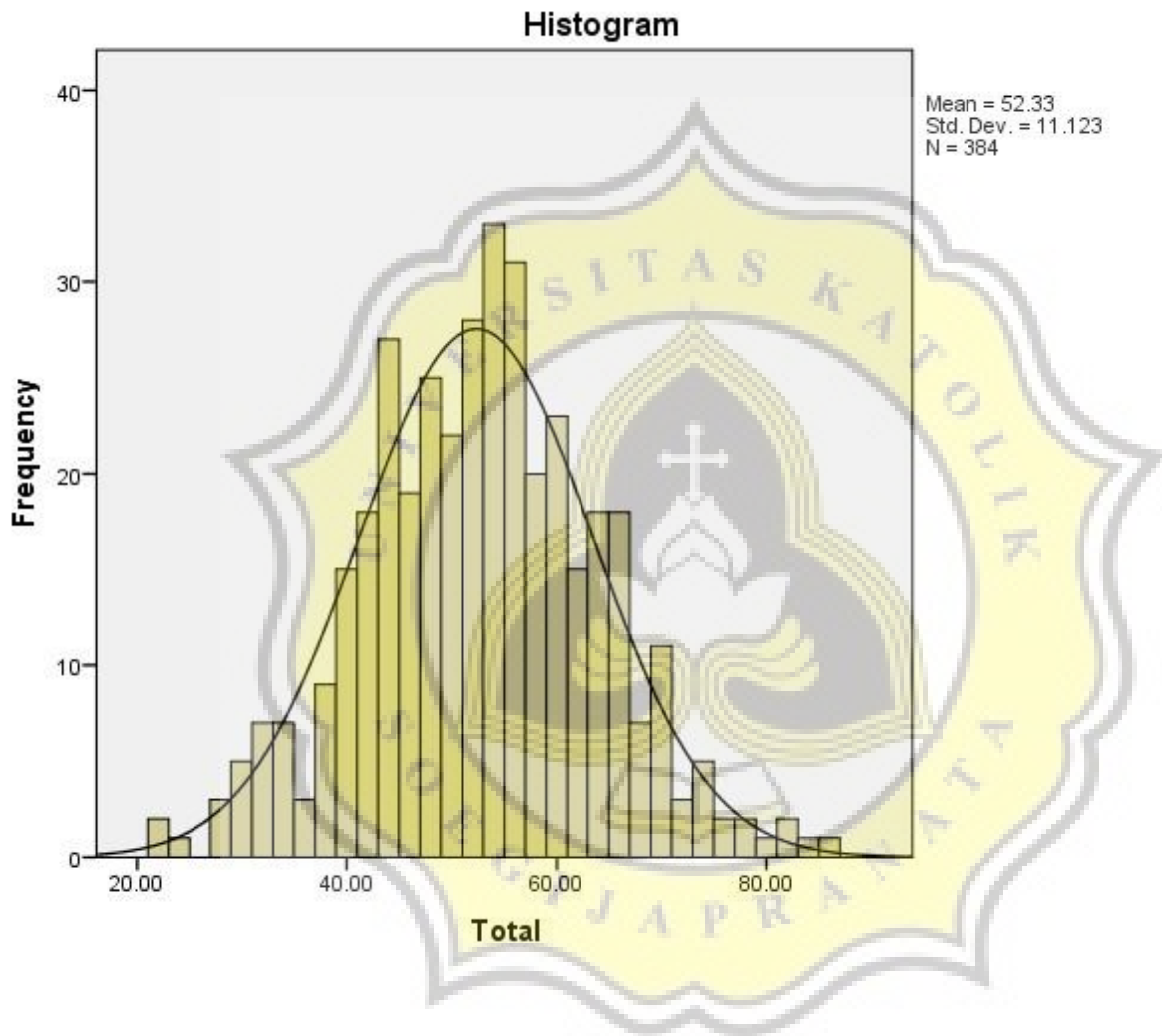
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Total	384	52.3333	11.12278	22.00	86.00

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total
N		384
Normal Parameters ^{ab}	Mean	52.3333
	Std. Deviation	11.12278
		.038

Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	
	Negative	-.035
Kolmogorov-Smirnov Z		.743
Asymp. Sig. (2-tailed)		.639

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.



UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.212	.506		6.352	.000		
Perceived_Usefulness	.196	.044	.269	4.436	.000	.502	1.994
Perceived_EaseofUse	.269	.042	.330	6.340	.000	.679	1.472
Kepercayaan	.148	.067	.187	2.210	.028	.258	3.873
Resiko	-.215	.059	-.262	-3.655	.000	.359	2.789

a. Dependent Variable: Minat

UJI HETEROSKEDASTITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.616	.315		8.318	.000		
Perceived_Usefulness	-.048	.027	-.125	-1.754	.080	.502	1.994
Perceived_EaseofUse	-.025	.026	-.057	-.930	.353	.679	1.472
Kepercayaan	.025	.042	.060	.603 - 1.103	.547	.258	3.873
Resiko	-.040	.037	-.093		.271	.359	2.789

a. Dependent Variable: RES2

UJI LINEARITAS

MINAT*PERCEIVED_USEFULNESS

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		553.286	17	32.546	7.018	.000
Between	Linearity	478.926	1	478.926	103.277	.000
Minat * Perceived_Useful ness	Groups Deviation from Linearity	74.359	16	4.647	1.002	.454
	Within Groups	1697.253	366	4.637		
	Total	2250.539	383			

MINAT*PERCEIVED EASE OF USE

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		536.525	15	35.768	7.679	.000
Between	Linearity	469.962	1	469.962	100.901	.000
Minat * Perceived_Easeof Use	Groups Deviation from Linearity	66.563	14	4.754	1.021	.431
	Within Groups	1714.014	368	4.658		
	Total	2250.539	383			

MINAT*KEPERCAYAAN

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		356.760	13	27.443	5.362	.000
Between	Linearity	208.134	1	208.134	40.665	.000
Minat * Kepercayaan	Groups Deviation from Linearity	148.626	12	12.385	2.420	.005
	Within Groups	1893.779	370	5.118		
	Total	2250.539	383			

MINAT*RESIKO

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Resiko	(Combined)	137.687	14	9.835	1.718	.050
	Between Groups	28.604	1	28.604	4.996	.026
	Deviation from Linearity	109.083	13	8.391	1.465	.128
	Within Groups	2112.852	369	5.726		
	Total	2250.539	383			



UJI HIPOTESIS Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	7.8516	2.42406	384
Perceived_Usefulness	12.9635	3.32704	384

Perceived_EaseofUse	10.5208	2.97151	384
Kepercayaan	10.4297	3.05481	384
Resiko	10.5677	2.94610	384

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.550 ^a	.302	.295	2.03575	1.711

a. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	679.859	4	169.965	41.012	.000^b
	Residual	1570.680	379	4.144		
1	Total	2250.539	383			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.212	.506		6.352	.000
Perceived_Usefulness	.196	.044	.269	4.436	.000
Perceived_EaseofUse	.269	.042	.330	6.340	.000
Kepercayaan	.148	.067	.187	2.210	.028
1 Resiko	-.215	.059	-.262	-3.655	.000

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.2787	12.3404	7.8516	1.33232	384
Residual	-6.34033	7.72128	.00000	2.02509	384
Std. Predicted Value	-2.682	3.369	.000	1.000	384
Std. Residual	-3.114	3.793	.000	.995	384

a. Dependent Variable: Minat

DATA FREKUENSI

MINAT PENGGUNAAN GO-PAY Frequency Table

M1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	36	9.4	9.4
	Tidak Setuju	141	36.7	46.1
	Netral	89	23.2	69.3
	Setuju	109	28.4	97.7
		9	2.3	2.3

Sangat Setuju			
Total	384	100.0	100.0

M2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	90	23.4	23.4	23.4
Tidak Setuju	123	32.0	32.0	55.5
Netral	88	22.9	22.9	78.4
Setuju	81	21.1	21.1	99.5
Sangat Setuju	2	.5	.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

M3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	63	16.4	16.4	16.4
Tidak Setuju	114	29.7	29.7	46.1
Netral	106	27.6	27.6	73.7
Setuju	99	25.8	25.8	99.5
Sangat Setuju	2	.5	.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PERCEIVED USEFULNESS

Frequency Table

PU1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	59	15.4	15.4	15.4
Tidak Setuju	121	31.5	31.5	46.9
Netral	109	28.4	28.4	75.3
Setuju	87	22.7	22.7	97.9
Sangat Setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PU2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	77	20.1	20.1	20.1
Tidak Setuju	122	31.8	31.8	51.8
Netral	100	26.0	26.0	77.9
Setuju	78	20.3	20.3	98.2
Sangat Setuju	7	1.8	1.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PU3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	42	10.9	10.9	10.9
Tidak Setuju	146	38.0	38.0	49.0
Netral	103	26.8	26.8	75.8
Setuju	89	23.2	23.2	99.0
Sangat Setuju	4	1.0	1.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PU4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	84	21.9	21.9	21.9
Tidak Setuju	115	29.9	29.9	51.8
Netral	92	24.0	24.0	75.8
Setuju	89	23.2	23.2	99.0

Setuju	4	1.0	1.0	100.0
Sangat Setuju				
Total	384	100.0	100.0	

PU5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	61	15.9	15.9	15.9
Tidak Setuju	125	32.6	32.6	48.4
Netral	98	25.5	25.5	74.0
Valid Setuju	96	25.0	25.0	99.0
Sangat Setuju	4	1.0	1.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PERCEIVED EASE OF USE
Frequency Table

PE1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	48	12.5	12.5	12.5
Tidak Setuju	121	31.5	31.5	44.0
Netral	109	28.4	28.4	72.4
Valid Setuju	100	26.0	26.0	98.4
Sangat Setuju	6	1.6	1.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PE2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	74	19.3	19.3	19.3
Tidak Setuju	121	31.5	31.5	50.8
Netral	89	23.2	23.2	74.0
Valid	95	24.7	24.7	98.7

Setuju	5	1.3	1.3	100.0
Sangat Setuju				
Total	384	100.0	100.0	

PE3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	69	18.0	18.0	18.0
Tidak Setuju	119	31.0	31.0	49.0
Valid Netral	104	27.1	27.1	76.0
Setuju	90	23.4	23.4	99.5
Sangat Setuju	2	.5	.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

PE4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	58	15.1	15.1	15.1
Tidak Setuju	124	32.3	32.3	47.4
Valid Netral	103	26.8	26.8	74.2
Setuju	94	24.5	24.5	98.7
Sangat Setuju	5	1.3	1.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

KEPERCAYAAN
Frequency Table

K1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	59	15.4	15.4	15.4
Tidak Setuju	120	31.3	31.3	46.6
Valid Netral	108	28.1	28.1	74.7
Setuju	89	23.2	23.2	97.9
Sangat Setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

K2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	73	19.0	19.0
	Tidak Setuju	121	31.5	50.5
	Netral	103	26.8	77.3
	Setuju	80	20.8	98.2
	Sangat Setuju	7	1.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0

K3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	59	15.4	15.4
	Tidak Setuju	118	30.7	46.1
	Netral	108	28.1	74.2
	Setuju	90	23.4	97.7
	Sangat Setuju	9	2.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0

K4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	73	19.0	19.0
	Tidak Setuju	121	31.5	50.5
	Netral	100	26.0	76.6
	Setuju	82	21.4	97.9
	Sangat Setuju	8	2.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0

RESIKO
Frequencies

Frequency Table

R1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	58	15.1	15.1	15.1
	Tidak Setuju	113	29.4	29.4	44.5
	Netral	113	29.4	29.4	74.0
	Setuju	93	24.2	24.2	98.2
	Sangat Setuju	7	1.8	1.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

R2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	61	15.9	15.9	15.9
	Tidak Setuju	111	28.9	28.9	44.8
	Netral	112	29.2	29.2	74.0
	Setuju	92	24.0	24.0	97.9
	Sangat Setuju	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

R3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	84	21.9	21.9	21.9
Tidak Setuju	123	32.0	32.0	53.9
Netral	89	23.2	23.2	77.1
Setuju	83	21.6	21.6	98.7
Sangat Setuju	5	1.3	1.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

R4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	53	13.8	13.8	13.8
Tidak Setuju	109	28.4	28.4	42.2
Netral	121	31.5	31.5	73.7
Setuju	92	24.0	24.0	97.7
Sangat Setuju	9	2.3	2.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna aplikasi GO-JEK untuk menggunakan metode pembayaran GO-PAY.

PETUNJUK : Beri tanda silang (x) atau centang (√) pada jawaban yang Anda pilih.

Keterangan :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

Pertanyaan

1. Apakah Anda pernah menggunakan GO-PAY ?

- Ya
- Tidak

2. Seberapa sering Anda menggunakan GO-PAY dalam transaksi Anda ?

- Jarang
- Sering
- Selalu



Persepsi Manfaat menggunakan GO-PAY (Anendro, 2016)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Proses penyelesaian pembayaran menggunakan GO-PAY lebih cepat dibandingkan menggunakan uang tunai.					
2	Pembayaran menggunakan GO-PAY lebih teliti karena setiap transaksi langsung memotong saldo yang dimiliki.					
3	Rasa aman dalam bertransaksi menggunakan GO-PAY.					

4	Pembayaran menggunakan GO-PAY lebih efisien dan banyak diskon yang diberikan daripada pembayaran menggunakan uang tunai.					
5	Penggunaan GO-PAY bermanfaat bagi saya					

Persepsi Kemudahan menggunakan GO-PAY (Anendro, 2016)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Pembayaran dengan GO-PAY mudah dilakukan.					
2	Pembayaran dengan GO-PAY mudah dipahami.					
3	Pembayaran menggunakan GO-PAY lebih praktis dibandingkan pembayaran dengan uang tunai.					
4	Pembayaran menggunakan GO-PAY lebih fleksibel dibandingkan pembayaran dengan uang tunai.					

Persepsi Resiko menggunakan GO-PAY (Susanti, 2015)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Pembayaran menggunakan GO-PAY memiliki resiko yang tinggi.					
2	Pembayaran menggunakan GO-PAY memiliki keamanan yang rendah.					
3	Gangguan teknis dalam pembayaran menggunakan GO-PAY sangat besar.					
4	GO-JEK tidak menjamin kebutuhan konsumen yang melakukan transaksi pembayaran menggunakan GO-PAY.					

Persepsi Kepercayaan menggunakan GO-PAY (Susanti, 2015)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya layanan GO-PAY aman untuk digunakan.					
2	Menurut saya GO-JEK dapat memberikan jaminan atas produk GO-PAY sesuai dengan deskripsi produk tersebut.					
3	Menurut saya GO-JEK dapat menjamin saldo GO-PAY yang saya miliki.					
4	Saya percaya dengan ketersediaan sistem GO-PAY yang baik.					

Minat menggunakan GO-PAY (Rahmatsyah, 2011)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1	Saya berniat untuk menggunakan GOPAY sebagai metode pembayaran dalam setiap transaksi saya di aplikasi GO-JEK.					
2	Saya akan mencoba untuk menggunakan GO-PAY dalam setiap transaksi saya di aplikasi GO-JEK.					
3	Saya akan menggunakan GO-PAY dalam bertransaksi menggunakan GO-JEK.					



3582 matches from 111 sources, of which 13 are online sources.

PlagLevel: **5.1%**/93.0%

[0] (364 matches, 0.0%92.8%) from your PlagScan document

"Yolanda_Sis...NGAN_KERANGK.docx" dated 2017-08-07

[1] (222 matches, **4.8%**/55.6%) from a PlagScan document of your organisation...n_GO-PAY_den.docx" dated 2017-04-04



(+ 1 documents with identical matches)

[3] (55 matches, **1.5%**/6.7%) from a PlagScan document of your organisation...0222 Irena J.docx" dated 2016-03-14

[4] (35 matches, **0.5%**/6.0%) from <https://libfeconuui.files.wordpress.com/2011/04/lapa10.pdf>

[5] (42 matches, **0.8%**/5.1%) from eprints.undip.ac.id/22558/1/GILANG_RIZKY_AMIJAYA.pdf

[6] (46 matches, **0.6%**/5.3%) from a PlagScan document of your organisation...HILDA RAVITA.docx" dated 2016-01-26

[7] (45 matches, **1.2%**/5.4%) from a PlagScan document of your organisation..._dan_Ambigui.docx" dated 2017-06-22

[8] (35 matches, **1.1%**/4.9%) from a PlagScan document of your organisation...esiko_terhad.docx" dated 2017-03-17

[9] (44 matches, **0.6%**/5.1%) from a PlagScan document of your organisation "13.60.0218.doc" dated 2017-04-07

[10] (46 matches, **0.8%**/5.0%) from a PlagScan document of your organisation...osedur_Audit.docx" dated 2017-02-06

(+ 1 documents with identical matches)

[12] (41 matches, **0.6%**/4.7%) from a PlagScan document of your organisation...HILDA RAVITA.docx" dated 2016-02-01

[13] (30 matches, **0.1%**/4.9%) from a PlagScan document of your organisation...unaan_Online_.doc" dated 2017-05-09

(+ 1 documents with identical matches)

[15] (24 matches, **0.9%**/4.1%) from <https://libfeconuui.files.wordpress.com/2012/01/indeks2011-im.pdf>

[16] (34 matches, **0.3%**/4.5%) from a PlagScan document of your organisation...bile_Banking.docx" dated 2016-12-06

[17] (34 matches, **1.1%**/4.1%) from a PlagScan document of your organisation...60.0157 eEVI.docx" dated 2016-07-12

[18] (32 matches, **1.1%**/4.5%) from <https://core.ac.uk/download/pdf/35382648.pdf>

[19] (35 matches, **0.6%**/4.3%) from a PlagScan document of your organisation...ITAS_SEBAGAI.docx" dated 2017-03-16

[20] (36 matches, **0.7%**/4.0%) from a PlagScan document of your organisation...AN_PELANGGAN.docx" dated 2017-03-17

[21] (31 matches, **0.4%**/4.3%) from

- [22] (34 matches, **0.8%**/4.0%) from a PlagScan document of your organisation...bagai_auditor.doc" dated 2016-12-08
(+ 1 documents with identical matches)
- [24] (32 matches, **1.2%**/4.0%) from a PlagScan document of your organisation...sional_Audit.docx" dated 2017-02-06
- [25] (33 matches, **0.5%**/3.9%) from a PlagScan document of your organisation "12.61.0048.docx" dated 2016-03-17
- [26] (29 matches, **0.8%**/4.1%) from a PlagScan document of your organisation...EPSI_RESIKO_.docx" dated 2016-11-03
- [27] (32 matches, **0.6%**/3.9%) from a PlagScan document of your organisation...ITAS_SEBAGAI.docx" dated 2017-02-07
- [28] (32 matches, **0.6%**/3.9%) from a PlagScan document of your organisation...gai_variabel.docx" dated 2017-03-20
- [29] (35 matches, **0.6%**/3.0%) from a PlagScan document of your organisation..._TERHADAP_BU.docx" dated 2017-05-24
- [30] (34 matches, **1.1%**/3.8%) from a PlagScan document of your organisation..._sebagai_vari.doc" dated 2017-05-23
- [31] (35 matches, **0.8%**/3.6%) from a PlagScan document of your organisation...SI_GO-JEK_DI_.doc" dated 2017-06-05
- [32] (26 matches, **0.6%**/3.6%) from a PlagScan document of your organisation...LANNING_DENG.docx" dated 2016-11-01
- [33] (33 matches, **0.3%**/3.0%) from a PlagScan document of your organisation...Bisnis_terha.docx" dated 2016-12-08
- [34] (30 matches, **0.7%**/3.6%) from a PlagScan document of your organisation...AN_PELANGGAN.docx" dated 2016-12-12
(+ 1 documents with identical matches)
- [36] (29 matches, **0.8%**/3.6%) from a PlagScan document of your organisation...kelvianto 100.pdf" dated 2016-10-04
- [37] (24 matches, **0.1%**/3.6%) from a PlagScan document of your organisation...60.0141 Hans.docx" dated 2016-07-20
- [38] (31 matches, **0.5%**/2.9%) from a PlagScan document of your organisation...UYING_PAKAIAN.doc" dated 2017-06-06
(+ 1 documents with identical matches)
- [40] (25 matches, **0.5%**/2.9%) from a PlagScan document of your organisation...60.0057 Elen.docx" dated 2016-03-21
- [41] (24 matches, **0.6%**/3.1%) from a PlagScan document of your organisation...KO_TERHADAP_.docx" dated 2016-12-06
- [42] (24 matches, **0.2%**/3.3%) from a PlagScan document of your organisation...GGUNAKAN_E-F.docx" dated 2017-06-20
- [43] (32 matches, **0.4%**/2.9%) from a PlagScan document of your organisation...erhadap_Inov.docx" dated 2017-03-05
(+ 1 documents with identical matches)

- [45] (31 matches, **0.2%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...8 - Plagscan.docx" dated 2016-02-24
- [46] (24 matches, **0.6%**/3.3%) from a PlagScan document of your organisation...AM_PERSPEKTIF.pdf" dated 2017-03-06
(+ 1 documents with identical matches)
- [48] (29 matches, **0.8%**/3.4%) from a PlagScan document of your organisation...toria Yovita.docx" dated 2016-08-23
- [49] (22 matches, **0.3%**/3.0%) from a PlagScan document of your organisation...tor_Switching.doc" dated 2017-05-22
- [50] (21 matches, **0.2%**/3.1%) from a PlagScan document of your organisation...sepsi_Risiko.docx" dated 2017-02-02
- [51] (26 matches, **0.4%**/3.1%) from a PlagScan document of your organisation...Audit,_Kepemi.doc" dated 2017-05-30
- [52] (26 matches, **0.7%**/3.2%) from a PlagScan document of your organisation..._Audit,_dan_V.doc" dated 2017-02-08
- [53] (23 matches, **0.2%**/3.0%) from a PlagScan document of your organisation...GGUNKAN_E-FI.docx" dated 2017-05-04
- [54] (23 matches, **0.2%**/3.0%) from a PlagScan document of your organisation...ggunakan_E-F.docx" dated 2017-04-26
- [55] (25 matches, **0.2%**/2.7%) from a PlagScan document of your organisation...nformasi_dan.docx" dated 2017-06-13
- [56] (27 matches, **0.8%**/2.9%) from a PlagScan document of your organisation...SI_GO-JEK_DI_.doc" dated 2017-06-05
- [57] (19 matches, **0.5%**/2.6%) from eprints.uns.ac.id/5652/1/214630911201101101.pdf
- [58] (24 matches, **0.6%**/2.8%) from a PlagScan document of your organisation...p_efisiensi_.docx" dated 2017-02-07
- [59] (18 matches, **0.4%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...epsi_resiko_.docx" dated 2016-11-08
- [60] (24 matches, **0.7%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...RGANTIAN_KANT.doc" dated 2017-02-02
- [61] (25 matches, **0.4%**/2.5%) from a PlagScan document of your organisation...i_Sebagai_Var.doc" dated 2017-03-15
- [62] (21 matches, **0.8%**/2.7%) from docplayer.info/40149000-Bab-iii-metodologi-penelitian.html
- [63] (22 matches, **0.6%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...AX_AVOIDANCE.docx" dated 2017-06-20
- [64] (19 matches, **0.2%**/2.8%) from a PlagScan document of your organisation...adap_perilak.docx" dated 2016-11-23
- [65] (20 matches, **0.1%**/2.4%) from your PlagScan document "FRANSISKUS...nginan_Wajib.docx" dated 2017-07-26
- [66] (24 matches, **0.4%**/2.5%) from a PlagScan document of your organisation...9 Monica CKS.docx" dated 2016-08-30

- [67] (23 matches, **0.4%**/2.4%) from a PlagScan document of your organisation...61.0031 Defi.docx" dated 2016-03-17
- [68] (19 matches, **0.7%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...AN_PELANGGAN.docx" dated 2016-11-03
- [69] (20 matches, **0.2%**/2.5%) from a PlagScan document of your organisation...Anastassia N.docx" dated 2016-07-11
- [70] (19 matches, **0.7%**/2.6%) from <https://core.ac.uk/download/pdf/13653427.pdf>
- [70] (19 matches, **0.7%**/2.6%) from <https://core.ac.uk/download/pdf/13653427.pdf>
- [71] (25 matches, **0.1%**/2.0%) from a PlagScan document of your organisation...YAAN_SEBAGAI.docx" dated 2017-03-17
- [72] (21 matches, **0.8%**/2.6%) from a PlagScan document of your organisation...n_Laba,_Prop.docx" dated 2016-11-28
- [73] (21 matches, **0.4%**/2.4%) from a PlagScan document of your organisation...0061 Meilina.pdf" dated 2016-05-23
- [74] (8 matches, **0.0%**2.7%) from https://id.wikipedia.org/wiki/Model_penerimaan_teknologi
- [75] (20 matches, **0.8%**/2.3%) from a PlagScan document of your organisation...u_tidak_etis.docx" dated 2017-01-25
- [76] (17 matches, **0.2%**/2.4%) from https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstr...0PAPER_FEB_UMS_2014.pdf;sequence=1
- [77] (23 matches, **0.3%**/1.7%) from a PlagScan document of your organisation...Sharon Evlyn.docx" dated 2016-07-27
- [78] (19 matches, **0.2%**/2.2%) from a PlagScan document of your organisation...KERANGKA_TAM.docx" dated 2016-10-31
- [79] (21 matches, **0.6%**/2.1%) from a PlagScan document of your organisation...tine Muliani.docx" dated 2016-06-29
- [80] (18 matches, **0.6%**/2.2%) from your PlagScan document "Ronaldo_Oct...ai_Variabel_.docx" dated 2017-07-05
- [81] (20 matches, **0.8%**/2.5%) from a PlagScan document of your organisation...Laba,_Propor.docx" dated 2016-11-28
- [82] (21 matches, **0.4%**/2.4%) from a PlagScan document of your organisation...9 Monica CKS.docx" dated 2016-06-27
- [83] (17 matches, **0.2%**/2.4%) from a PlagScan document of your organisation...TUDI_EMPIRIS.docx" dated 2017-03-07
- [84] (20 matches, **0.6%**/2.1%) from a PlagScan document of your organisation...TINE MULIANI.docx" dated 2016-06-28
- [85] (22 matches, **0.5%**/2.3%) from a PlagScan document of your organisation...ica Caecaria.docx" dated 2016-02-11
- [86] (21 matches, **0.5%**/2.4%) from a PlagScan document of your organisation...0.0196 Dimas.docx" dated 2016-09-08

(+ 1 documents with identical matches)

[88] (17 matches, **0.6%**/2.2%) from your PlagScan document "Ronaldo_Oct...ai_variabel_.docx" dated 2017-07-06

[89] (16 matches, 0.0%/2.2%) from eprints.dinus.ac.id/23/1/EKONM_-_5(EKON0...ica_M,_Elisabeth,_Paskah_Ika_N_UKSW).pdf

[90] (19 matches, **0.5%**/2.3%) from a PlagScan document of your organisation...0.0013 Maria.docx" dated 2016-06-06

[91] (19 matches, **0.5%**/2.2%) from a PlagScan document of your organisation...Yudha Prawira.doc" dated 2016-09-06

[92] (15 matches, **0.3%**/2.3%) from thesis.umy.ac.id/datapublik/t37152.doc

[93] (21 matches, **0.3%**/2.1%) from a PlagScan document of your organisation...agus laksono.docx" dated 2016-12-09

[94] (19 matches, **0.5%**/2.2%) from a PlagScan document of your organisation...aria Brigita.docx" dated 2016-09-06

[95] (22 matches, **0.2%**/1.5%) from a PlagScan document of your organisation..._PROBLEMATIK.docx" dated 2017-03-20

[96] (20 matches, **0.5%**/2.1%) from a PlagScan document of your organisation..._AUDIT_PADA_A.doc" dated 2016-11-09

[97] (17 matches, **0.1%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation..._PENGAUDITAN.docx" dated 2017-02-09

(+ 1 documents with identical matches)

[99] (21 matches, **0.2%**/2.1%) from a PlagScan document of your organisation...60.0158 Risma.doc" dated 2016-09-07

[100] (19 matches, **0.6%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation...pok2.Kelas4.1.pdf" dated 2016-07-18

[101] (18 matches, **0.2%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation...60.0017 Vena.docx" dated 2017-01-25

[102] (19 matches, **0.5%**/2.0%) from your PlagScan document "KHO,_MEREYS...udit_Pada_Aud.doc" dated 2017-08-01

[103] (16 matches, **0.2%**/2.2%) from a PlagScan document of your organisation...DAP_PERILAKU.docx" dated 2016-11-24

[104] (20 matches, **0.2%**/2.0%) from a PlagScan document of your organisation...ASI_DI_GEREJA.doc" dated 2016-11-09

[105] (21 matches, **0.2%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation...60.0263 Benu.docx" dated 2016-08-10

[106] (22 matches, **0.4%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation...arturo 1803.docx" dated 2016-10-18

[107] (16 matches, **0.6%**/2.0%) from a PlagScan document of your organisation...0002 Ivonr S.docx" dated 2016-07-11

[108] (16 matches, **0.6%**/1.9%) from a PlagScan document of your organisation...AN_PELANGGAN.docx" dated 2016-11-10

(+ 1 documents with identical matches)

[110] (13 matches, 0.1%/2.0%) from <https://core.ac.uk/download/pdf/11721973.pdf>

Settings

Sensitivity: *Medium*

Bibliography: *Bibliography excluded*

Citation detection: *Reduce PlagLevel*

Whitelist: --

Analyzed document

=====1/45=====

1

DETERMINAN MINAT CUSTOMER GO-JEK DALAM
MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN GO-PAY
DENGAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE
MODEL (TAM)

Disusun oleh :

Yolanda Siswanto

13.60.0212

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

2017

=====2/45=====

2

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini, kemajuan teknologi informasi sudah semakin maju dan berkembang. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya dan berkembangnya pengguna mobile device di Indonesia terlihat dari 58 juta orang telah menggunakan layanan internet di handphone atau android mereka dan 3,7 juta orang telah melakukan transaksi e-commerce. Perkembangan pesat dari teknologi ini pun akan membawa kepada teknologi e-money. Dengan adanya metode pembayaran dengan mobile payment tentu saja akan mempermudah masyarakat di Indonesia dalam melakukan transaksi online.

Gambar 1.1

Data Transaksi dengan Menggunakan E-Money dari Tahun 2008-2015 Dapat dilihat dari data diatas bahwa setiap tahunnya memiliki tren yang positif. Hal ini juga berpengaruh kepada industri transportasi, salah satunya yang dapat kita lihat adalah GO-JEK yang merupakan salah satu

=====3/45=====

3

perkembangan teknologi informasi di bidang transportasi. Sebagian besar dari kita pasti sudah mengetahui apa itu GO-JEK. GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia.

GO-JEK telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, dan Balikpapan dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya di tahun mendatang.

Dengan majunya perkembangan dan inovasi teknologi informasi dengan adanya fitur mobile payment, juga mendorong gojek untuk meluncurkan sebuah fitur GO-JEK Credit (GO-JEK Wallet) yang kini berubah nama menjadi GO-PAY adalah dompet virtual untuk menyimpan GO-JEK Credit anda yang bisa digunakan untuk membayar setiap transaksi di dalam aplikasi GO-JEK. hasil riset yang dilakukan oleh lembaga survey JakPat pada bulan Desember 2016 lalu, presentase dari penggunaan aplikasi GO-PAY di Indonesia telah mencapai angka 27,1%, dan menduduki peringkat ke-empat, dimana posisi tertinggi diduduki oleh Mandiri E-Money dengan presentase 43,8%, kemudian posisi selanjutnya diduduki oleh BCA Flazz dengan presentase 39,1%, dan yang ketiga diduduki oleh Telkomsel Tcash dengan presentase 29,1%. Jadi para customer tidak perlu merasa khawatir untuk membawa uang tunai untuk membayar transaksi yang dilakukan melalui aplikasi GO-JEK, dan customer juga tidak perlu merasa khawatir untuk tidak mendapatkan kembalian saat para driver gojek tidak memiliki uang kecil untuk kembalian, karena setiap pembayaran atas transaksi

yang dilakukan oleh customer akan langsung ditarik dari saldo GO-PAY customer sesuai dengan tarif yang telah disetujui.

Penggunaan GO-PAY oleh para customer GO-JEK memang masih tergolong baru bagi para pengguna aplikasi gojek. Alternatif lain yang dapat digunakan untuk membayar transaksi yang dilakukan menggunakan aplikasi

GO-JEK adalah membayar dengan uang cash. Dengan begitu, diduga ada

-----4/45-----

4

beberapa faktor yang mempengaruhi minat customer untuk menggunakan fitur

GO-PAY untuk setiap transaksi di dalam aplikasi GO-JEK. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa faktor-faktor Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anendro (2016) menunjukkan bahwa Perceived Usefulness tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money dan Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money. Perceived Usefulness didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Davis, 1989).

Dengan ini dapat disimpulkan dimana sebuah sistem akan membantu memudahkan pengguna sistem dalam melakukan kinerjanya. Kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu poin dalam model TAM, yang telah diuji dalam penelitian Davis et al. (1989). Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor ini terbukti secara empiris, dapat menjelaskan alasan pengguna akhir dalam menggunakan sistem informasi serta menjelaskan bahwasanya sistem baru yang ketika itu sedang dikembangkan, diterima oleh para pengguna pengguna akhir. Davis (1989) dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (perceived ease of use) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Menurut Darmawi (2005), risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya kibat bu uk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga.

=====5/45=====

=====

Penggunaan kata “kemungkinan” tersebut sudah menunjukkan adanya ketidakpastian. Risiko erat kaitannya dengan ketidakpastian, tetapi kedua hal tersebut memiliki makna yang berbeda. Lau dan Lee (1999) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (willingness) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya

(Garbarino dan Johnson, 1999).

Technology Acceptance Model (TAM), yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis, adalah sebuah aplikasi dan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dispesialisasikan untuk memodelkan penerimaan pemakai (user acceptance) terhadap sistem informasi. Tujuan TAM diantaranya yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara general serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (end-user) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan dengan judul: “**Determinan Minat Customer GO-JEK dalam Menggunakan**

Metode Pembayaran GO-PAY dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)”[1] .

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan batasan masalah berupa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?
2. Apakah Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?
3. Apakah Resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GOJEK dalam menggunakan GO-PAY ?

=====6/45=====

6

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat customer GO-JEK dalam memilih metode pembayaran GO-PAY dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), sehingga dapat memberikan saran bagi pihak

GO-JEK dalam fitur GO-PAY.

1. Untuk mengetahui apakah Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GOPAY ?
2. Untuk mengetahui apakah Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GOPAY ?
3. Untuk mengetahui apakah Resiko berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?
4. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?

2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

a. Bagi pihak GO-JEK

Untuk membantu pihak GO-JEK untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada minat customer GOJEK dalam menggunakan fitur GO-PAY.

-----7/45-----

7

b. Bagi Akademis

Dapat memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai sistem pembayaran e-money khususnya dengan adanya fitur GOPAY. Dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

D. KERANGKA PIKIR



Perceived Usefulness

Minat Penggunaan GO-

PAY

Perceived Ease of Use

Resiko

Kepercayaan

=====8/45=====

=====

8

BAB II

LANDASAN TEORI

A. LANDASAN TEORI

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikenalkan oleh Davis pada tahun 1989 dimana TAM merupakan suatu model penerimaan individu terhadap suatu teknologi informasi. TAM menjelaskan dua faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap penggunaan teknologi. Faktor yang pertama adalah kemudahan (ease of use) dalam menggunakan sebuah teknologi dan faktor yang kedua adalah manfaat (usefulness) yang diperoleh dalam menggunakan teknologi tersebut. Dua faktor diatas akan mempengaruhi kemauan dan minat individu untuk menerima dan menggunakan

teknologi tersebut. Setelah itu kemauan dan minat individu akan mempengaruhi penggunaan dari teknologi tersebut. Model TAM dapat digunakan untuk menetapkan usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemauan dan minat individu dalam menggunakan teknologi.

Jadi dapat disimpulkan TAM (Technology Acceptance Model) adalah bagaimana cara individu untuk menerima sebuah teknologi baru dimana ada 2 faktor utama yang mempengaruhi individu untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut, yaitu kemudahan penggunaan teknologi tersebut dan manfaat yang akan diperoleh oleh individu apabila menggunakan teknologi tersebut.

a. Perceived Ease of Use (PEOU)

Persepsi kemudahan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi adalah hal yang mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Dengan perkembangan sistem informasi yang baru, pengguna sistem dapat dengan mudah memahami sistem yang ada dan juga

=====9/45=====
=====

dengan mudah dapat mengoperasikan sistem tersebut sesuai dengan

keinginan pengguna sistem tersebut. Intensitas penggunaan sistem yang dilakukan oleh pengguna juga menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk dikenal dan dioperasikan oleh pengguna sistem tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah dimana individu merasa teknologi atau sistem yang ada dapat dengan mudah dipahami, dimengerti, dan dapat dengan mudah digunakan untuk mendukung kinerja individu yang menggunakan sistem atau teknologi tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anendro (2016), persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan emoney.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Mandiri KC Solo Kertasura dalam menggunakan mobile banking. Dengan demikian penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kinerja nasabah, karena menurut nasabah, mobile banking ini dapat dengan mudah dipelajari dan digunakan untuk mendukung produktivitas nasabah.

b. Perceived Usefulness (PU)

Menurut Davis (1989) persepsi manfaat memiliki makna tingkat kepercayaan individu dalam penggunaan sebuah sistem teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam sebuah pekerjaan. Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa dengan adanya teknologi yang digunakan oleh individu akan memberikan manfaat dan dapat meningkatkan kinerja dari individu tersebut. Dapat diartikan bahwa penggunaan GO-PAY dapat meningkatkan kinerja individu dan memberikan sebuah manfaat bagi individu tersebut.

=====10/45=====

10

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anendro (2016), persepsi manfaat (PU) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan e-money. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa persepsi manfaat (PU) berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Dapat dikatakan bahwa penggunaan mobile banking akan meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kinerja nasabah pengguna mobile banking.

2. E-Money

Semakin majunya teknologi, maka munculah E-money (uang elektronik). E-money dapat didefinisikan sebagai uang elektronik dimana tidak berbentuk fisik melainkan dalam bentuk data digital dimana pemilik akun atau kartu e-money dapat melakukan pengisian nominal atau saldo e-money mereka sesuai dengan yang mereka inginkan.

Menurut Bank Indonesia (2016), uang elektronik adalah alat pembayaran yang memiliki unsur :

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor oleh pemegang kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- c. Alat pembayaran kepada pemegang yang bukan penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik bukan merupakan simpanan sebagaimana disebut dalam undang-undang perbankan.

Media penyimpanan e-money ada berbagai macam, salah satunya melalui media nomer telepon seluler seperti yang dimanfaatkan oleh perusahaan GO-JEK. Salah satu keunggulan e-money yaitu bersifat praktis, sehingga tidak perlu membawa uang dalam bentuk fisik, setiap transaksi yang dilakukan dengan otomatis akan mengurangi nominal

atau saldo yang ada di dalam media penyimpanan e-money tersebut. E-money juga memiliki kelemahan dimana kapan saja server penyimpanan nominal atau saldo e-money bisa mengalami gangguan dan akan berpengaruh juga pada saldo e-money. Berdasarkan uraian diatas, e-money dapat didefinisikan sebagai alat pembayaran yang sah namun berbentuk data digital dan memiliki nominal saldo yang tersimpan di media penyimpanan yang beragam. E-money juga memiliki kelebihan dimana pengguna e-money tidak perlu membawa uang dalam bentuk fisik dan e-money juga bersifat praktis, namun e-money juga memiliki kelemahannya sendiri, dikarenakan nominal yang tersimpan dalam media penyimpanannya berbentuk digital maka jika terjadi kerusakan atau error pada server penyimpanan saldo, akan berpengaruh juga ada nominal yang dimiliki dan juga tidak semua transaksi dapat dilakukan dengan pembayaran emoney.

3. Kepercayaan

Menurut Lau dan Lee (1999), kepercayaan adalah sebuah kesediaan dan kerelaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak

lain dengan resiko yang ada. Kesiediaan dan kerelaan ini muncul karena adanya harapan bahwa pihak lain tersebut dapat memberikan dampak positif bagi individu ini sendiri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking oleh nasabah. Dengan demikian menunjukkan bahwa mobile banking akan meningkatkan kinerja dan produktivitas nasabah apabila nasabah memiliki kepercayaan dan kesediaan atau kerelaan untuk melakukan transaksi menggunakan mobile banking dan berharap pihak bank akan melakukan tindakan sesuai dengan transaksi yang ingin dilakukan oleh nasabah.

=====
12/45
=====

12

4. Resiko

Menurut Darmawi (2005), risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga. Penggunaan kata “kemungkinan” tersebut sudah menunjukan adanya ketidakpastian. Risiko erat kaitannya dengan ketidakpastian, tetapi kedua hal tersebut memiliki makna yang berbeda. Dimana ketidakpastian merupakan peluang suatu kejadian

yang tidak dapat diukur oleh pengambil keputusan. Adanya ketidakpastian dapat menimbulkan risiko. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa resiko berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Karena semakin tinggi resiko yang ada akan menurunkan minat nasabah untuk menggunakan mobile banking karena resiko dianggap sebagai ketidakpastian atas pengambilan resiko dan dapat menimbulkan sebuah kerugian.

Resiko erat kaitannya dengan kepercayaan, semakin kecil persepsi resiko dari suatu individu maka semakin besar pula tingkat kepercayaan terhadap individu tersebut, begitu juga sebaliknya.

Dengan begitu semakin besar persepsi resiko dalam menggunakan GO-PAY akan mempengaruhi juga tingkat kepercayaan customer untuk menggunakan GO-PAY.

5. Minat

Minat dapat didefinisikan sebagai rasa ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu dan membuat individu tersebut penasaran dan ingin mengetahui lebih lanjut mengenai objek tersebut. Menurut Andi Mappier dalam Anendro (2016), minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran-campuran perasaan,

harapan, pendidikan, rasa takut, atau kecenderungan lainnya yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

=====13/45==

=====

13

B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan GoPAY

TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa Perceived Usefulness (persepsi manfaat) merupakan faktor utama yang mendorong individu untuk menggunakan suatu teknologi baru. Individu akan menggunakan sebuah alternatif teknologi yang baru jika dirasa alternatif tersebut memberikan manfaat baginya. Begitu pula customer GO-JEK akan menggunakan metode pembayaran GO-PAY jika dirasa memberikan manfaat bagi para pengguna layanan aplikasi GO-JEK. Beberapa manfaat yang dapat dirasakan pengguna aplikasi GO-JEK ketika menggunakan metode pembayaran GO-PAY adalah dimana pembayaran atas transaksi lebih cepat, praktis, dan efisien dibandingkan menggunakan uang tunai. Semakin banyak manfaat yang dirasakan dan didapatkan oleh pengguna layanan GO-JEK akan membuat pengguna layanan GO-JEK semakin sering

menggunakan GO-PAY, tingginya intensitas penggunaan GO-PAY dan manfaat yang diperoleh dalam menggunakan GO-PAY akan mendorong pengguna layanan GO-JEK semakin berminat untuk melakukan transaksi pembayaran dengan GO-PAY.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) memberikan hasil bahwa persepsi manfaat (perceived usefulness) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini:

H

1

: Apakah Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?

=====14/45==

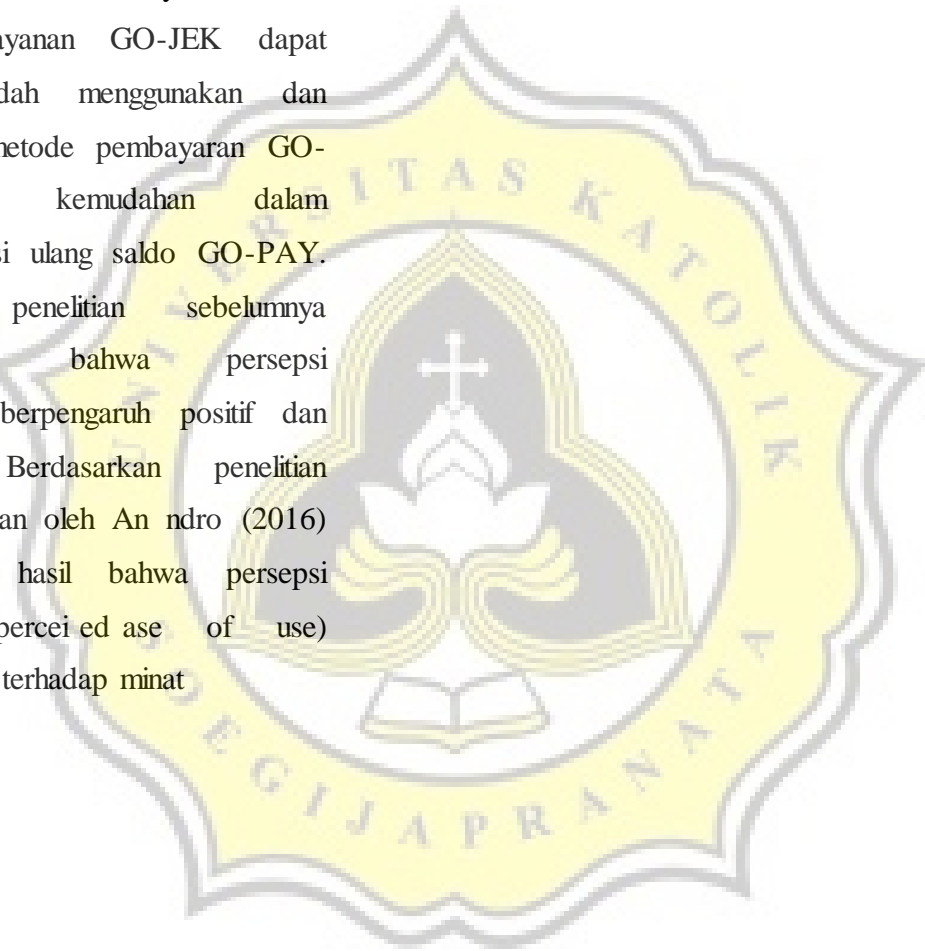
=====

14

2. Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan GoPAY

TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa Perceived

Ease of Use (persepsi kemudahan) merupakan faktor utama individu untuk menggunakan suatu teknologi. Kemudahan pembayaran layanan aplikasi GO-JEK dengan menggunakan GO-PAY akan mendorong para pengguna aplikasi GO-JEK untuk menggunakannya. Kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan GO-PAY yaitu dimana pengguna layanan GO-JEK dapat dengan mudah menggunakan dan memahami metode pembayaran GO-PAY dan kemudahan dalam melakukan isi ulang saldo GO-PAY. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andro (2016) memberikan hasil bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh terhadap minat



nasabah dalam menggunakan e-money. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh dalam penggunaan mobile banking. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua dalam penelitian

ini:

H

2

: Apakah Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?

3. Pengaruh Resiko Terhadap Minat Penggunaan Go-PAY Menurut Darmawi (2005), risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga. Resiko atas sebuah alternatif yang akan digunakan

=====15/45=====

=====

15

oleh pengguna layanan GO-JEK dalam menggunakan pembayaran menggunakan GO-PAY akan mempengaruhi minat pengguna layanan GO-JEK untuk menggunakan pembayaran menggunakan GO-PAY. Karena semakin tinggi resiko yang ada

dalam menggunakan GO-PAY akan menurunkan minat pengguna aplikasi GO-JEK untuk menggunakan metode pembayaran dengan GO-PAY.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hapsara (2015) menunjukkan bahwa resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan mobile banking. Dimana semakin tinggi resiko akan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking, karena resiko dipandang sebagai wujud ketidakpastian akan sebuah hasil tertentu.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian

ini :

H

3

: Apakah Resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GOJEK dalam menggunakan GO-PAY ?

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-PAY Menurut Lau dan Lee (1999), kepercayaan adalah sebuah kesediaan dan kerelaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko yang ada.[1] [20] ... Kepercayaan yang dimiliki oleh pengguna layanan GO-JEK untuk menggunakan pembayaran dengan GO-PAY memiliki pengaruh atas minat pengguna layanan GO-JEK untuk

melakukan pembayaran dengan GO-PAY. Kepercayaan yang ada yaitu dimana pengguna layanan GO-JEK percaya bahwa pembayaran dengan GO-PAY aman dilakukan dan dimana pelanggan percaya bahwa GO-JEK menjamin saldo pengguna. Pengguna layanan GO-JEK juga memiliki kepercayaan atas ketersediaan sistem GO-PAY yang baik.

====16/45=====

=====
16

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanti Yayuk (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan internet banking.[1] [4] ... Semakin tinggi kepercayaan terhadap suatu teknologi akan menjadikan individu untuk lebih sering lagi menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis keempat dalam penelitian ini:

H

4

: Apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY ?

====17/45=====

=====
17

BAB III

METODE PENELITIAN

A. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Menurut Morosan dalam Anendro (2016) populasi didefinisikan sebagai suatu kumpulan subjek konsep dan fenomena. Dengan berdasarkan definisi tersebut, populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi GO-JEK di Kota Semarang.[1] [31] ... Dalam menentukan jumlah pengambilan sampel di dalam penelitian menggunakan Formula Lemeshow, dimana Formula Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel jika tidak diketahui berapa jumlah populasinya.

Formula Lemeshow :

$$N = Z^2 P(1-P)/d^2$$

Keterangan :

$$Z = 1.96$$

$$P =$$

maximal

$$\text{estimasi} =$$

$$0.5 \quad d =$$

alpha

$$(0.05)$$

Dengan demikian, maka perhitungannya :

$$N = Z^2 P(1-P)/d^2$$

$$N = 1.96^2 0.5 (1-0.5)/0.05^2$$

$$N = 384$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 384 sampel. Teknik



pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling dilakukan dengan mengambil

=====18/45=====

=====

18

beberapa sampel dari populasi yang sudah ditentukan berdasarkan suatu kriteria yang sudah ditetapkan (Jogiyanto, 2013).

Berikut kriteria yang harus dimiliki responden, yaitu responden adalah pengguna layanan aplikasi GO-JEK baik yang sudah pernah menggunakan metode pembayaran GO-PAY maupun yang belum pernah menggunakan metode pembayaran GO-PAY namun responden mengetahui tentang metode pembayaran GO-PAY yang dimiliki oleh aplikasi GO-JEK.

B. JENIS DAN SUMBER DATA

1. JENIS DATA

Jenis data dari penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari jawaban kuesioner yang dibagikan oleh peneliti dan diisi langsung oleh responden. Sebagai penelitian yang empiris, kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada responden dimana responden tersebut adalah pengguna layanan aplikasi GO-JEK.

2. SUMBER DATA

a e f

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling dilakukan dengan mengambil beberapa sampel dari populasi yang sudah ditentukan berdasarkan suatu kriteria yang sudah ditetapkan (Jogiyanto, 2013). Sumber data primer didapatkan dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti.

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner.[1] [15] ... Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu

-----19/45-----
=====

19

responden adalah pengguna layanan aplikasi GO-JEK, responden belum pernah menggunakan layanan pembayaran GO-PAY yang dimiliki oleh aplikasi GO-JEK dan responden memahami tentang metode pembayaran GO-PAY yang dimiliki oleh aplikasi GO-JEK.[1] [15] ...

Pengambilan data dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada customer GO-JEK yang baru saja menggunakan layanan GO-JEK yang ditemukan oleh peneliti di Mall Ciputra Semarang dan Mall Paragon Semarang.[15]

D. DEFINISI OPERASIONAL DAN VARIABEL PENELITIAN

1. Perceived Usefulness (Persepsi

Manfaat) Manfaat yang didapatkan dalam penggunaan GO-PAY adalah manfaat yang diperoleh dan diharapkan oleh para pengguna layanan GO-PAY dalam menggunakan layanan aplikasi GO-JEK. Variabel Perceived Usefulness akan diukur dengan metode skala likert, dimana skor jawaban 1 adalah Sangat Tidak Setuju, skor jawaban 2 adalah Tidak Setuju, skor jawaban 3 adalah Netral, skor jawaban 4 adalah Setuju dan skor jawaban 5 adalah Sangat Setuju.

Variabel Perceived Usefulness akan diukur dengan indikator sebagai berikut :

NO

PERNYATAAN

STS

TS

N

S

SS

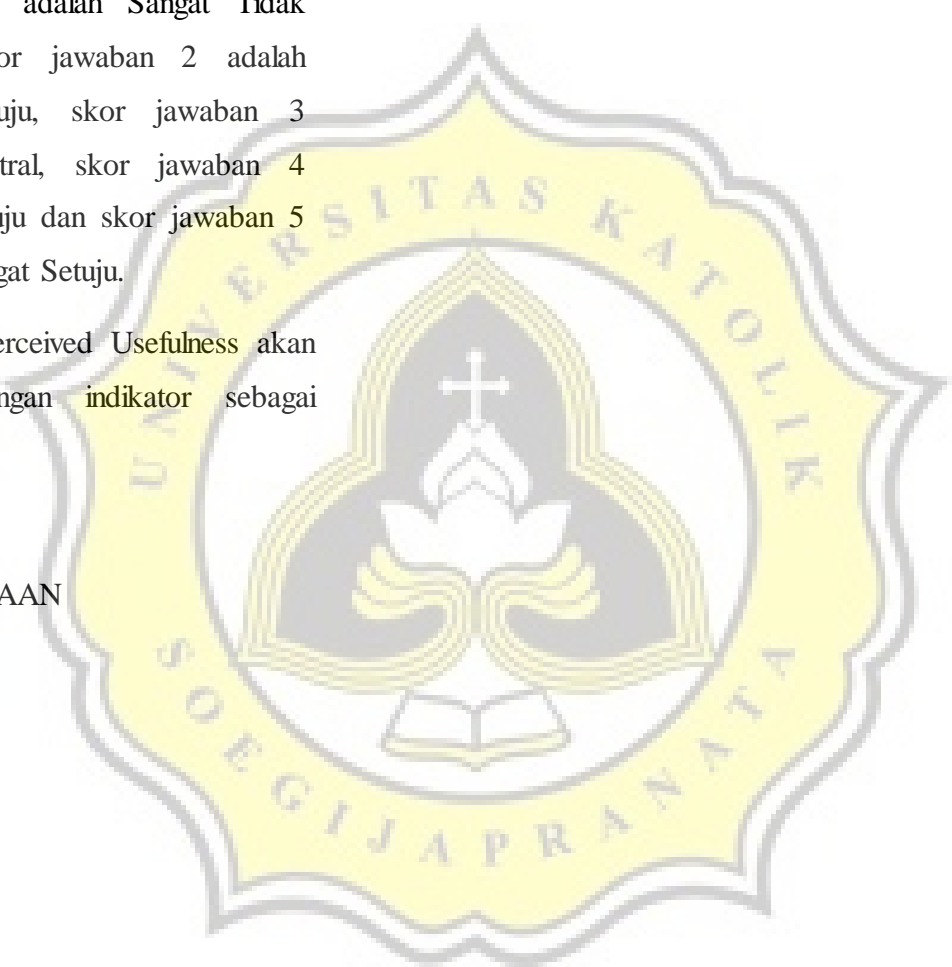
1

Proses penyelesaian pembayaran menggunakan GO-PAY lebih cepat dibandingkan menggunakan uang

t

u

a e h



n
a
i
.
1
2
3
4
5
2

Pembayaran menggunakan GO-PAY

lebih teliti karena
setiap transaksi
langsung
memotong saldo
yang

1
2
3
4
5

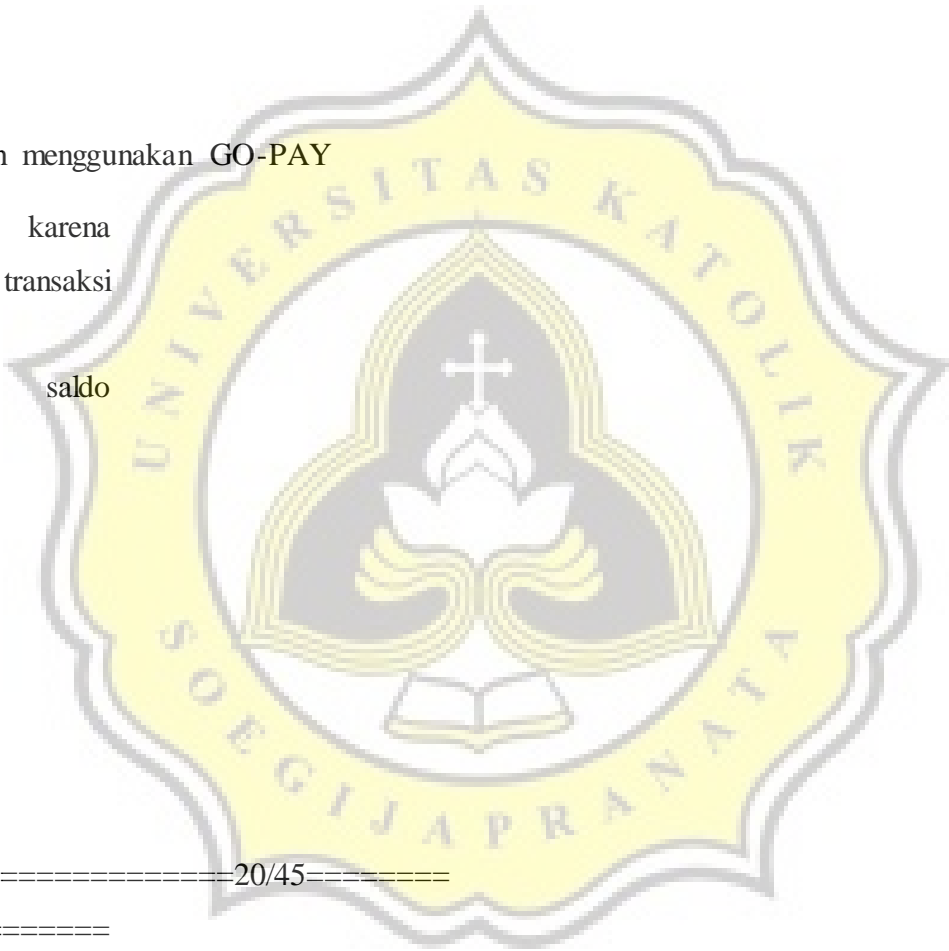
=====
-----20/45-----
=====

20

dimiliki.

3

Rasa aman dalam
bertransaksi
menggunakan GO-
PAY.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 4

Pembayaran menggunakan GO-PAY

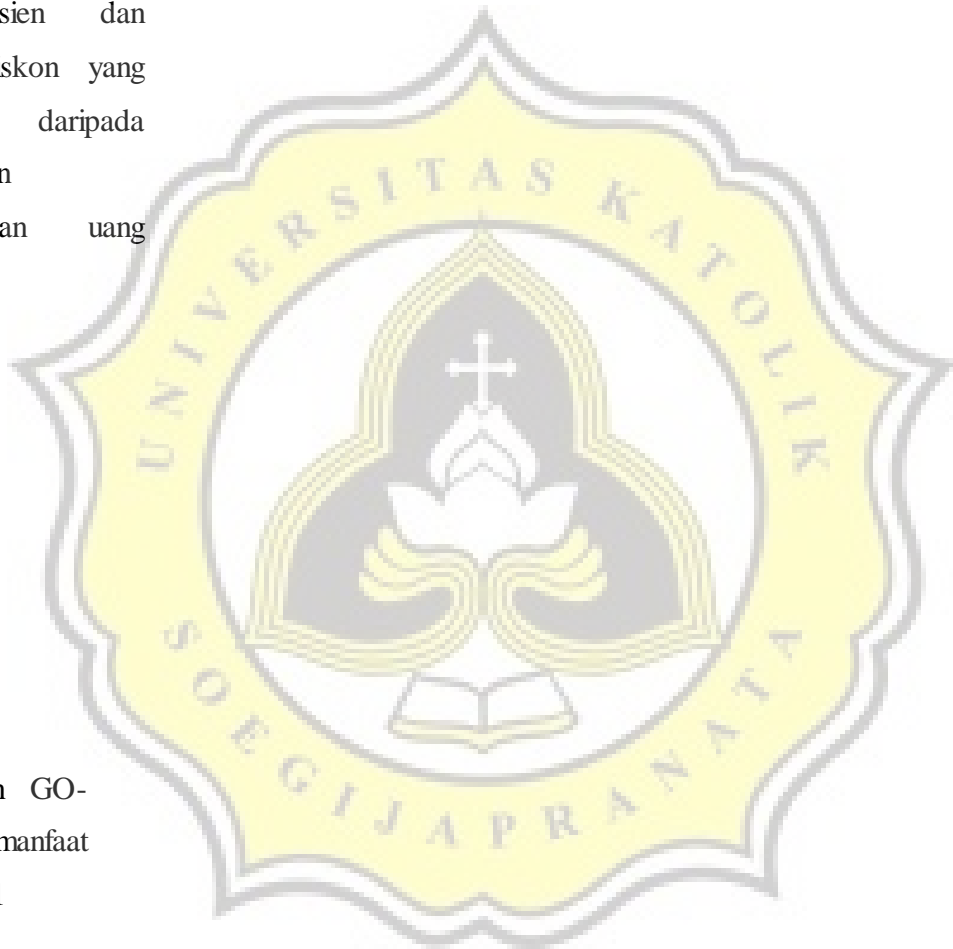
lebih efisien dan banyak diskon yang diberikan daripada pembayaran menggunakan uang tunai.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 5

Penggunaan GO-PAY bermanfaat bagi saya 1

- 2
- 3
- 4
- 5

2. Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan) Kemudahan penggunaan metode pembayaran dengan GO-PAY adalah



kemudahan dalam pembayaran setiap transaksi dan kemudahan untuk melakukan top up atau pengisian ulang saldo GO-PAY dari setiap customer GO-JEK. Variabel Perceived Ease of Use akan diukur dengan metode skala likert, dimana skor jawaban 1 adalah Sangat Tidak Setuju, skor jawaban 2 adalah Tidak Setju, skor jawaban 3 adalah Netral, skor jawaban 4 adalah Setuju dan skor jawaban 5 adalah Sangat Setuju.

Variabel Perceived Ease of Use akan diukur dengan indikator sebagai berikut :

NO

PERNYATAAN

STS

T

S

N

S

SS

1

Pembayaran dengan GO-PAY mudah

d

i

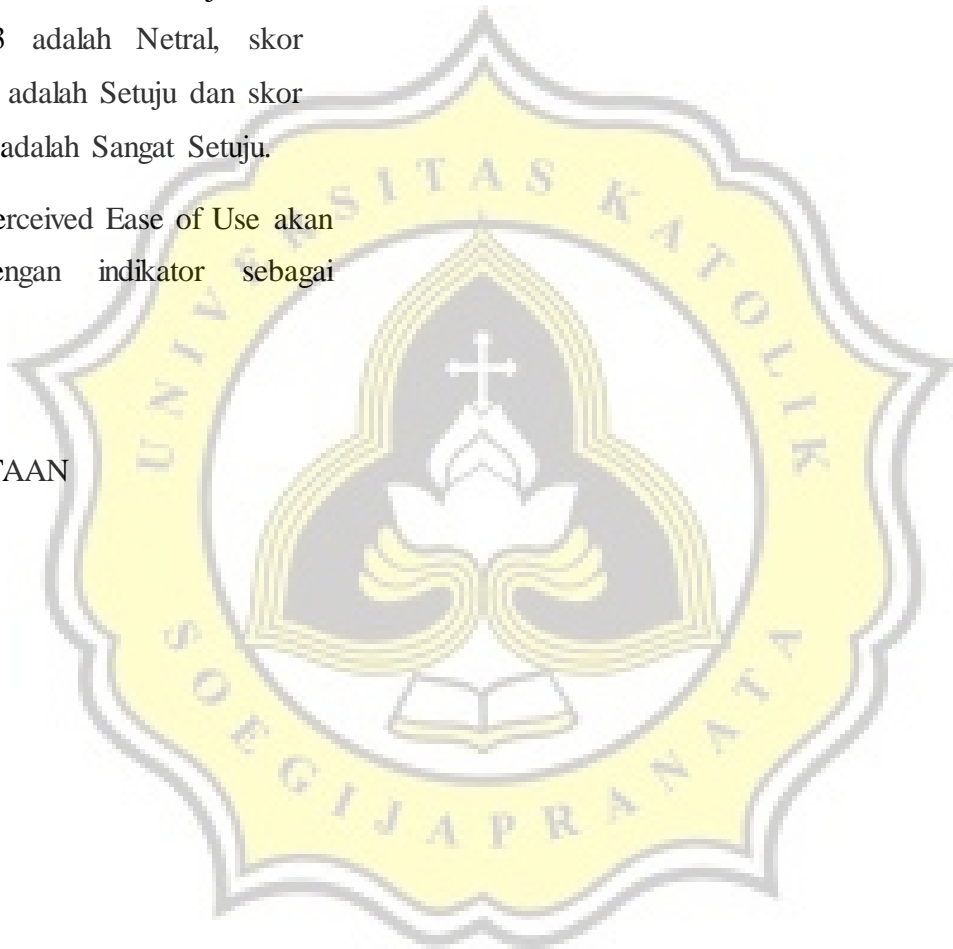
l

a

k

u

k



a
n
.
1
2
3
4
5
2

Pembayaran dengan
GO-PAY mudah
dipahami.

1
2
3
4
5
3

Pembayaran menggunakan GO-PAY

1
2
3
4
5

=====21/45=====

21

lebih praktis
dibandingkan



pembayaran
dengan uang
tunai.

4

Pembayaran menggunakan GO-PAY

lebih fleksibel
dibandingkan
pembayaran
dengan uang
tunai.

1

2

3

4

5

3. Kepercayaan

Kepercayaan dalam menggunakan metode pembayaran dengan GO-PAY adalah kepercayaan pada sistem pembayaran yang dimiliki oleh GO-JEK dimana saldo yang dimiliki oleh customer tetap aman dan berkurang sesuai dengan transaksi yang dilakukan. Variable Kepercayaan akan diukur dengan metode skala likert, dimana skor jawaban 1 adalah Sangat Tidak Setuju, skor jawaban 2 adalah Tidak Setju, skor jawaban 3 adalah Netral, skor jawaban 4 adalah Setuju dan skor jawaban 5 adalah Sangat



Setuju. Variabel Kepercayaan akan diukur dengan indikator sebagai

berikut :

NO

PERNYATAAN

STS

T

S

N

S

SS

1

Menurut saya layanan GO-PAY aman untuk digunakan.

1

2

3

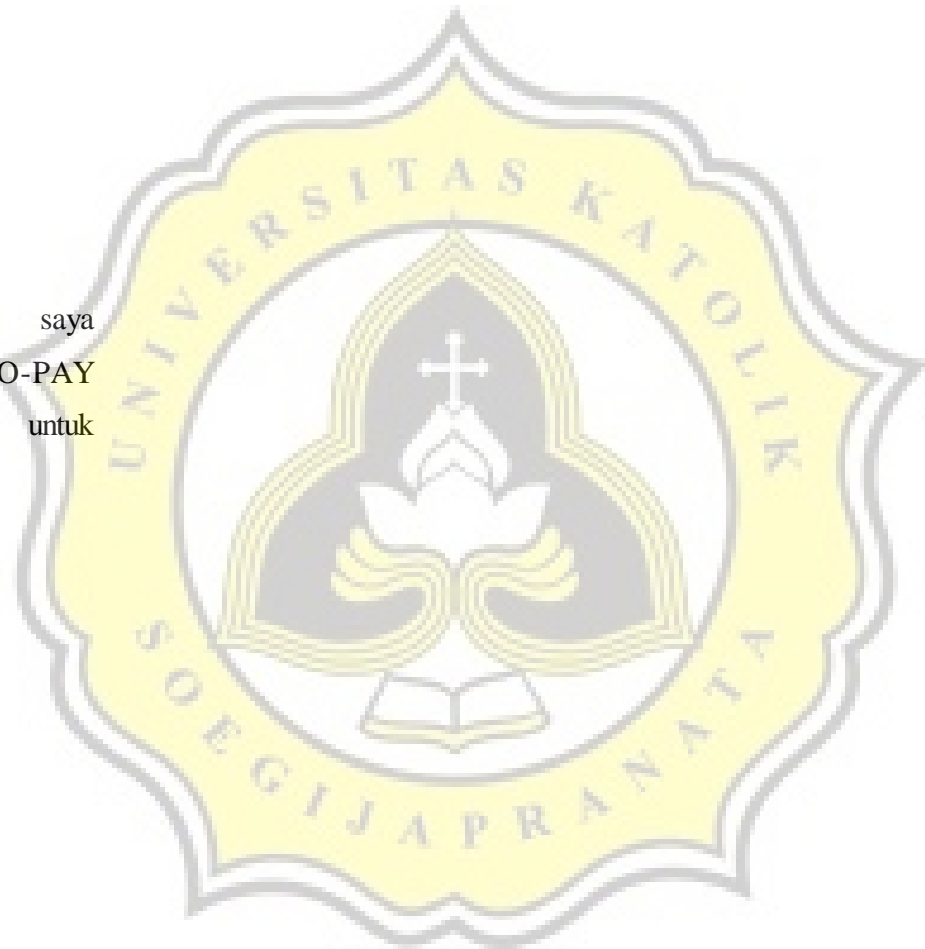
4

5

2

Menurut saya GO-JEK dapat memberikan jaminan atas produk GOPAY sesuai dengan deskripsi produk tersebut. 1

2



3

4

5

3

Menurut saya
GO-JEK dapat
menjamin saldo
GO-PAY yang
saya

miliki.

1

2

3

4

5

=====22/45=====

=====

22

4

Saya perc ya dengan k ters diaan
sistem GO-PAY yang baik.

1

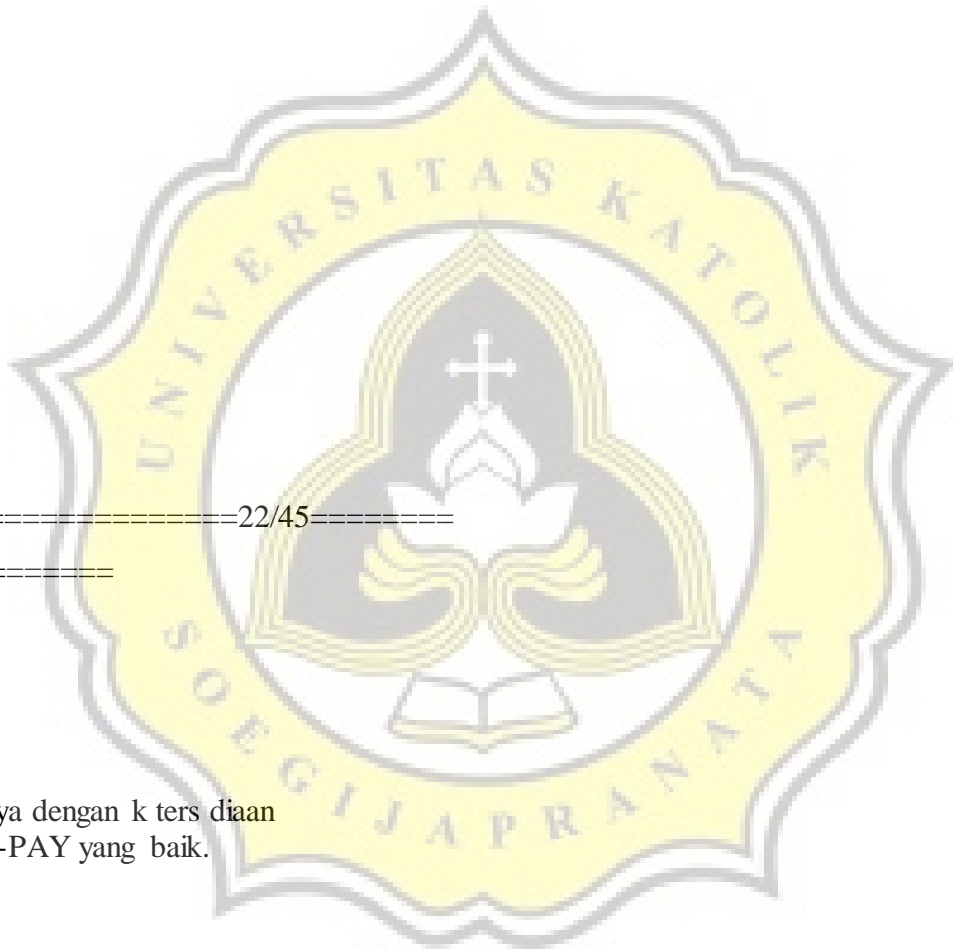
2

3

4

5

4. Resiko



Resiko dalam menggunakan metode pembayaran dengan GOPAY adalah resiko yang mungkin ada dan akan merugikan pihak customer GO-JEK saat menggunakan metode pembayaran dengan

GO-PAY.

Variabel Resiko akan diukur dengan metode skala likert, dimana skor jawaban 1 adalah Sangat Tidak Setuju, skor jawaban 2 adalah Tidak Setju, skor jawaban 3 adalah Netral, skor jawaban 4 adalah Setuju dan skor jawaban 5 adalah Sangat Setuju.

Variabel Resiko akan diukur dengan indikator sebagai berikut :

NO

PERNYATAAN

STS

TS

N

S

SS

1

Pembayaran menggunakan GO-PAY

memiliki resiko yang tinggi.

1

2

3

4



5

2

Pembayaran menggunakan GO-PAY memiliki keamanan yang rendah.

1

2

3

4

5

3

Gangguan teknis dalam pembayaran menggunakan GO-PAY sangat besar.

1

2

3

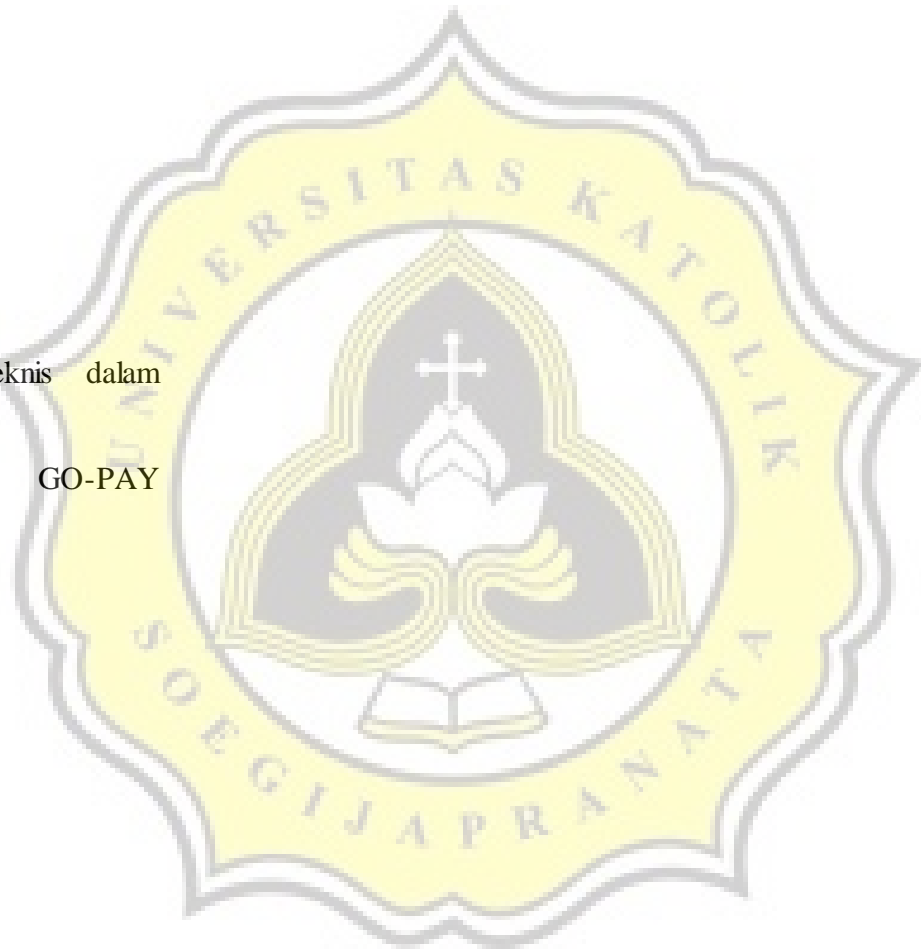
4

5

4

GO-JEK tidak menjamin kebutuhan konsumen yang melakukan transaksi pembayaran menggunakan GO-PAY.

1



2

3

4

5

=====23/45=====

=====

23

5. Minat

Minat dalam menggunakan metode pembayaran dengan GOPAY adalah minat yang mungkin ada pada customer GO-JEK saat melakukan transaksi menggunakan aplikasi GO-JEK. Variabel Minat akan diukur dengan metode skala likert, dimana skor jawaban 1 adalah Sangat Tidak Setuju, skor jawaban 2 adalah

Tidak Setju, skor jawaban 3 adalah Netral, skor jawaban 4 adalah Setuju dan skor jawaban 5 adalah Sangat Setuju.

Variabel Minat akan diukur dengan indikator sebagai berikut :

NO

PERNYATAAN

STS

TS

N S

SS

1

Saya berniat untuk menggunakan GOPAY sebagai metode pembayaran dalam setiap transaksi saya di aplikasi

GO-JEK.

1

2

3

4

5

2

Saya akan mencoba untuk menggunakan GO-PAY dalam setiap transaksi saya di aplikasi GO-JEK.

1

2

3

4

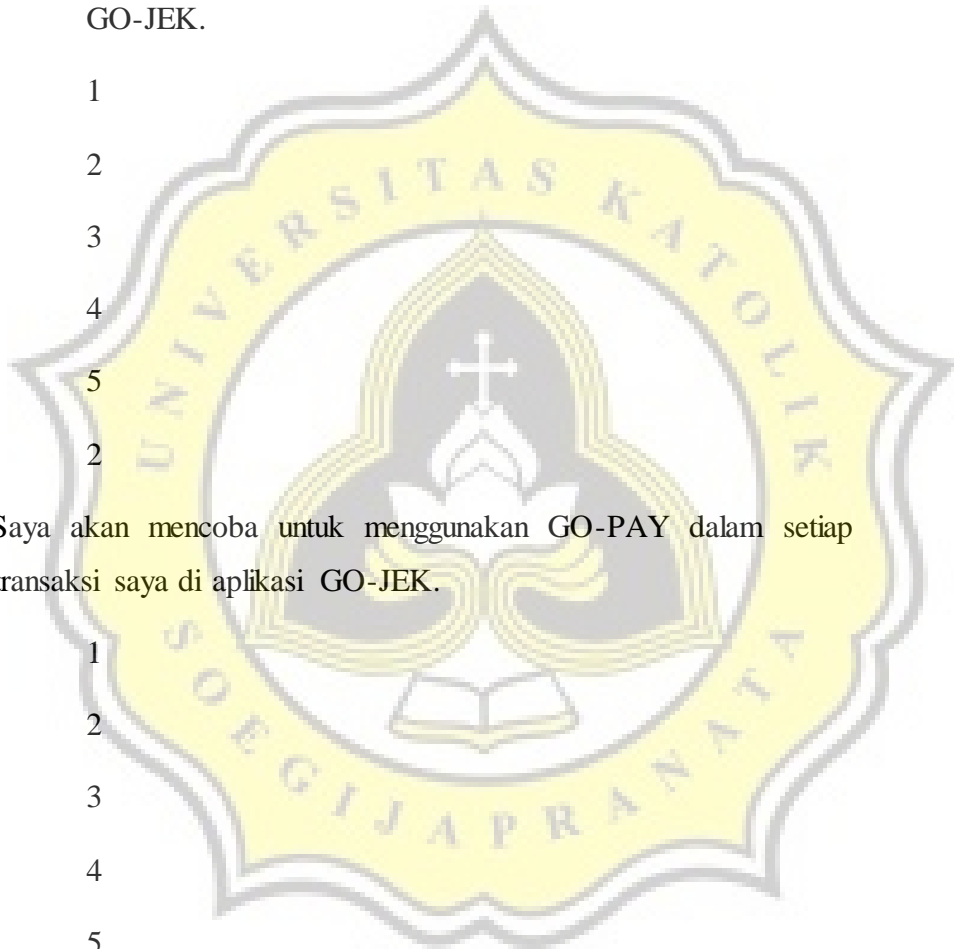
5

3

Saya akan menggunakan GO-PAY dalam bertransaksi menggunakan GO-

JEK.

1



2

3

4

5

E. ALAT ANALISIS DATA

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2001) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuesioner.[1] [67] ... Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut.[1] [3] ... Jika r hitung r tabel (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka kuesioner dinyatakan valid.

24/45

24

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2001) reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.[8] [18] [78] ... Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.[1] [18] ... Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi.[1] [106] ... Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.[1] [106] ... Variabel akan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha 0,60 (Nunnally, 1969).[1] [69] ...

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2001) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen atau independen keduanya memiliki distribusi

normal atau tidak.[1] [7] ... Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov – Smirnov, data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolenaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen).[1] [25] ... Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independen.[1] [3] ... Jika variable independen saling berkorelasi, maka variable ini tidak orthogonal.[1] Menurut Ghozali (2001) variable orthogonal adalah variable independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan.[1] [3] ... Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan lawannya.[1] [73] ... Suatu

-----25/45-----

25

model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance 0,10 atau sama dengan VIF 10 (Ghozali, 2001).[1] [3] ...

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2001) uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.[1] [5] ... Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung heterokedastisitas.[1] [72] ... Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas, dalam penelitian ini digunakan Uji Gletser.[1] [62] ... Jika variable independen signifikan secara statistik mempengaruhi variable dependen, maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas.[1] [3] ... Sedangkan dilihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan (0,05), menurut Ghozali (2001) dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengandung heterokedastisitas.[1] [3] ...

4. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena memiliki variabel dependen dan variabel independen.[1] [4] ... Model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :[1] [24] ...

$$Y = a + b$$

1

X

1

+ b

2

X

2

+ b

3

X

3

+ b

4

X

4

+ e

Keterangan :

Y = Minat menggunakan GO-PAY a = Konstanta b

1

= Koefisien regresi variabel Perceived Usefulness b

2

= Koefisien regresi variabel Perceived Ease of Use b 3

= Koefisien regresi variabel Resiko b 4



= Koefisien regresi variabel Kepercayaan

X

1

= Perceived Usefulness

X

2

= Perceived Ease of Use

-----26/45-----

26

X

3

= Resiko

X

4 = Kepercayaan e = Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Fit Model

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of Fit nya. Menurut Ghozali (2001) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen.[1] [62] ...

Dasar dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut :[1] [63] ... - Jika nilai signifikansi F 0,05 maka model regresi fit dengan data.[1] [107] ...

- Jika nilai signifikansi F 0,05 maka model regresi tidak fit dengan data.[1] [107] ...

b. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R

2

)

Uji koefisien determinasi (Adjusted R

2

) merupakan pengujian untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai Adjusted R

2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.[1] [24] ... Nilai yang mendekati satu memiliki arti bahwa variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001)

c.[1] [18] ... Uji T

Pengujian hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh yang timbul oleh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat

=====27/45=====

27

(dependen).[1] [75] ... Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,05$. [1] [8] ... Sehingga dalam penarikan kesimpulan, H_a diterima jika $\text{sig } t < \alpha (0,05)$, dan H_o ditolak jika $\text{sig } t > \alpha (0,05)$. [1]

=====28/45=====

28

BAB IV

HASIL ANALISIS

A. GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Seperti yang sudah dijelaskan di dalam Bab III, dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan dengan jumlah responden sebanyak 384 responden. dilakukan dengan mengambil beberapa sampel dari populasi yang sudah ditentukan berdasarkan suatu kriteria yang sudah ditetapkan (Jogiyanto, 2013). Berikut kriteria yang harus dimiliki responden, yaitu responden adalah pengguna layanan aplikasi GO-JEK baik yang sudah pernah menggunakan metode pembayaran GO-PAY maupun yang belum pernah menggunakan metode pembayaran GO-PAY dan responden memahami tentang metode pembayaran GO-PAY yang dimiliki oleh aplikasi GO-JEK.

b. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. [29] UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2001). [90] [94] [33] ... Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan dan menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. [1] [8] ... Untuk pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. [3] [8] [22] ... Uji validitas yang pertama dilakukan untuk menguji validitas pada variabel perceived usefulness (persepsi manfaat).

29/45

29

Tabel 4.1

Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)

Pertanyaan

r hitung r tabel

Keterangan

PU1

0,341

0,0998

Valid

PU2

0,395

0,0998

Valid

PU3

0,377

0,0998

Valid

PU4

0,369

0,0998

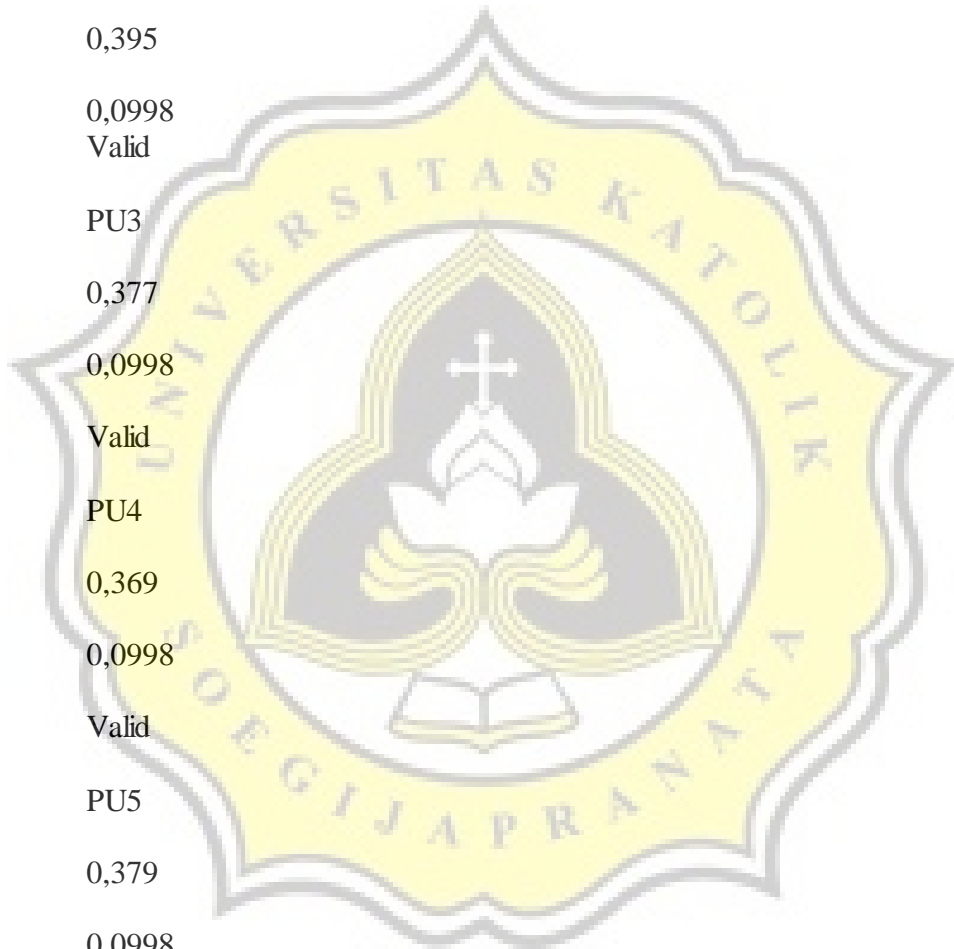
Valid

PU5

0,379

0,0998

Valid



Dapat dilihat dari tabel 4.1 bahwa nilai dari r hitung r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada variabel perceived usefulness (persepsi manfaat) adalah valid. Uji validitas yang kedua dilakukan untuk menguji validitas pada variabel perceived ease of use (persepsi kemudahan).

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan)

Pertanyaan

r hitung r tabel

Keterangan

PE1

0,478

0,0998

Valid

PE2

0,450

0,0998

Valid

PE3

0,469

0,0998

Valid

PE4

0,355

0,0998

Valid



Dapat dilihat dari tabel 4.2 bahwa nilai dari r hitung r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada variabel perceived ease of use (persepsi kemudahan) adalah valid.

=====30/45=====

30

Uji validitas yang ketiga dilakukan untuk menguji validitas pada variabel kepercayaan.

Tabel 4.3

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan

Pertanyaan

r hitung r tabel

Keterangan

K1

0,448

0,0998

Valid

K2

0,459

0,0998

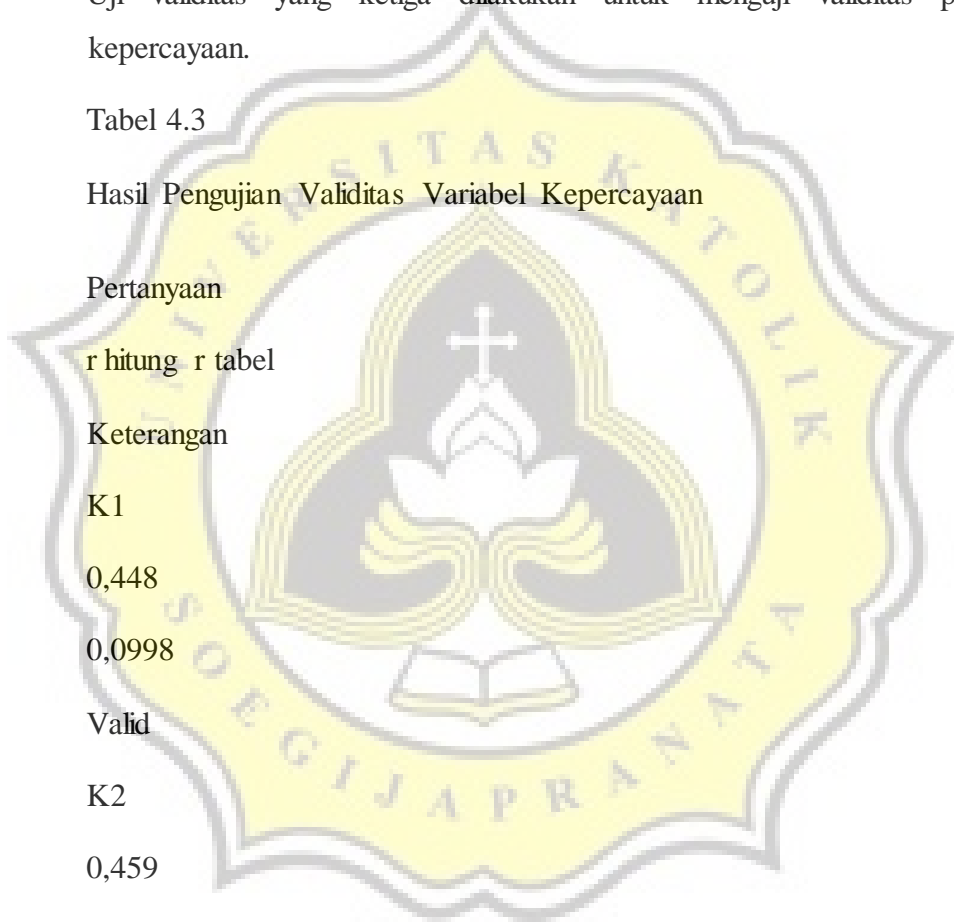
Valid

K3

0,431

0,0998 Valid

K4



0,489

0,0998

Valid

Dapat dilihat dari tabel 4.3 bahwa nilai dari r hitung r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kepercayaan adalah valid.

Uji validitas yang keempat dilakukan untuk menguji validitas pada variabel resiko.

Tabel 4.4

Hasil Pengujian Validitas Variabel Resiko

Pertanyaan

r hitung r tabel

Keterangan

R1

0,490

0,0998

Valid

R2

0,485

0,0998

Valid

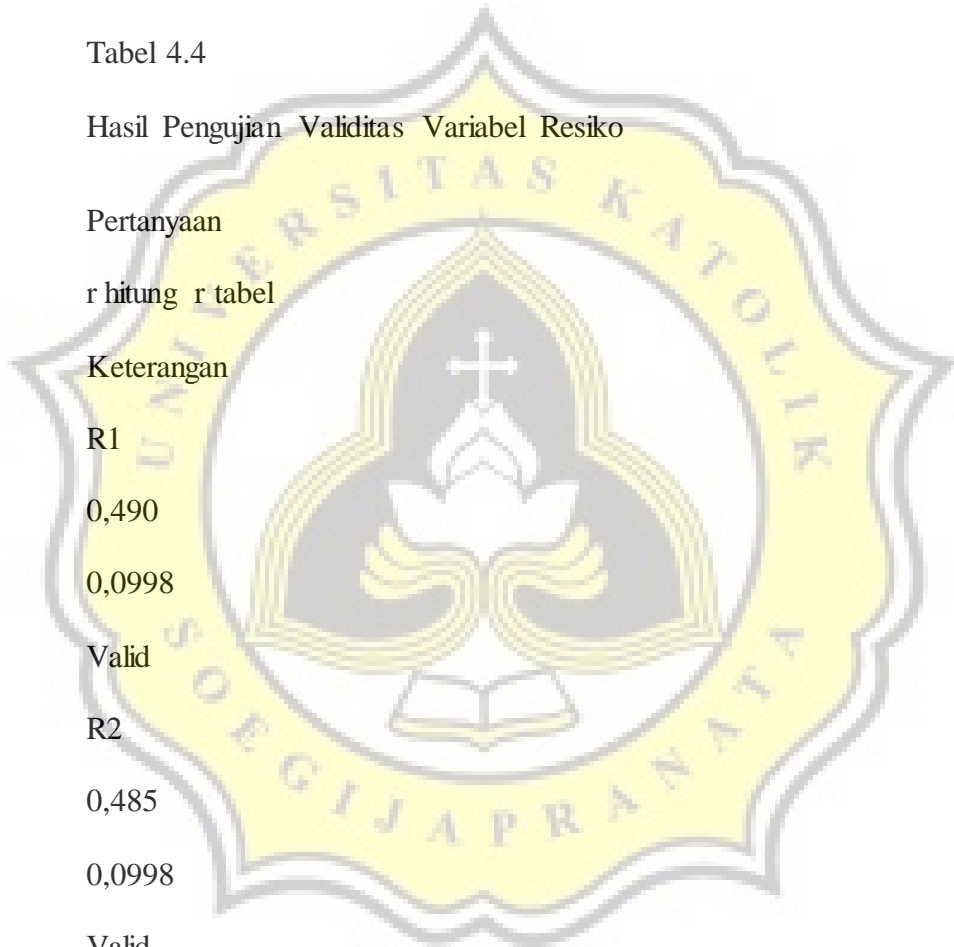
R3

0,373

0,0998

Valid

R4



0,312

0,0998

Valid

Dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa nilai dari r hitung r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada variabel resiko adalah valid.

Uji validitas yang kelima dilakukan untuk menguji validitas pada variabel minat.

=====31/45=====

31

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat

Pertanyaan

r hitung r tabel

Keterangan

M1

0,379

0,0998

Valid

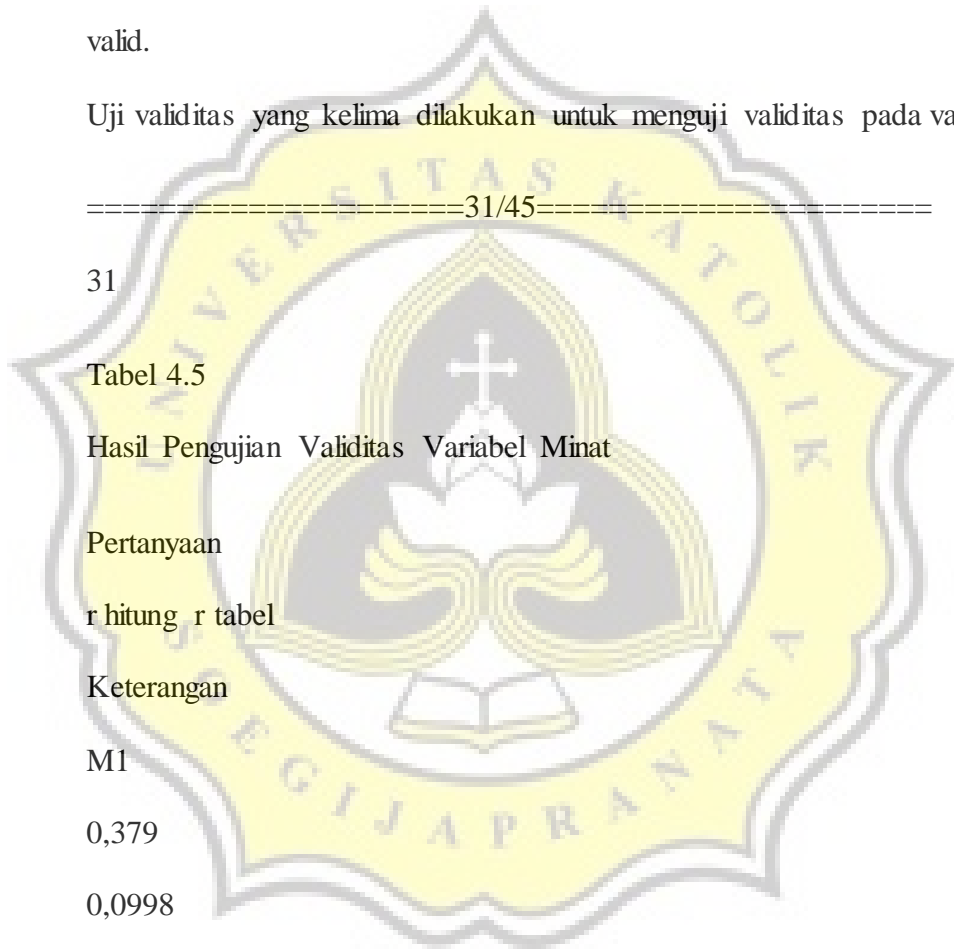
M2

0,504

0,0998

Valid

M3



0,485

0,0998

Valid

Dapat dilihat dari tabel 4.5 bahwa nilai dari r hitung r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada variabel minat adalah valid.

2. UJI RELIABILITAS

Menurut Ghozali (2001) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel akan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ (Nunnally, 1969).

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel

Cronbach's

Alpha

Cronbach's

Alpha Variabel

Keterangan

Minat

0,60

0,645

Reliabel

Perceived Usefulness

0,60

0,618

Reliabel

Perceived Ease of Use

0,60

0,657

Reliabel

Kepercayaan

0,60

0,675

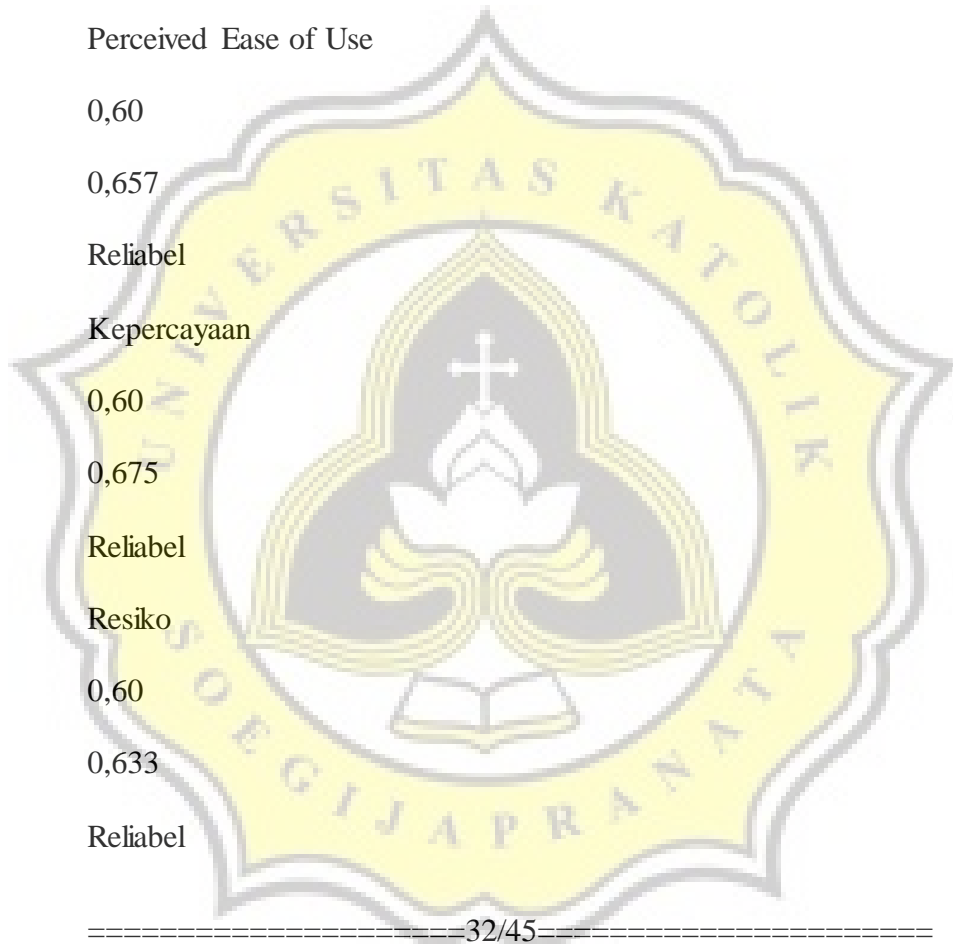
Reliabel

Resiko

0,60

0,633

Reliabel



32

Dapat dilihat dari tabel 4.6 bahwa nilai Cronbach's Alpha 0,60, maka dapat dikatakan bahwa semua variabel adalah reliabel.

C. UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen atau independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2001). Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov – Smirnov, data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya 0,05.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Total

N

384 Normal Parameters a,b

Mean

52.3333

Std. Deviation

11.12278

Most Extreme Differences

Absolute

.038

Positive

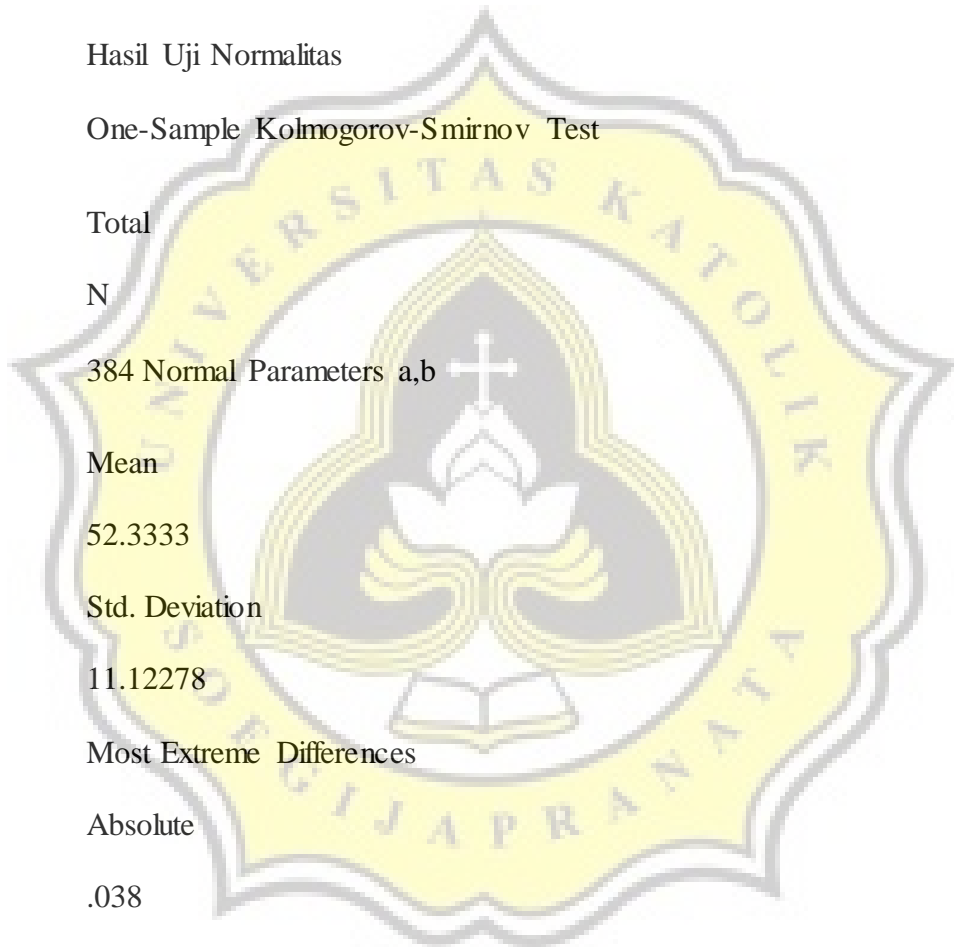
.038

Negative

-.035

Kolmogorov-Smirnov Z

.743



Asymp. Sig. (2-tailed)

.639

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Dapat dilihat dari tabel tersebut bahwa nilai Kolmogrov – Smirnov memiliki nilai signifikansi 0,639 > 0,05, jadi variable dependen atau independen dalam penelitian ini keduanya memiliki distribusi normal.

-----33/45-----

33

2. UJI MULTIKOLINEARITAS

Uji multikolienaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (Ghozali, 2001). Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolienaritas jika nilai tolerance 0,1 atau sama dengan VIF 10 (Ghozali, 2001).

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolienaritas Coefficients a

Model

Unstandardized

Coefficients

Standardized Coefficients

t

Sig.

Collinearity

Statistics

B

Std.

Error

Beta

Tolerance

VIF

1

(Constant)

3.212

.506

6.352

.000

Perceived_Usefulness

.196

.044

.269

4.436

.000

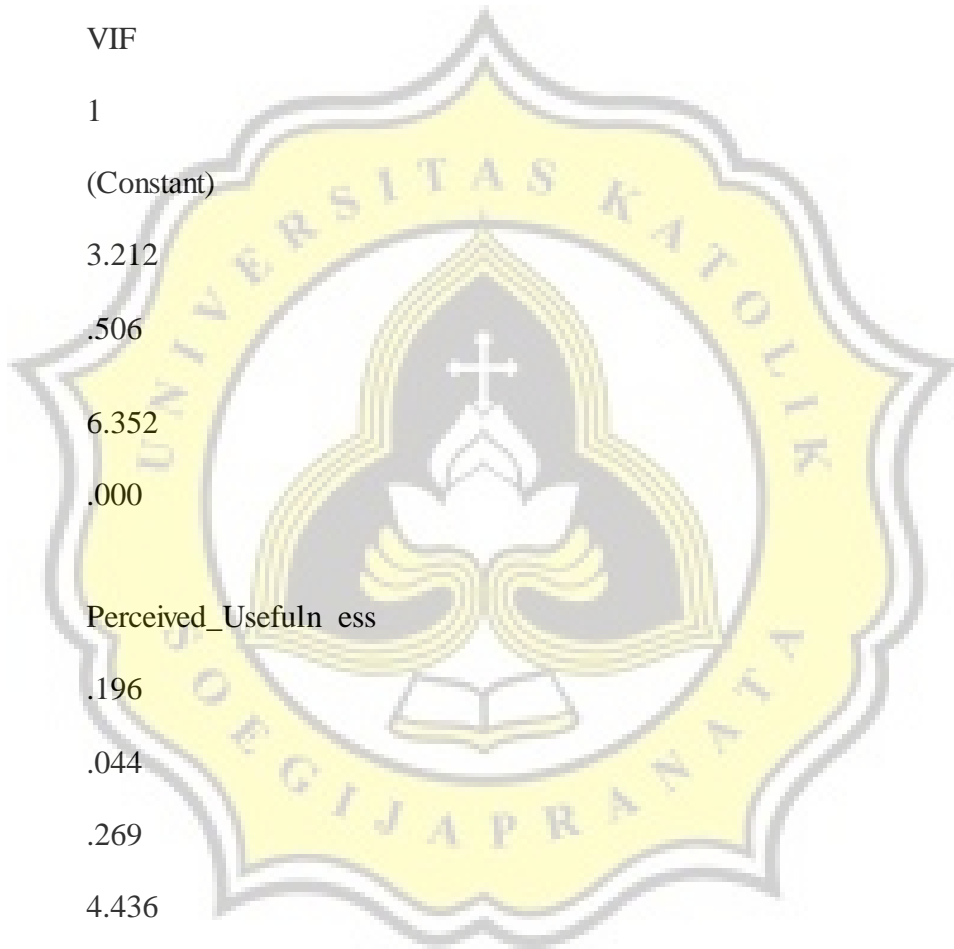
.502

1.994

Perceived_Easeof

Use

.269



.042

.330

6.340 .000

.679

1.472

Kepercayaan

.148

.067

.187

2.210

.028

.258

3.873

Resiko

-.215

.059

-.262

-3.655

.000

.359 2.789

a. Dependent Variable: Minat

Dapat dilihat dari tabel 4.8 bahwa tiap variabel memiliki nilai tolerance 0,1 dan tiap variabel memiliki nilai VIF 10, maka dapat dikatakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolienaritas.

3. UJI HETEROKEDASTISITAS

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.[1] [48] ... Jika dilihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan (0,05), menurut Ghozali

=====34/45=====

34

(2001) dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengandung heterokedastisitas.[1] [72] ... Tabel 4.9

Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients a

Model

Unstandardized

Coefficients

Standardized Coefficients

t

Sig.

Collinearity Statistics

B

Std. Error

Beta

Tolerance

VIF

1

(Constant)

2.616

.315

8.318

.000

Perceived_Usefulness

-.048

.027

-.125

-1.754

.080

.502

1.994

Perceived_EaseofUse

-.025

.026

-.057

-.930

.353

.679

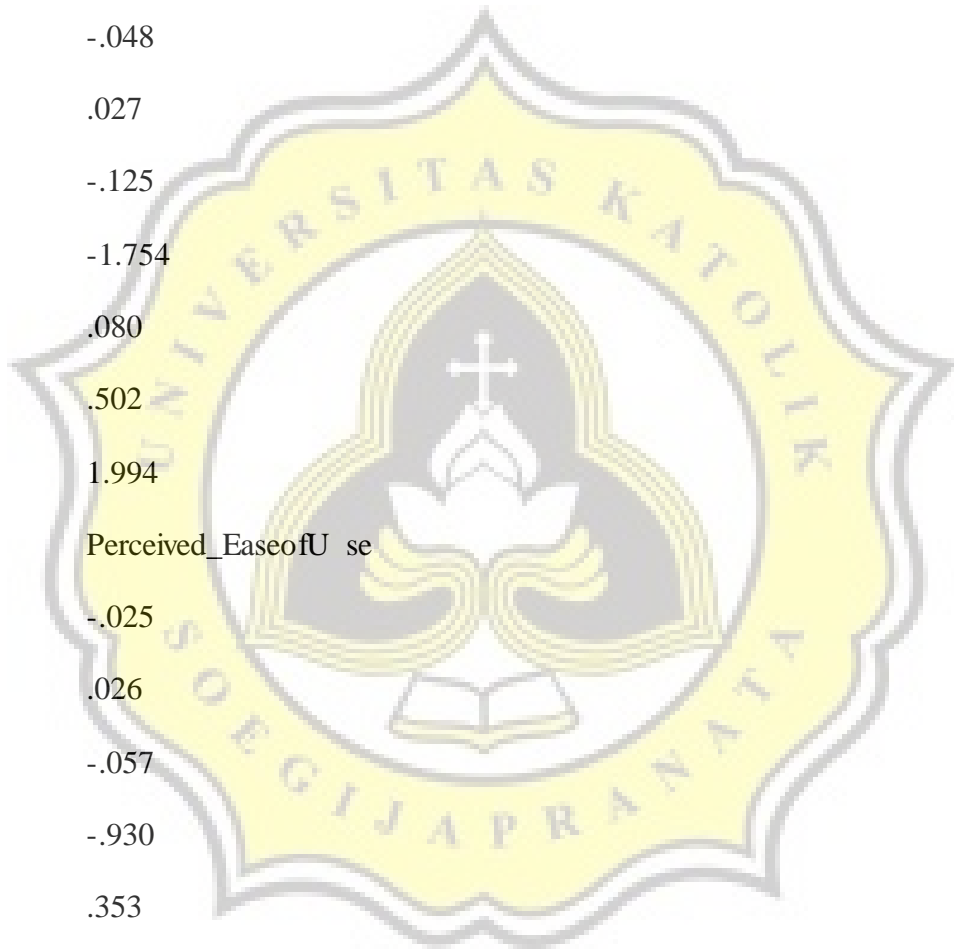
1.472

Kepercayaan

.025

.042

.060



.603

.547

.258

3.873

Resiko

-.040

.037

-.093

-1.103

.271

.359 2.789

a. Dependent Variable: RES2

Dapat dilihat dari tabel 4.9 bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi 0,05, maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak mengandung heterokedastisitas.

4. STATISTIK DESKRIPTIF Tabel 4.9

Statistik Deskriptif

Variabel

Kisaran

Teoritis

Kisaran

Aktual

Mean

Rentang Skala

Keterangan Rendah Sedang Tinggi

Minat

Menggunakan

Go-Pay

3-14

5-15

7.8516

5,66-7,32

7,33-10,67

10,68-

12,34

Sedang

35/45

35

Perceived

Usefulness

5-23

5-25

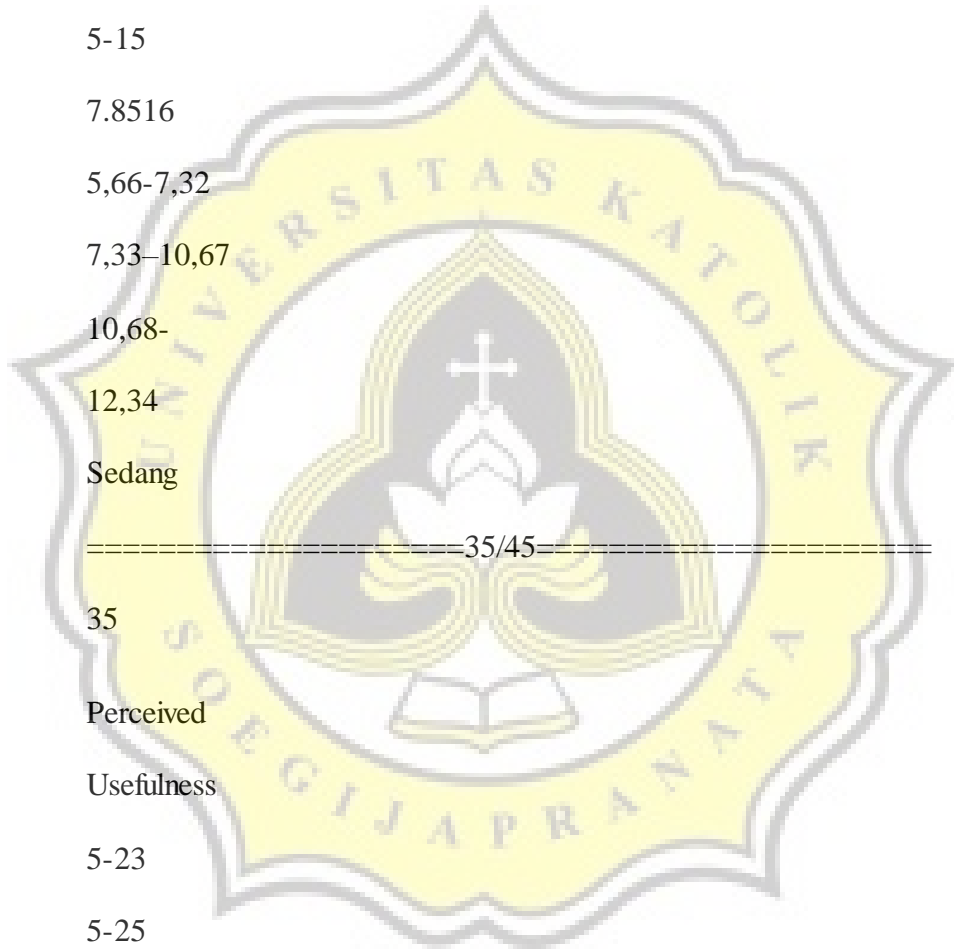
12.9635

8,34-11,66

11,67-

18,33

18,34-



21,66

Sedang

Perceived

Ease of Use

4-19

5-20

10.5208 7-9,4

9,5-14,5

14,6-17

Sedang

Kepercayaan

4-18

5-20

10.4297

7-9,4

9,5-14,5

14,6-17

Sedang

Resiko

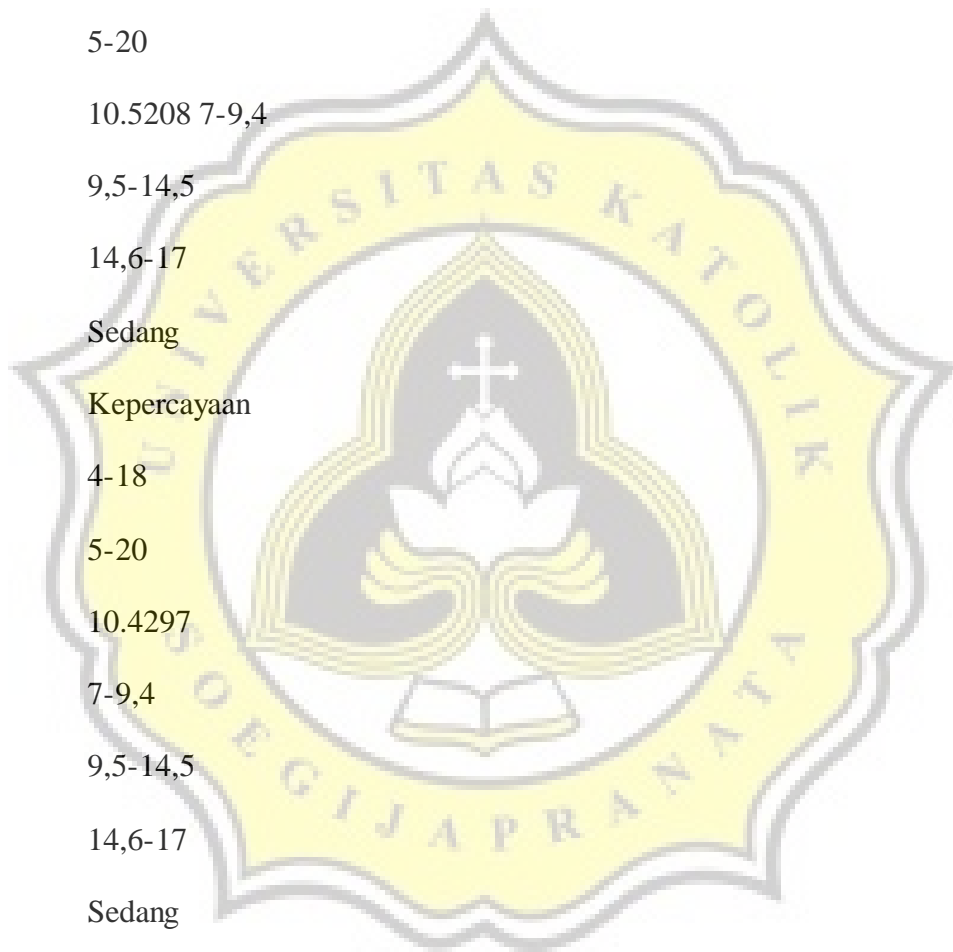
4-19

5-20

10.5677

7-9,4

9,5-14,5



14,6-17

Sedang

Skor rata-rata empiris jawaban responden untuk variabel minat menggunakan GO-PAY adalah 7,8516 dan termasuk di dalam kategori sedang. Artinya setiap responden pada penelitian ini memiliki minat untuk menggunakan GO-PAY. Untuk variabel perceived usefulness memiliki skor rata-rata 12,9635 dan termasuk di dalam kategori skala sedang. Artinya setiap responden dalam penelitian ini mendapatkan manfaat saat menggunakan GO-PAY, baik manfaat efisien dalam waktu, keakuratan pembayaran, dan juga dengan beberapa diskon yang didapatkan apabila melakukan pembayaran menggunakan GO-PAY. Untuk variabel perceived ease of use memiliki skor rata-rata sebesar 10,5208 dan masuk di dalam kategori sedang. Artinya responden dalam penelitian ini merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan GO-PAY, baik dalam menjalankan pembayaran menggunakan GO-PAY maupun kemudahan untuk melakukan pengisian ulang saldo GO-PAY. Untuk variabel kepercayaan memiliki skor rata-rata sebesar 10,4297 dan masuk di dalam kategori sedang. Artinya responden di dalam penelitian ini memiliki kepercayaan dalam menggunakan GO-PAY baik kepercayaan pada ketersediaan sistem GO-JEK yang terhubung dengan pembayaran menggunakan GO-PAY maupun kepercayaan atas GO-JEK yang menjamin saldo dari pengguna GO-PAY. Untuk variabel resiko memiliki skor rata-rata sebesar 10,5677 dan masuk dalam kategori sedang. Artinya responden dalam penelitian ini merasa bahwa resiko dalam menggunakan GO-

=====36/45=====

36

PAY tidak tinggi, baik resiko mengenai gangguan teknis dalam menggunakan GO-PAY maupun resiko mengenai keamanan dalam menggunakan GO-PAY.

5. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 4.10

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model

Unstandardized Coefficients

Standardized Coefficients

t

Sig.

B

Std. Error

Beta

1

(Constant)

3.212

.506

6.352

.000

Perceived_Usefulness

.196

.044

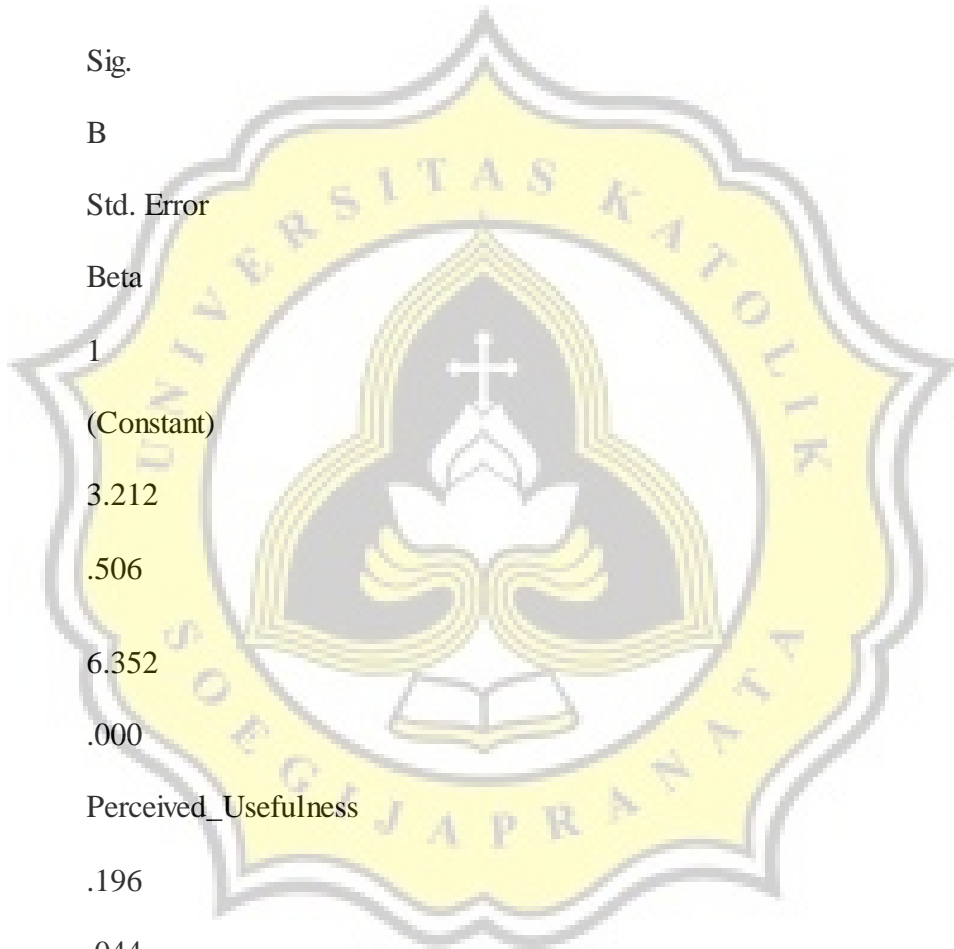
.269

4.436

.000

Perceived_EaseofUse

.269



.042

.330

6.340

.000

Kepercayaan

.148

.067

.187

2.210

.028

Resiko

-.215

.059

-.262

-3.655

.000

Berdasarkan hasil output SPSS diatas maka diperoleh rumus regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,212 + 0,196 X$$

1

$$+ 0,269 X$$

2

$$+ 0,148 X$$

3

-0,215 X

4

Dengan demikian rumus regresi diatas menjelaskan apabila seluruh variabel bebas memiliki nilai nol (0), maka variabel terikat (Beta) memiliki nilai 3,212. Perceived usefulness untuk variabel X

1

memiliki nilai sebesar 0,196 memiliki arti bahwa setiap kenaikan perceived usefulness sebesar satu satuan maka variabel minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,196 dengan asumsi variabel lain di dalam model regresi adalah tetap. Perceived ease of use untuk variabel X

2

memiliki nilai sebesar 0,269 memiliki arti bahwa setiap kenaikan perceived ease of use sebesar satu satuan maka variabel minat (Y) akan mengalami kenaikan
=====37/45=====

37

sebesar 0,269 dengan asumsi variabel lain di dalam model regresi adalah tetap. Kepercayaan untuk variabel X

3

memiliki nilai sebesar 0,148 memiliki arti bahwa setiap kenaikan kepercayaan sebesar satu satuan maka variabel minat (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,148 dengan asumsi variabel lain di dalam model regresi adalah tetap. Resiko untuk variabel X 4

memiliki nilai sebesar 0,215 dan bertanda negative memiliki arti bahwa variabel resiko memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan variabel minat (Y). Maka setiap kenaikan resiko sebesar satu satuan maka variabel minat (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,215 dengan asumsi variabel lain di dalam model regresi adalah tetap.

KOEFISIEN DETERMINASI (R

2

)

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R

2

)

Model Summary b

Model

R

R Square

Adjusted R

Square

Std. Error of the Estimate DurbinWatson

1 .550 a

.302

.295

2.03575

1.711

a. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat

Dapat dilihat dari hasil output SPSS nilai R

2 sebesar 0,302 atau sebesar 55%. Interpretasinya adalah variabel resiko, perceived usefulness, perceived ease of use dan kepercayaan menjelaskan 30,2% variasi minat. Sedangkan sisanya sebesar 69,8% (100%-30,2%) dijelaskan oleh variabelvariabel lainnya di luar model.

=====38/45=====

38

UJI F (SIGNIFIKANSI MODEL SIMULTAN)

Tabel 4.12

Hasil Uji F (signifikansi model simultan)

ANOVA

a

Model Sum of Squares

df

Mean Square

F

Sig.

1

Regression

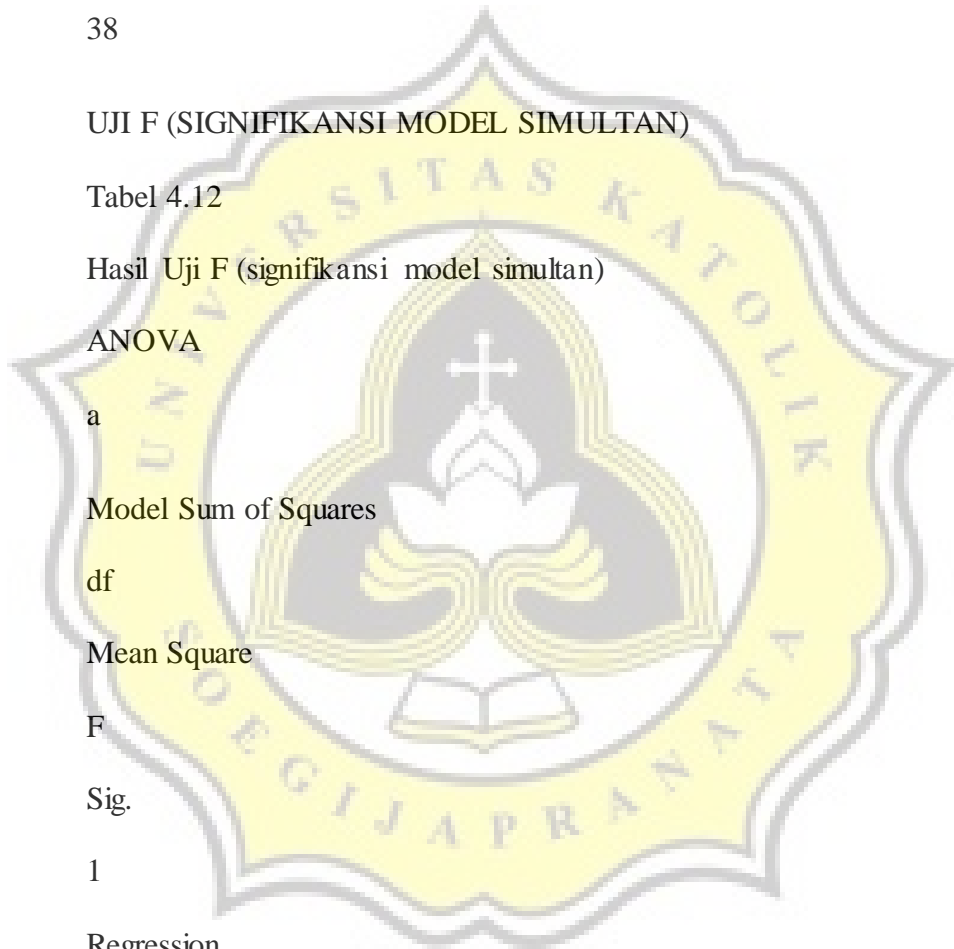
679.859

4

169.965

41.012 .000 b

Residual



1570.680

379

4.144

Total

2250.539

383

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Resiko, Perceived_Usefulness, Perceived_EaseofUse, Kepercayaan

Dapat dilihat dari hasil output SPSS bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai F sebesar 41,012 dengan probabilitas 0,000. Dikarenakan probabilitas 0,000 < 0,05 memiliki arti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat. Jadi dengan demikian variabel resiko, perceived usefulness, perceived ease of use, dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap minat.

UJI T

Tabel 4.13

Hasil Uji T

Model

Unstandardized Coefficients

Standardized Coefficients

t

Sig.

B

Std. Error

Beta

1

(Constant)

3.212

.506

6.352

.000

Perceived_Usefulness

.196

.044

.269

4.436

.000

Perceived_EaseofUse

.269

.042

.330

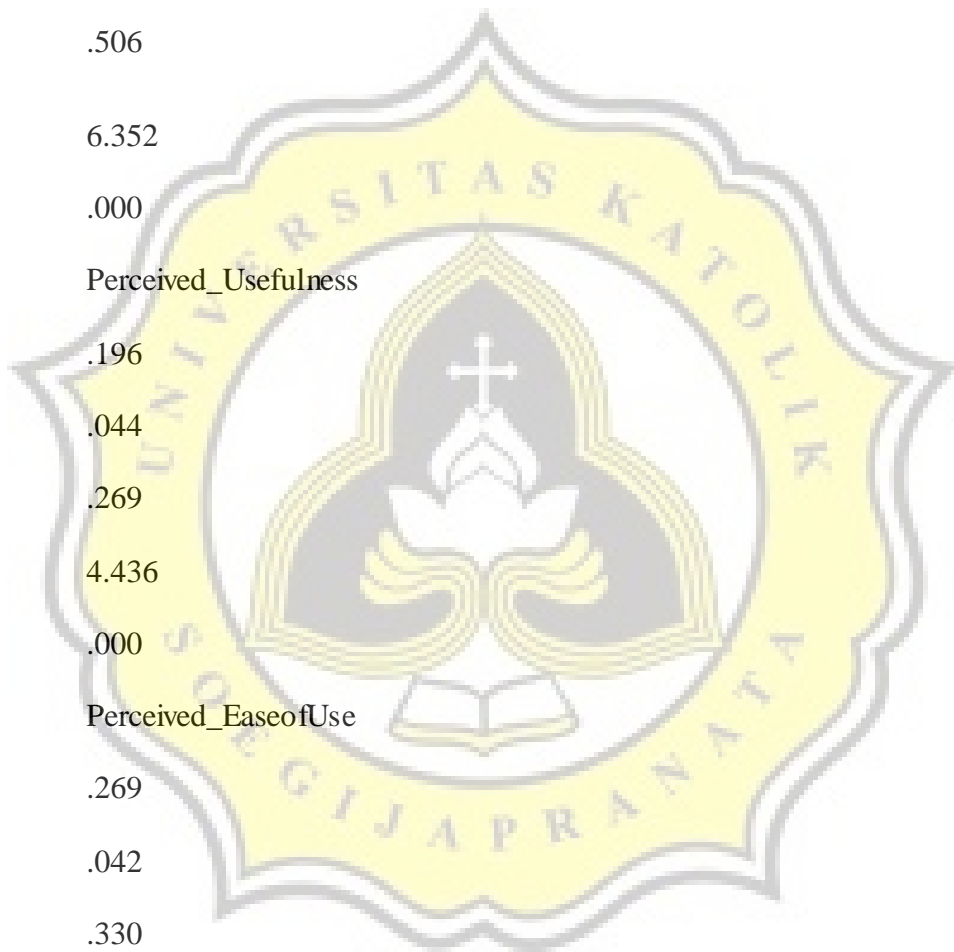
6.340

.000

Kepercayaan

.148

.067



.187

2.210

.028

Resiko

-.215

.059

-.262

-3.655

.000

39/45

39

Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu apakah perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

0,05 dan nilai B perceived usefulness sebesar +0,196 artinya perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Hasil pengujian hipotesis kedua yaitu apakah perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

0,05 dan nilai B perceived usefulness sebesar +0,269 artinya perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis kedua

dalam penelitian ini diterima.

Hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu apakah resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY

dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 0,05 dan nilai B perceived usefulness sebesar -0,215 artinya resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hasil pengujian hipotesis keempat yaitu apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000

0,05 dan nilai B perceived usefulness sebesar +0,148 artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

40/45

40

6. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama di dalam penelitian ini terbukti bahwa perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY (e-money). Semakin banyak manfaat yang akan didapatkan customer saat menggunakan GO-PAY akan berpengaruh kepada minat customer GOJEK untuk menggunakan metode pembayaran GO-PAY. Manfaat yang didapatkan customer apabila menggunakan GO-PAY akan lebih mendorong minat customer untuk menggunakannya, dengan menggunakan GO-PAY berarti membantu customer untuk memudahkan setiap keperluan customer. GO-PAY dirasa praktis oleh customer dalam melakukan setiap pembayaran atas transaksi yang dilakukan dalam aplikasi GO-JEK.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua di dalam penelitian ini terbukti bahwa perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam

menggunakan GO-PAY. Jadi dapat disimpulkan apabila GO-PAY mudah digunakan maka semakin besar pula minat customer GO-JEK untuk menggunakan GO-PAY. Kemudahan yang didapatkan oleh customer yaitu kemudahan untuk melakukan pembayaran dan penggunaannya mudah untuk dipahami.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anendro (2016) dimana kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan e-money.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga di dalam penelitian ini terbukti bahwa resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin rendah resiko yang ada dalam menggunakan GO-PAY maka semakin tinggi minat customer untuk menggunakan GO-PAY. Resiko yang rendah dalam menggunakan GO-PAY dan rasa aman

-----41/45-----

41

yang ada mendorong customer untuk berminat menggunakan GOPAY.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat di dalam penelitian ini terbukti bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Rasa percaya yang tinggi terhadap penggunaan GO-PAY akan mendorong minat customer GO-JEK untuk menggunakannya. Dimana customer percaya dengan ketersediaan sistem GO-PAY yang baik dan rasa kepercayaan dimana GO-JEK tetap menjamin semua keperluan customer dalam menggunakan GO-PAY.

-----42/45-----

42

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Determinat Minat Customer

GO-JEK dalam Menggunakan Metode Pembayaran GO-PAY dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan :

1. Apakah perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 0,05 artinya perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

2. Apakah perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis kedua dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 0,05 artinya perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

3. Apakah perceived resiko berpengaruh negatif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

Hasil pengujian hipotesis ketiga dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 0,05 artinya resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY.

Maka dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

4. Apakah perceived kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY?

=====43/45=====

Hasil pengujian hipotesis keempat dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 0,05 artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat customer GO-JEK dalam menggunakan GO-PAY. Maka dengan demikian hipotesis keempat

dalam penelitian ini diterima.

B. SARAN

1. Bagi pihak GO-JEK sebaiknya terus melakukan sosialisasi dan promosi mengenai sistem pembayaran menggunakan GO-PAY dalam layanan aplikasi GO-JEK sehingga individu lain di luar dapat juga merasakan manfaat dan kemudahan apabila menggunakan GO-PAY. Dan dengan begitu jumlah pengguna GO-PAY diharap dapat terus mengalami peningkatan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian pada layanan aplikasi GO-JEK lainnya dan mengembangkan dengan model dan kerangka penelitian lainnya. Dan juga dapat menambahkan variabel lainnya guna mendukung penelitian yang sudah ada dan penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dan lebih berkembang.

====44/45=====

44

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I., 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsara, R. F., 2015, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Anendro, I., 2016, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Susanti, A., 2015, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi*

Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Nugroho, R. F. A., 2015, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan E-Banking dalam Pembayaran Uang Kuliah di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Susanti, Y., 2014, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM), Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Davis, F., 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(3):319-340. Lau, G. T. Dan Lee, S. H., 1999, Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*.

Garbarino dan Johnson, 1999, The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships, *Journal of Marketing*.

Darmawi, H., 2004, Manajemen Risiko, Jakarta: PT Bumi Aksara.

-----45/45-----

45

Hartono, J., 2013, Metodologi Penelitian Bisnis, Yogyakarta: BPFE.

Palupi Monika, Stephana Dyah et al, 2013. Alat-Alat Pengujian Hipotesis.

Semarang: Unika Soegijapranata.

<https://pdfs.semanticscholar.org/3969/e582e68e418a2b79c604cd35d5d81de9b35d>.pdf.

<http://eprints.ums.ac.id/36559/4/HALAMAN%20DEPAN.pdf>.

http://digilib.uin-suka.ac.id/21222/2/12820003_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf.

[http://digilib.uin-](http://digilib.uin-suka.ac.id/15945/1/BAB%20I%2C%20V%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)

[suka.ac.id/15945/1/BAB%20I%2C%20V%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/15945/1/BAB%20I%2C%20V%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf).

<http://cmaps.cmapers.net/rid=1K0GXW9DN-24VWNVB->

[MQJ/Lau%26Lee%20\(1999\).pdf.](#)

[https://www.researchgate.net/publication/238338575_The_Different_Roles_of_Satisfaction_Trust_and_Commitment_in_Customer_Relationships.](https://www.researchgate.net/publication/238338575_The_Different_Roles_of_Satisfaction_Trust_and_Commitment_in_Customer_Relationships)

